



HISTORIAS DE CIUDADANÍA

P&G México 2022

MENSAJE JCT

Con mucho orgullo, comparto con ustedes nuestras “Historias de Ciudadanía” del año 2022.

Con 186 años de trayectoria a nivel mundial y 75 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 mejorar el día a día de las personas.

Tenemos la aspiración de ser **“una fuerza para el crecimiento y una fuerza para el bien”** 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 a nuestras comunidades, impulsar los cambios que requiere nuestra sociedad buscando que haya igualdad de oportunidades, representación y voz para todas las personas dentro y fuera de P&G. Ésta es la base de nuestros esfuerzos de Ciudadanía Corporativa o ESG (Medioambiente, responsabilidad social y gobernanza por sus siglas en inglés).

Estamos conscientes de que cada vez más, los consumidores confían en la superioridad de nuestros productos, lo cual nos obliga a actuar de manera responsable y a ver por el bienestar de cada uno de ellos.

Seguiremos trabajando 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.

Como cada año, este documento es una recopilación de historias resume algunas de las actividades y los programas que se llevaron a cabo, tanto a nivel global como en México, estableciendo metas ambiciosas enfocadas en las áreas donde sabemos que podemos marcar la diferencia.

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



Nuestras acciones de **Impacto Comunitario** han estado en gran medida enfocadas a mejorar la vida de personas en situaciones vulnerables; desde reactivar económicamente a mujeres con discapacidad hasta asegurar el acceso a agua potable para niños y niñas.

A través de distintas alianzas y voluntariados, hemos continuado con donativos de productos, impulsado programas para causas relacionadas a la educación y el acceso a agua, trabajando por mejorar el futuro de los niños, que son el futuro de nuestro país.

En cuanto a **Equidad en Inclusión**, hemos continuado con nuestro objetivo de garantizar que todas las personas que forman parte de P&G puedan ser quien auténticamente son tanto dentro como fuera de nuestras instalaciones, garantizando en todo momento una cultura y convivencia regida por el respeto. Estoy convencido de que la diversidad es un valor agregado en nuestros distintos grupos de trabajo, y que son esas mismas diferencias las que nos hacen únicos. Día a día damos un paso más hacia nuestra aspiración de construir una sociedad en donde la equidad e inclusión estén garantizadas para todas las personas.

Somos únicos y estamos unidos, y confiamos en el gran impacto que podemos tener al guiarnos bajo los mismos valores y propósitos.

De igual manera, nuestras ambiciosas metas de **Sustentabilidad Ambiental** siguen siendo un

objetivo claro para nosotros. Al igual que los años anteriores, hemos sumado esfuerzos para reducir nuestro impacto en el medio ambiente, impulsando el cambio desde nuestras líneas de producción, hasta nuestros empaques y canales de distribución. Nuestras plantas han recibido diferentes certificados avalando nuestros esfuerzos, lo cual nos llena de orgullo.

Actualmente operamos con energía limpia y nuestras 6 plantas de manufactura en México envían cero residuos de fabricación a rellenos sanitarios desde el 2020. Seguiremos con nuestro compromiso a ser carbono neutrales a lo largo de la década y “cero neto” en toda nuestra cadena de suministro global para el 2040.

En P&G estamos convencidos de hacer siempre lo correcto, y de que una cultura sólida de integridad y respeto genera confianza, interna y externamente. La **Ética y Responsabilidad Corporativa** son un reflejo de nuestros valores y principios, los cuales nos hacen ganar consistentemente con consumidores, clientes y accionistas.

Agradezco a cada una de las personas, en P&G y en nuestros aliados que hacen posible un año más de logros y avances en materia de ESG. Muchas felicidades a todos los que forman parte de estas historias, las cuales se suman a 75 años de legado operando en México.



Juan Carlos Trujillo

Presidente y Director General
P&G México.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Juan Carlos Trujillo', with a stylized flourish at the end.



P&G EN MÉXICO

75 AÑOS MEJORANDO TU VIDA

QUIÉNES SOMOS

P&G se fundó hace más de 186 años. Desde sus inicios, nuestros fundadores 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

Durante **75 años de operaciones en México**, nuestro objetivo ha sido mejorar cada día la vida de nuestros consumidores con la calidad y superioridad de nuestros productos a través de nuestras marcas como Downy, Vick, Peptobismol, Oral B, Salvo, Pantene, Gillette, Ariel, Herbal Essences, entre otras.

Después de 75 años, P&G es una de las compañías de productos de consumo masivo más respetadas en México y nuestros **productos son utilizados en el 99% de los hogares mexicanos.**

En la actualidad, **empleamos alrededor de 7,200 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.

DANDO UN PASO AL FRENTE PARA SER UNA FUERZA PARA EL CRECIMIENTO Y 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 través de nuestras acciones y productos, buscamos mejorar la calidad de vida de las personas, impactando a diferentes de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU

*El número de empleos aproximados es al cierre de diciembre

INSPIRADO, VALORADO Y EN CRECIMIENTO

Nuestros esfuerzos de ciudadanía reflejan las contribuciones de los empleados en toda la Compañía. Nuestros programas ayudan a garantizar que las personas de P&G se sienten inspiradas, valoradas, recompensadas, y con ganas de seguir creciendo mientras construyen el negocio y ayudan a mejorar las vidas en las comunidades donde vivimos y trabajamos.



"Trabajar para lograr un mundo más sostenible es un honor. Nuestras intervenciones en residuos cíclicos, cero desechos y recuperación de producto terminado no solo tienen los mejores beneficios comerciales sino que también nos permiten tener un impacto positivo en el medio ambiente."

Jaime Laisequilla Gerente de Compras en Recuperación de Activos



"Es nuestra responsabilidad desde nuestros diferentes roles reflejar las cosas como deberían de ser. Seamos agentes de cambio".

Patrick Aedo Director del cuidado Oral, Afeitado y Operaciones de marca



"Asegurar que todas las personas tienen las mismas oportunidades va más allá de un derecho; es un principio y un valor que como humanos debemos de fomentar y habilitar día con día".

Luis Abraham Hernández Director Senior de Operaciones y Líder del grupo de afinidad GABLE



"Poder contribuir al cambio social desde las marcas que manejo es una de las razones por las que amo mi trabajo. Me siento muy orgullosa de formar parte de un equipo motivado por crecer las marcas a través de este tipo de acciones."

Lorena Sultán APDOs Senior Brand Manager



"Cuando hablamos de equidad e inclusión, lo "normal" no debería de ser más que un ciclo de la lavadora."

Karin Fivaz Vicepresidenta de Finanzas



"Me inspira trabajar con equipos que hacen diferencia en la vida de las personas haciendo lo correcto. Soy afortunado de ser testigo del gran impacto positivo que logramos".

Giovan Reyes Director del Departamento Legal



"La equidad y la inclusión son un camino lleno de aprendizajes. Con cada paso que damos aprendemos algo nuevo, por lo que acciones pequeñas como abrir espacios de diálogo representan un gran cambio en el camino a una cultura inclusiva".

Alejandro Ramírez Director Senior de Compras para Operaciones de LA North Market



IMPACTO COMUNITARIO

Se trata de hacer lo correcto y estamos comprometidos a ser "Una fuerza para el crecimiento y una fuerza para el bien". Es por eso que nuestra gente y nuestras marcas hacen buenas acciones todos los días para ayudar a las comunidades a crecer.

**Marc Pritchard**

Chief Brand Officer



IMPACTO COMUNITARIO

“Por generaciones, hemos dado un paso al frente para asegurarnos de servir a los consumidores, apoyar a los colaboradores y ayudar a las comunidades en las que vivimos y trabajamos a superar desafíos inesperados al proporcionar las marcas con las que las personas cuentan para sus necesidades diarias de limpieza, salud e higiene.

Nuestras marcas ayudan a generar una sensación de normalidad en momentos de incertidumbre y están en una posición única para ayudar a las personas, especialmente a aquellas en comunidades vulnerables que se ven afectadas de manera desproporcionada en tiempos de crisis. Ser un buen ciudadano corporativo es fundamental para la esencia de quienes somos como empresa. Hoy sigue siendo una prioridad y seguirá siendo en el futuro, ya que estamos comprometidos a mejorar la vida de las personas alrededor del mundo, todos los días”.



Children's Safe
Drinking Water

ACCESO A AGUA LIMPIA PARA BEBER

En todo el mundo, casi mil millones de personas luchan cada día para tener agua potable, comúnmente, como consecuencia de desastres naturales. **A través de nuestro programa Agua Limpia para los Niños (CSDW), hemos proporcionado agua limpia a diferentes comunidades con los innovadores sobres purificadores de agua P&G.**

Trabajando en colaboración con más de 150 aliados en la promoción y la implementación, hemos alcanzado nuestra más reciente meta: **entregar 20 mil millones de litros de agua limpia para niños y familias sin agua potable en más de 90 países.**

De 2010 a la fecha, el programa ha entregado alrededor de 100 mil litros de agua en nuestro país incluyendo estados como Oaxaca, Chiapas, Veracruz y Puebla entre otros.

En 2022, con apoyo de Un Kilo de Ayuda logramos llevar agua limpia a más de 5,000 personas en comunidades del Estado de México. Gracias a esto, ellas gozaron durante poco más de 16 semanas de agua limpia para beber en sus hogares.



Fondo Unido México

FONDO UNIDO

La unión sigue haciendo la fuerza. Nuestra histórica alianza con Fondo Unido – United Way México, la cual ya es parte de nuestra cultura corporativa nos permite llegar más lejos, ayudar a más personas y encontrar innovadoras formas de liderar el cambio en las comunidades donde operamos.

Este año, través de iniciativas con nuestras marcas, clientes y colaboradores, contribuimos a cambiar la realidad de miles de niños y niñas mexicanos.

Escuelas de lluvia

En alianza con Isla Urbana, proyecto dedicado a contribuir a la sustentabilidad en México a través de la captación de lluvia, instalamos 16 sistemas de captación de lluvia y lavamanos en escuelas que padecen estrés hídrico beneficiando a más de 9,000 personas y trabajando con estas escuelas para generar una cultura del cuidado del medio ambiente y el cuidado de la salud.

[VER VIDEO](#) ▶

Fondo de impacto colectivo

Con el impulse de Fondo Unido – United Way Mexico, en conjunto con otras empresas, financiamos más de 5 proyectos de impacto educativo que beneficiaron a más de 50 mil personas.

Tu Super Con Causa

A través de una campaña multimarca, en la compra de productos de P&G y de la mano de Soriana Fundación, donamos dinero para instalar 35 rincones de la calma en ludotecas alrededor de la República Mexicana para fortalecer el desarrollo socio-emocional de más de 4 mil niños y niñas. Asimismo, capacitamos a las personas encargadas de la ludoteca en temas pedagógicos sociales y emocionales por medio de recursos y el desarrollo de una plataforma virtual para expandir el conocimiento.





DISASTER RELIEF Y HÁBITAT PARA LA HUMANIDAD



Mano a mano, producto por producto

En conjunto con **CADENA A.C.** A través de nuestros productos y kits de higiene, **apoyamos a más de 30 mil personas que se vieron afectadas por desastres naturales como heladas e inundaciones.**

Adicionalmente, con esfuerzos de nuestros colaboradores voluntarios del CEDIS San Martín Obispo y de Planta Alce Blanco, **armamos más de 500 kits de higiene para aminorar el impacto que tuvieron las heladas en comunidades purépechas de Michoacán.**

Fortaleciendo hogares, construyendo esperanza

Hábitat para la Humanidad México une a las personas para construir viviendas, comunidades y esperanza. Este año, P&G colaboró con orgullo en programas para promover la salud, la higiene y la igualdad de género. Impactando en 6 comunidades de Tonalá, Chiapas por medio de sistemas de saneamiento adecuado y mejoramiento del agua para consumo humano estamos trabajando el empoderamiento comunitario y fortaleciendo el acceso a viviendas dignas **para más de 129 personas.**

NUESTRAS MARCAS HACIENDO LA DIFERENCIA



Unidos contra el bullying

Continuando con el objetivo de **Head & Shoulders** en el que la caspa, el bullying y el ciberbullying no sean un problema más en la cabeza de los jóvenes, junto con **Fundación en Movimiento** superamos nuestra meta sensibilizando a **122,396** estudiantes y dimos **2,405** horas de asesoramiento psicológico a víctimas del acoso escolar.

Este 2022 llevamos el proyecto más lejos implementando el Método FEM, con el cual certificamos a 11 escuelas de nivel secundaria y bachillerato. **Con esta certificación, involucramos a más de 7,000 docentes, padres de familia y estudiantes, proporcionándoles herramientas para prevenir y atender el bullying.**



#CabezaEnAlto

Por tercer año consecutivo, **Head & Shoulders** junto con **Banco de Tapitas, Fundación Soriana y Yalitza Aparicio** participaron en la iniciativa Cabeza en alto, impulsando la donación de cabello para crear pelucas oncológicas. **Se han donado más de 1,800 trenzas para crear pelucas, y Head & Shoulders donará más de 100 quimioterapias.**



Promoviendo la detección oportuna del cáncer de mama

Por séptimo año consecutivo de la mano de **FUCAM** y en alianza con **La Comer y Garis**, realizamos **más de 100 mastografías gratuitas y estudios adicionales** que ayudan a tener una detección oportuna para pacientes con cancer de mama.



NUESTRAS MARCAS HACIENDO LA DIFERENCIA

Secret

Cambiamos lo que huele mal

Con la meta de buscar la reactivación económica de mujeres que estuvieron privadas de la libertad, **Secret** financió, en colaboración con Fondo Semillas, el Programa de Seguimiento en Libertad de La Cana, que comprende talleres, alianzas empresariales y acompañamiento **a más de 40 mujeres que salieron libres para impulsar su reinserción en el mercado laboral.**

Gillette  **Soriana** **SINTRATA**
Fundación

Surfeamos las redes sociales seguros con GILLETTE GAMING ALLIANCE

A través de la elaboración de Ami-bot, el Piloto de una herramienta digital e interactiva con la capacidad de brindar información preventiva y de reacción frente al ciberacoso a adolescentes en México, **Soriana Fundación, Sin Trata y Gillette están creando espacios virtuales más seguros para nuestros adolescentes.**

Oral-B  **Soriana**
Fundación

Llenando de magia la boca de las familias mexicanas

En conjunto con **Soriana Fundación, Oral B donó 1,512 kits de pasta y cepillo dental para promover la higiene bucal infantil** de las y los niños oaxaqueños que atiende Un Kilo de Ayuda. Adicionalmente, durante 2 meses, a través de UKA, se impartieron talleres a cuidadores principales para sensibilizar la importancia del cuidado e higiene bucal en la familia y en el Desarrollo Infantil.

NUESTRAS MARCAS HACIENDO LA DIFERENCIA



ACE por la educación

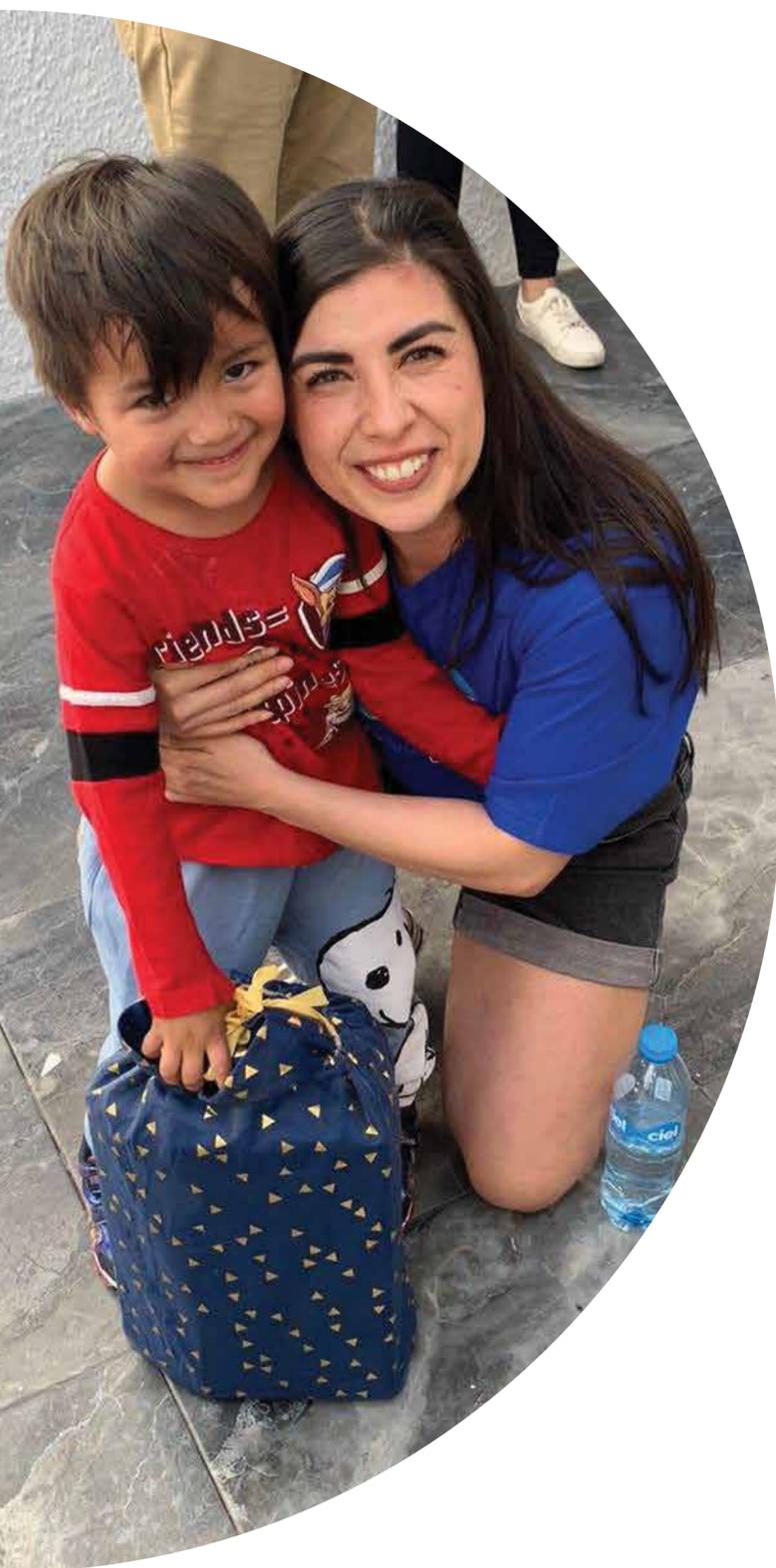
En conjunto con **Fondo Unido – United Way México** y nuestra marca de detergente **ACE**, dono un peso por cada producto comprado **logrando hacer entrega de 1,512 kits escolares** para el regreso a clase de niños y niñas en Oaxaca, Veracruz y Morelos, apoyando la economía de las familias y coadyuvando a disminuir la deserción escolar.



COMBATIENDO LA POBREZA MENSTRUAL

Always y Naturella donaron casi 225,000 toallas femeninas para fortalecer nuestro compromiso de combatir la pobreza menstrual.





DESDE ADENTRO HACIA AFUERA

P&G es un reflejo de nuestra gente. Nuestro compañerismo y trabajo en equipo seguirán siendo un distintivo de todas las personas que trabajan en P&G, porque trabajar con personas apasionadas y entregadas hace la diferencia.

A lo largo del año, desempeñamos en todas nuestras plantas de manufactura y oficinas esfuerzos coordinados por colaboradores buscando generar un impacto positivo en sus comunidades y en México.

Como todos los años, con más de **5,500 horas** de voluntariado distribuidas en innovadoras actividades para mejorar la vida en las comunidades en las que operamos, logramos involucrar voluntariamente a más del 24% de nuestro cuerpo laboral en acciones altruistas.

Actualmente, el **74%** de nuestros **colaboradores contribuyen** mes con mes a través de aportaciones vía nómina, destinando parte de su salario a nuestras diferentes causas.

Reforzando nuestro compromiso por ser una fuerza para el bien, como P&G, nos encargamos de igualar la cantidad donada por nuestros colaboradores, duplicando el monto aportado por cada persona.



EQUIDAD E INCLUSIÓN

Aspiramos a crear una empresa y un mundo donde la equidad y la inclusión sean alcanzables para todos, creando valor e impulsando el crecimiento de nuestros colaboradores, a través de nuestras marcas, con nuestros socios y en las comunidades.

**Shelly McNamara**

Chief Equality & Inclusion
Officer



EQUIDAD E INCLUSIÓN

"Estamos comprometidos a honrar la individualidad y las contribuciones únicas de nuestra gente y asegurar que cada persona se presenta a trabajar como realmente es, de manera completa y auténtica y sobre todo se siente segura de hacerlo.

Creemos que esto hace que P&G no solo sea un excelente lugar para trabajar, sino también una empresa más fuerte porque es a través de la diversidad de pensamiento que estamos más en contacto con los consumidores que servimos.

Para servir holísticamente a los consumidores de maneras que importan y que resuenan con ellos, necesitamos crear el tipo de diversidad y cultura inclusiva que ha sido probada, una y otra vez para dar vida a los mejores pensamientos e ideas".

CREANDO EQUIPOS DIVERSOS

En P&G, aspiramos a crear una empresa y un mundo donde la equidad 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 todas las personas.



Progreso de equidad de género en nuestra organización

Vicepresidentes y Directores Senior B4 y B5

Directores B3

Gerentes Senior y Gerentes B2 - B1

Asistentes Administrativos BTA

Personal técnico

	MÉXICO GO	TOTAL MX (exc. Techs)
BTA	50%	49%
B1	53%	52%
B2	61%	54%
B3	50%	46%
B4	52%	48%
B5	50%	50%
B6	0%	0%
TOTAL	53%	51%

	TOTAL MX
Techs	39%

SOMOS UNICOS Y ESTAMOS UNIDOS

Por medio de nuestros 4 grupos de afinidad, reforzamos una cultura de inclusión que promueve un entorno en donde la autenticidad de cada persona que trabaja en la empresa es respetada y valorada.

Equidad de género

Comunidad LGBTQ+ (GABLE)

Raza y etnia

Personas con discapacidad

ACCIONES POR LA INCLUSIÓN



La inclusión es nuestra misión

A través de **JUNTOS** y **Fondo Unido México**, por medio de cursos, talleres y capacitaciones **apoyamos a que 100 mujeres con discapacidad puedan tener una inclusión laboral o la oportunidad de emprender para poder ser más independientes**. Haciendo visible el crecimiento de nuestros colaboradores, con cada contratación o promoción que tenemos, estamos donando \$10 USD adicionales en su nombre para apoyar al emprendimiento de estas mujeres.



Construyendo Igualdad

Desde el 2018, hemos llevado a cabo **junto con Save The Children** distintas acciones orientadas a promover la equidad de género y la educación como derechos de los niños y niñas de México. En 2022, iniciamos la tercera fase del proyecto "**Construye Igualdad**", impactando a 19 comunidades a nivel nacional.

ACCIONES POR LA INCLUSIÓN



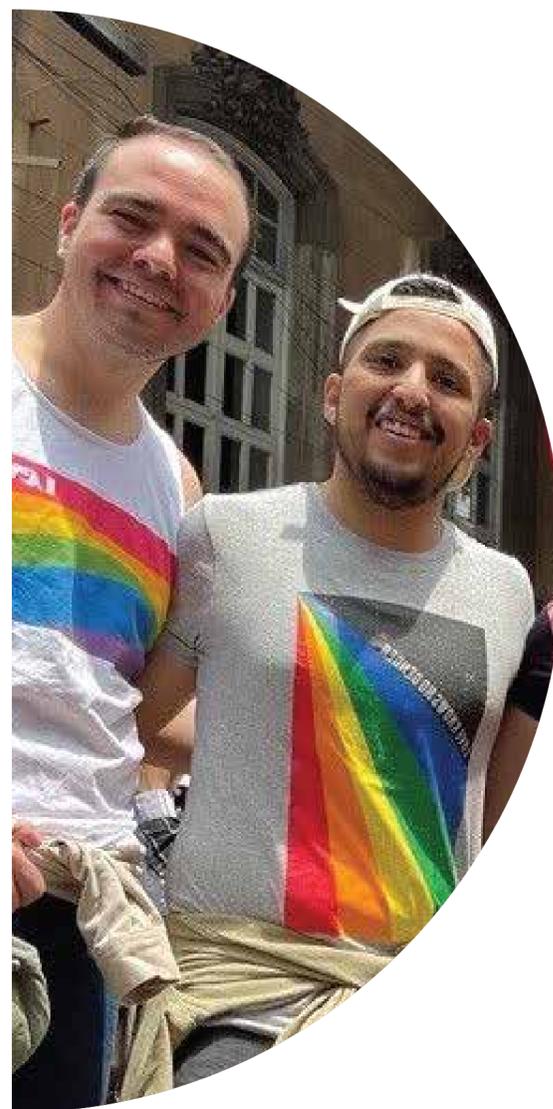
Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+ 2023

Por 6to año consecutivo, obtuvimos la certificación "Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+ 2023" por parte de la fundación **Human Rights Campaign Equidad MX**, alcanzando la calificación máxima de 100 puntos.



Distintivo Naranja

Nuestra Planta Naucalpan, fue acreedora al Distintivo Naranja por la igualdad laboral en las empresas 2022 otorgado por la **Secretaría de la Mujer del Estado de México**.



NUESTRAS MARCAS COMO AGENTES DE CAMBIO

PANTENE

Quince años por la inclusión Trans

En el marco del Día Internacional de Visibilidad Trans, **Pantene junto a Grey NY presentaron el cortometraje de Isa, una mujer trans quien a sus 44 años celebró su verdadera identidad como mujer festejando la simbólica fiesta de Quince Años** que nunca había tenido, buscando generar conciencia y sensibilizar a las personas para generar un impacto positivo en la comunidad hacia una sociedad más inclusiva.



No sudes, avanza

La desigualdad existe, pero no todas las personas lo saben. Muchos creen que es algo del pasado, pero nos está pasando, y tenemos que dejar de normalizarla. Las cosas pueden cambiar, y van a cambiar si nos unimos para hacerlo. **A través de su campaña No sudes, avanza Secret** forma parte de la causa, rompiendo paradigmas y cambiando lo que huele mal.



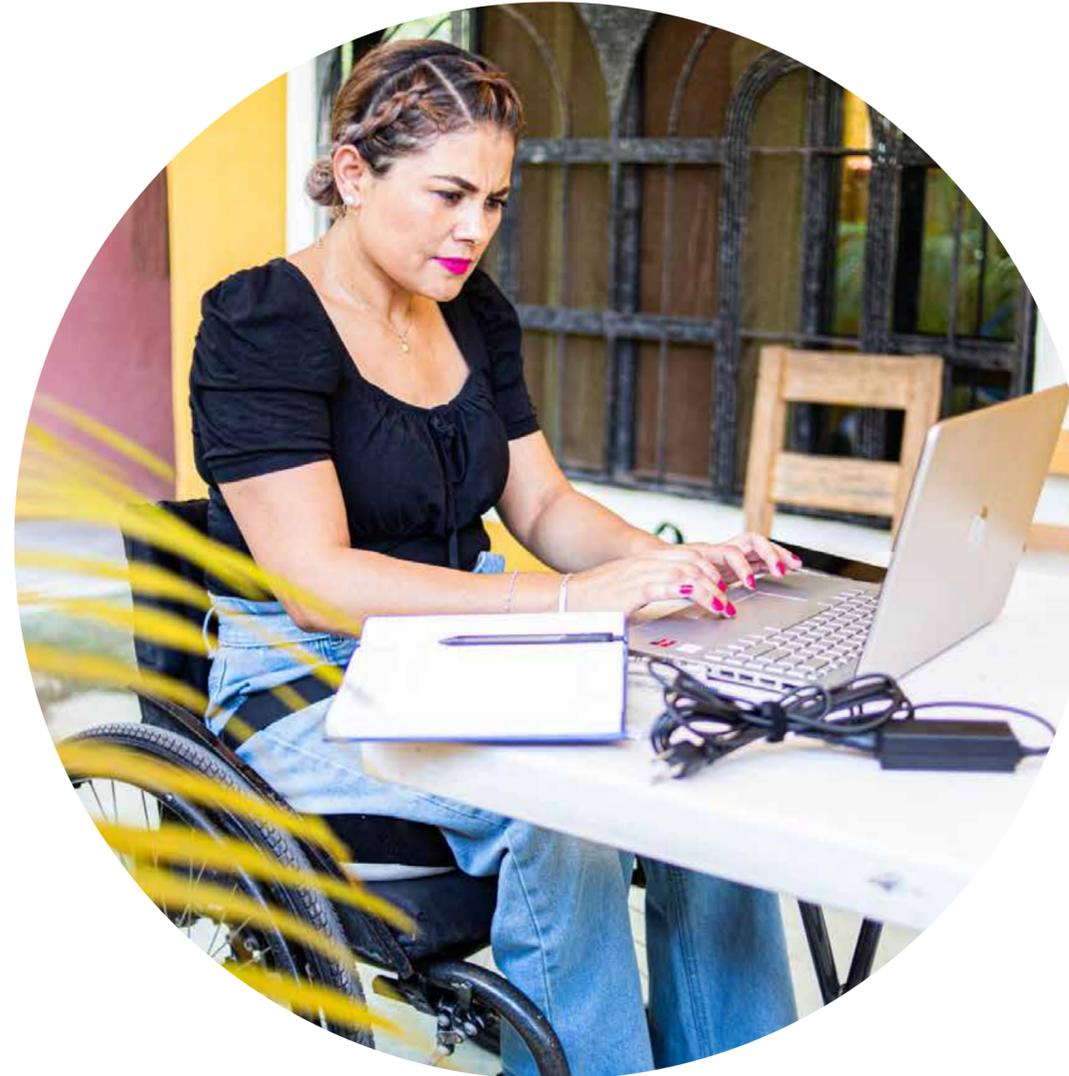
Viendo desde otros ojos con H&S

En el marco del Día Internacional de Personas con Discapacidad, **Head & Shoulders** intervino su comunicación haciendo que toda Latinoamérica viera su campaña borrosa en televisión, tal y como la podría experimentar una persona con discapacidad visual, **buscando generar conciencia para impulsar un cambio en la industria y campañas.**

OPORTUNIDADES SIN LÍMITES: ATRACCIÓN, RETENCIÓN Y DESARROLLO PARA COLABORADORES CON DISCAPACIDAD

Por medio de una revisión detallada y profunda de nuestros procesos de reclutamiento y atracción de talento, **hemos trabajado para que cada vez más podamos abrir nuestras puertas a personas con discapacidad.**

Seguiremos con este gran compromiso y responsabilidad de hacer que todas nuestras plantas y oficinas sean accesibles y estén reforzadas por una cultura de inclusividad y empatía.





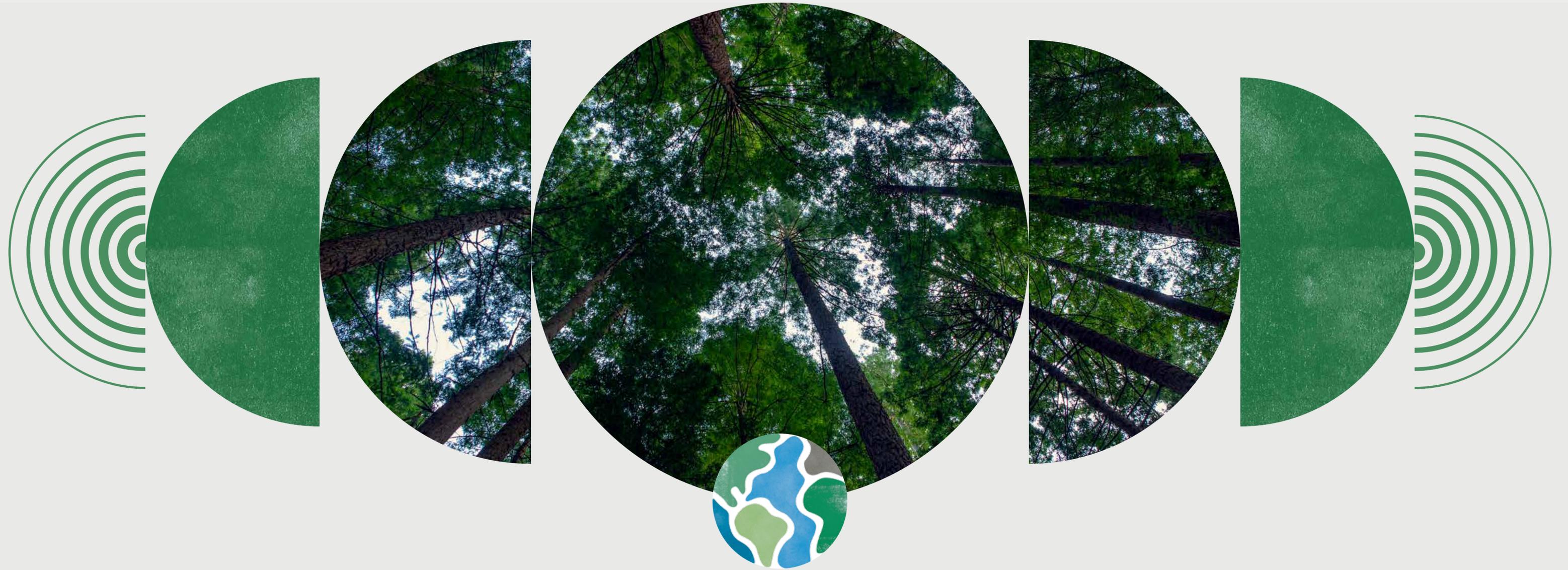
NUESTRAS VOCES DE LA EQUIDAD E INCLUSIÓN

Nuestra Vicepresidente de Finanzas, **Karin Fivaz**, nos **compartió en el foro INcluye** cómo a través de sus aprendizajes de vida, ella refuerza su compromiso por crear entornos incluyentes y como junto con P&G, lucha contra los estereotipos y las barreras que surgen alrededor de una persona con discapacidad.

Patrick Aedo, Director de cuidado Oral, **participó en el EWMS 2022, e-World Marketing Summit** creado por el Dr. Philip Kotler, donde nos compartió experiencias y reflexiones personales, las cuales construyen a reforzar nuestro compromiso de fomentar una publicidad que refleje el México en donde vivimos. Reflejamos el México en donde vivimos.

Alejandro Ramírez, nuestro Director Senior de Compras para P&G México y líder del grupo de afinidad MARC (Men Advocating For Real Change) nos **compartió su opinión en el Foro Modelo** sobre lo que verdaderamente es para él la equidad, y la importancia de reconocer nuestros privilegios, abrir espacios de diálogo y reconocer sesgos y vulnerabilidades como primer paso para desarrollar un entorno y cultura verdaderamente inclusivos.

Juan Carlos Trujillo, Presidente y Director General de P&G México **participó como invitado en el panel “Dos CEOs hablando de inclusión”** organizado por Scotiabank en el marco del día mundial de la mujer. Compartieron experiencias para crear conciencia desde la visión de negocio y el rol del hombre y de los líderes en la inclusión así como en la equidad de género.



SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL

La sustentabilidad ambiental está integrada en la forma en que hacemos negocios.
Es fundamental para nuestro propósito de mejorar vidas ahora y para las generaciones venideras.



Virginie Helias

Chief Sustainability
Officer



SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL

"Estamos comprometidos a mejorar la vida de las personas con superioridad irresistible que es sustentable.

Creamos valor haciendo de la sustentabilidad una parte integral de nuestros vectores de superioridad, construyendo sobre la fuerza de los pilares basados en la ciencia: Clima, residuos, agua y naturaleza. Estamos construyendo alianzas transformadoras para ayudar a resolver algunos de los desafíos globales más apremiantes del mundo donde podemos hacer la mayor diferencia".



AMBITION 2030 IT'S OUR HOME

Nuestras metas de **“Ambición 2030”** respaldan la capacidad de nuestra empresa y marcas para impactar positivamente nuestros hogares, nuestras comunidades y nuestro planeta. En la base está mejorar la calidad de vida de las personas en nuestras operaciones, cadena de suministro y las comunidades a las que servimos. Continuamos creando productos que fomentan el consumo responsable, reducen nuestra huella de fabricación y nos esforzamos por lograr cada vez más circularidad en nuestra cadena de suministro.

No podemos lograr estas metas solos. Esto requiere de alianzas entre los sectores privado, sin fines de lucro y público e involucra todos los aspectos de nuestro negocio. **Para obtener más información sobre nuestros proyectos y asociaciones en todo el mundo.**

[VISITE MAPEO DE NUESTRO IMPACTO !\[\]\(1eaf5fdb87c1089a828f0e3675767edd_img.jpg\)](#)





CLIMA

En P&G, establecimos una nueva ambición para lograr cero emisiones netas de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en todas nuestras operaciones y cadena de suministro, desde la materia prima hasta el minorista para 2040.

El Plan de Acción de Transición Climática de P&G cubre todo el ciclo de vida de nuestros productos y empaques, a través de la cadena de suministro, operaciones, uso del consumidor de nuestros productos, y fin de vida útil del producto. Nuestra oferta integral para acelerar la acción climática además incluye navegar por los desafíos clave que tenemos por delante.

OPERACIONES NEUTRAS EN CARBONO

Para 2020-2030, P&G se compromete a ser carbono neutral para la década (2020-2030) para nuestras propias operaciones (emisiones de alcance 1 y alcance 2).

Estamos priorizando el recorte de nuestras emisiones por operación tanto como sea posible. Para emisiones de residuos que no pueden ser eliminadas, utilizaremos soluciones climáticas naturales que eliminen y almacenen carbono.

Nuestras Plantas son Ejemplares

Milenio continúa sumando logros

Por tercer año consecutivo, nuestra Planta Milenio de Cuidado del Afeitado **obtuvo la certificación de Industria Limpia Nivel 2, otorgado por la PROFEPA (Procuraduría Federal de Protección al Ambiente).**

Además, lograron el **1er lugar en el concurso de eficiencia energética del estado de Guanajuato 2022**, en la categoría “Eficiencia energética eléctrica en Empresas Industriales Grandes.”

Tepeji es Cero Neto

Este año, nuestra Planta de Tepeji **recibió la certificación interna Net Zero GHG o Cero Neto Gases de Efecto Invernadero** por el uso de energías limpias y la eliminación de hidrocarburos, siendo la primera planta de P&G en Latinoamérica y de protección femenina de P&G en el mundo en recibir esta distinción.

Producción Responsable

Nuestra planta de Mariscala redujo considerablemente su consumo de agua por año y ya está adquiriendo **100% electricidad renovable**, habiendo reducido las emisiones de GEI de la etapa de producción en un **alrededor de 80%** comparando con 2010.



METAS Y PROGRESO EN REDUCCIÓN DE EMISIONES

OPERACIONES

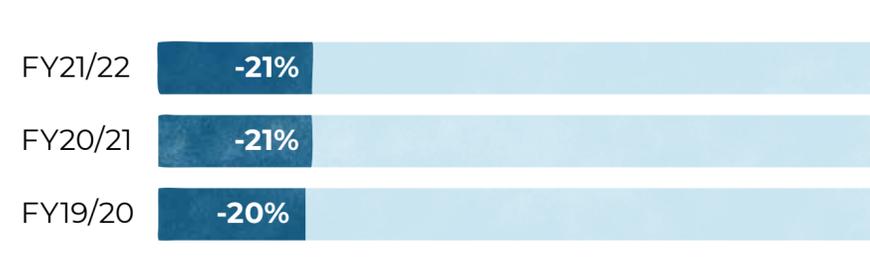
Continuamos impulsando el progreso hacia nuestras reducciones de emisiones en operaciones que superan nuestro objetivo de emisiones de GEI de Alcance 1 y 2 y acelerando nuestra compra de electricidad renovable. Para reducir aún más los GEI de Alcance 1 y 2, estamos desarrollando soluciones en sitios de fabricación piloto que podemos escalar globalmente hacia nuestra ambición Net Zero 2040.

OBJETIVOS	PROGRESO hasta el 30 de junio de 2022
Reducir las emisiones de GEI de Alcance 1 y 2 en un 50 % para 2030 frente a 2010	57% de reducción — Logrado
Comprar electricidad 100 % renovable a nivel mundial para 2030	99% de electricidad renovable a nivel mundial

AUMENTO DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA EN NUESTRAS OPERACIONES

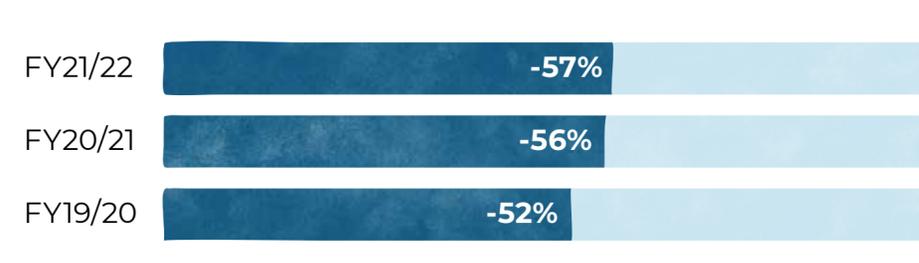
Reducción del Consumo de Energía por Unidad de Producción

Porcentaje de reducción vs. FY09/10



Reducción de GEI totales (Alcance 1 y Alcance 2)

Porcentaje de reducción vs. FY09/10



Energía y GEI

Total (unidades absolutas x 1,000)	2022	2021	2020
Consumo de energía (GJ)	62,340	63,077	62,816
Emisiones totales de GEI (toneladas métricas) ²	2,316	2,398	2,613
Alcance 1 — Emisiones directas de GEI (toneladas métricas)	2,160	2,238	2,221
Alcance 2 — Emisiones indirectas de GEI (toneladas métricas) ³	156	160	392



Para obtener información más detallada sobre las emisiones, incluido el Alcance 3, visite nuestro [portal ESG](#)

1 Validado por Science Based Target Initiative.

2 Emisiones totales de GEI = Alcance 1 + Alcance 2.

3 Emisiones de GEI de alcance 2 basadas en el mercado. Nota: Las emisiones de Alcance 2 basadas en la ubicación en 2022 fueron de 2 323 446 toneladas métricas.

Todos los datos hacen referencia a años fiscales.

METAS Y PROGRESO EN REDUCCIÓN DE EMISIONES

TRANSPORTE

Si bien los resultados de transporte de 2022 mostraron un ligero aumento en la intensidad de las emisiones, nuestros esfuerzos para aumentar el transporte intermodal y optimizar las tasas de llenado de contenedores **produjeron mejoras en la intensidad de las emisiones de carga** de productos terminados. Estos avances no superaron las interrupciones de la cadena de suministro de transporte marítimo en toda la industria. Somos optimistas de que nuestra mayor aceleración en regiones clave y un panorama global normalizado impulsarán reducciones durante el próximo año.

OBJETIVOS

PROGRESO hasta el 30 de junio de 2022

Reducir la intensidad de las emisiones globales de transporte de productos terminados aguas arriba en un 50 % para 2030 (frente a la referencia de 2020)

aumento del 2,9%

CADENA DE SUMINISTRO

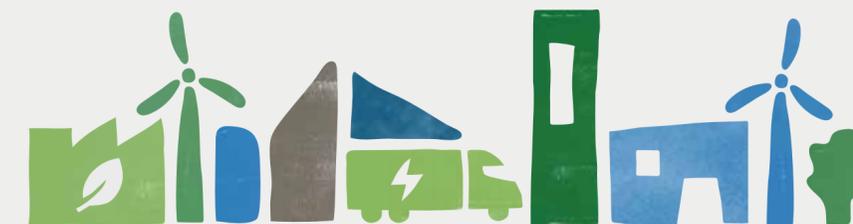
En 2021, ampliamos nuestro objetivo de la cadena de suministro para incluir todas las categorías de P&G, en línea con los objetivos aprobados de nuestra Iniciativa de objetivos basada en la ciencia. Al observar más de cerca nuestras emisiones de Alcance 3, ahora sabemos que ~10 % de nuestros ingredientes (lo que equivale a ~500 ingredientes individuales) representan ~90 % de las emisiones de nuestra cadena de suministro, **lo que nos permite enfocarnos hacia dónde podemos dirigirnos el mayor cambio y avance mejores soluciones.** Se informará de más avances cuantitativos en 2023.

OBJETIVOS

PROGRESO hasta el 30 de junio de 2022

Reducir las emisiones de la cadena de suministro en un 40 % por unidad de producción para 2030 (frente a la referencia de 2020)

Nuevo objetivo: el progreso se informará a fines de 2023



OPERACIONES NEUTRALES EN CARBONO PARA 2020-2030

P&G se compromete a ser neutral en carbono durante la década (2020-2030) para nuestras propias operaciones (emisiones de Alcance 1 y Alcance 2).

Estamos priorizando reducir nuestras emisiones operativas tanto como sea posible. Para las emisiones residuales que no se pueden eliminar, **utilizaremos soluciones climáticas naturales que eliminan y almacenan carbono.**

Puede leer más sobre el progreso hacia este objetivo en nuestro pilar de la naturaleza.

METAS Y PROGRESO EN DESPERDICIOS

Nuestras marcas, proveedores y socios continúan colaborando en una gama de soluciones sostenibles y en impulsar la circularidad para que el plástico se recolecte, recicle y reutilice.

Para realizar un seguimiento del progreso hacia nuestros objetivos, P&G considera que los envases son reciclables si existe una recolección, clasificación, procesamiento y mercados finales a escala para el material y el formato en al menos una geografía. No consideramos los residuos en energía y la conversión a combustibles como mercados finales adecuados.



~2X

Casi duplicamos nuestro uso de plástico reciclado en los últimos dos años

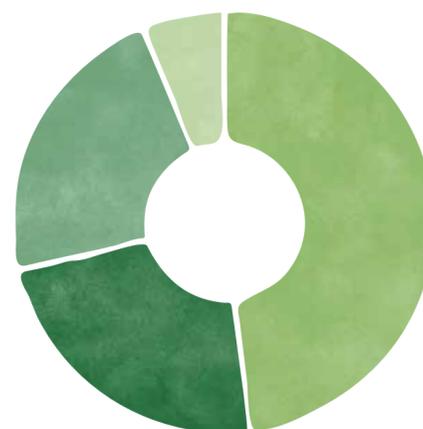
OBJETIVOS	PROGRESO hasta el 30 de junio de 2022
El 100 % de nuestros envases de consumo estarán diseñados para ser reciclables o reutilizables para 2030	~79% de nuestros envases de consumo están diseñados para ser reciclables o reutilizables
Reducir nuestro uso de plástico virgen derivado del petróleo en nuestros empaques de consumo en un 50 % para 2030 en comparación con la referencia de 2017	~8% de reducción de plástico virgen del petróleo en los envases
Cero residuos de fabricación al vertedero	Logrado y mantenido desde 2020

En 2021/2022, desviamos casi **675 000 toneladas métricas de desechos de fabricación del vertedero**, que es más pesado que

66 TORRES EIFFEL



Progreso hacia envases 100 % reciclables o reutilizables

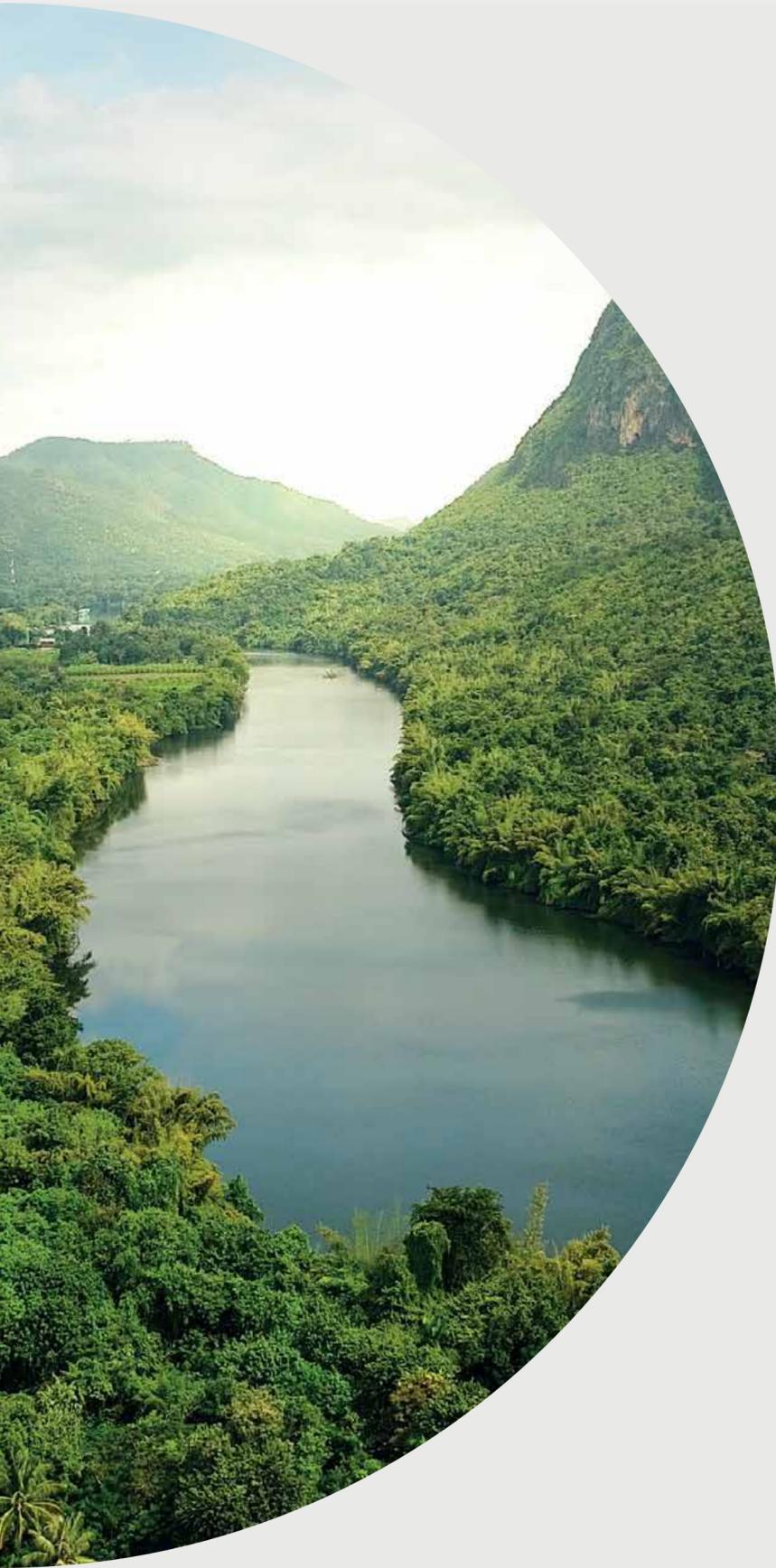


Tipos de resina utilizados en el embalaje

- PE (48.3%)
- PET (23.2%)
- PP (22.4%)
- Other (6.2%)

Datos y métricas: envases de plástico

Toneladas de envases de plástico	776,220 toneladas métricas
Toneladas de resina plástica reciclada	96,469 toneladas métricas
Porcentaje del total de resina utilizada que se recicló	12.4% toneladas métricas



En P&G, queremos ayudar a construir un futuro positivo para el agua que pueda sostener a las personas y la naturaleza, ahora y por generaciones futuras. Nuestra estrategia integral incluye la reducción del agua en nuestras operaciones, restaurar el agua en áreas con estrés hídrico, y responder a los desafíos del agua a través de la innovación y alianzas.

NUEVAS METAS DE RESTAURACIÓN DE AGUA

Sabemos que la falta de agua es un gran reto que nos toca resolver en conjunto y sobre todo en países como el nuestro, con gran escasez hídrica. **Desde hace 4 años establecimos metas al 2030 relacionadas al cuidado del agua**, y ahora estamos anunciando dos que se suman a nuestra estrategia integral global:

- 1. Restaurar más agua de la que se consume en la manufactura de nuestras 6 plantas de México y de otras 15 cuencas el mundo para 2030***, y
- 2. Restaurar más agua de la que se consume cuando se usan nuestros productos en las áreas metropolitanas de Ciudad de México y Los Ángeles.****

Lograremos estos objetivos mediante alianzas con organizaciones y proyectos de restauración que mejoren, gestionen y protejan los recursos hídricos.

[CONOCE MÁS SOBRE NUESTRA ESTRATEGIA GLOBAL AQUÍ.](#) 

[*] Agua que se evapora durante la fabricación de nuestros productos o se incorpora al producto terminado fabricado en estos sitios.

[**] Agua de fugas domésticas y evaporación durante el uso de nuestros productos.





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.

OBJETIVOS Y PROGRESO

Nuestras nuevas metas y proyectos se enfocan en **abordar el agua que no regresa a los sistemas locales de nuestras operaciones** y, por primera vez en nuestra industria, del uso de productos por parte del consumidor.

OBJETIVOS

PROGRESO hasta el 30 de junio de 2022

Reducir el agua en nuestras operaciones para 2030

Aumentar la eficiencia del agua en las instalaciones en un 35 % por unidad de producción (frente a una referencia de 2010)

27% de incremento por unidad de producción

Reciclar y reutilizar 5 mil millones de litros de agua en las instalaciones de P&G anualmente

3.300 millones de litros reutilizados anualmente

Restaurar el agua para las personas y la naturaleza en áreas con escasez de agua

Restaurar más agua de la que se consume

Nuevo objetivo — el progreso se informará a finales de 2023

Restaurar más agua de la que se consume

Nuevo objetivo — el progreso se informará a finales de 2023

Responder a los desafíos del agua a través de la innovación y las asociaciones

Proporcione agua potable limpia a niños y familias necesitadas en todo el mundo proporcionando 25 mil millones de litros de agua limpia para 2025 a través del programa CSDW

20 mil millones de litros de agua limpia proporcionados a través de programa CSDW

Acelere la innovación del agua a escala con la coalición 50 Liter Home

Se están planificando proyectos piloto de 50 litros Home City para varios países de todo el mundo

Permitir que nuestros consumidores reduzcan su huella hídrica

Las marcas de P&G continúan sus esfuerzos para desarrollar innovaciones que ayuden a los consumidores a usar menos agua en el hogar

AUMENTO DE LA EFICIENCIA DEL AGUA EN NUESTRAS OPERACIONES

Aumentar la eficiencia del agua por unidad de producción

Porcentaje frente a la referencia de 2010



3.300 millones de litros de agua reciclada y reutilizada en 2021/2022 equivalen a 1.320 piscinas olímpicas

Agua dulce extraída

Millones de metros cúbicos



OBJETIVOS Y PROGRESO

Un futuro positivo para el agua requiere soluciones generalizadas, desde la fabricación hasta el replanteamiento de cómo las personas usan el agua y los productos de P&G en los hogares, las comunidades y las ciudades, hasta la restauración del agua para las personas, la vida silvestre y la naturaleza.



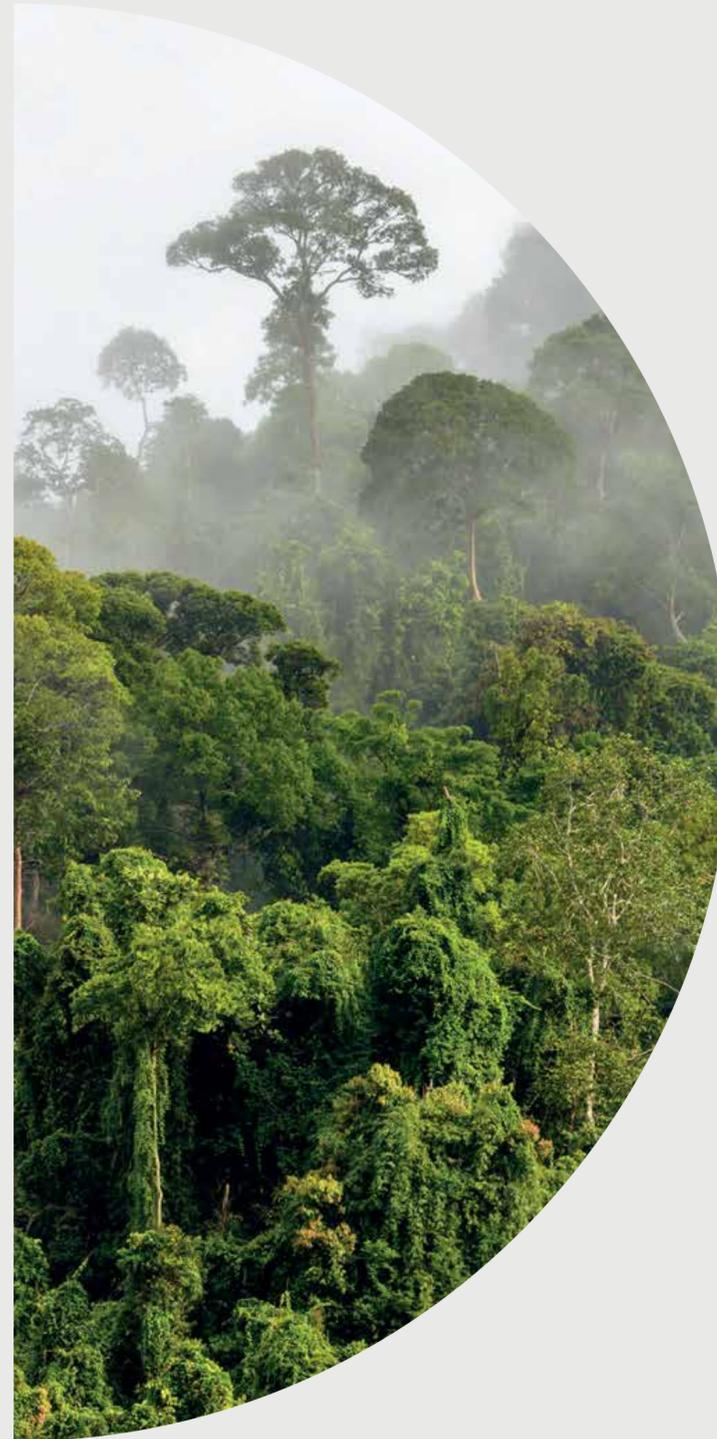
Usando el indicador de estrés hídrico de referencia de WRI Aqueduct, identificamos 18 cuencas prioritarias que experimentan estrés hídrico crónico. Cada área contiene una instalación de P&G y está ubicada dentro de un mercado principal de P&G donde más del 20 % de la población vive en una cuenca con alto estrés hídrico.



RESTAURACIÓN DEL AGUA: MEJORAR, GESTIONAR O PROTEGER EL AGUA

Para abordar los desafíos únicos del agua en las 18 áreas prioritarias con estrés hídrico, estamos trabajando con socios en el terreno que tienen un conocimiento profundo de los desafíos locales, las soluciones, las comunidades y los paisajes para apoyar proyectos a largo plazo. **Para nosotros restaurar el agua significa mejorar, gestionar o proteger el agua.**





NATURALEZA

En P&G, estamos comprometidos con la salud de los ecosistemas naturales a largo plazo ya que son esenciales para las personas, la biodiversidad y nuestro negocio. Nuestros esfuerzos comienzan con garantizar la responsabilidad y abastecimiento de productos básicos clave como la pulpa de madera, aceite de palma y empaque de papel que refleja nuestro compromiso con la producción responsable, el abastecimiento y respeto de la tenencia laboral humana y de la tierra en nuestras cadenas de suministro.

Además, vamos más allá de nuestra cadena de suministro directa para proteger, mejorar y restaurar los ecosistemas en más lugares, donde más importa. Nos estamos asociando e invirtiendo en soluciones basadas en la naturaleza para **impactar positivamente más de 600 mil hectáreas de tierra**, equilibrar las emisiones de carbono restantes de nuestras operaciones de fabricación en esta década y permitir resultados positivos para las personas y la biodiversidad.

OBJETIVOS Y PROGRESO

Estamos comprometidos con el abastecimiento responsable en nuestras cadenas de suministro de empaques de palma, pulpa de madera y papel.

OBJETIVOS

PROGRESO hasta el 30 de junio de 2022

Palmera

El 100 % de los aceites de palma utilizados en las marcas de P&G tienen certificación RSPO

Continuó manteniendo el 100 % de aceites de palma certificados por RSPO en nuestras marcas

Pulpa de madera

El 100 % de la pulpa de madera que obtenemos está certificada por un sistema de certificación reconocido mundialmente

Continuó manteniendo el 100% de pulpa de madera certificada por terceros. Como resultado de estos esfuerzos, Family Care también logró un 75 % de pulpa de madera certificada por FSC™, nuestra certificación preferida

Embalajes de papel²

El 100% de nuestros empaques de papel deben ser reciclados o certificados por terceros como contenido virgen.

>99 % reciclado o certificado por terceros

El 50 % de nuestros envases de papel virgen cuentan con la certificación FSC™ para 2025

Logrado — 68% FSC™ certificado

1 Aceite de palma, Derivados de aceite de palma, Aceite de palmiste, Derivados de aceite de palmiste.

2 Datos autoreportados por los proveedores. Las respuestas recibidas hasta la publicación de este informe representan ~95% del suministro total. No esperamos que el 5% restante tenga un impacto material en los resultados informados.



P&G se compromete a desempeñar un papel positivo en las comunidades y entornos en los que vivimos, trabajamos y obtenemos nuestros materiales.

“ ENABLING SMALLHOLDER TRANSFORMATION” UN PROGRAMA DE PALMA SOSTENIBLE DE 5 AÑOS

Los pequeños agricultores cultivan cerca del 40% de todos los racimos de frutas frescas de palma a nivel mundial. **P&G se compromete a trabajar con estos agricultores para permitirles transformar sus medios de vida a través de prácticas agrícolas más eficientes y sostenibles.** A través de alianzas en Malasia, establecimos un programa de capacitación, el Centro para Pequeños Propietarios Sostenibles, **con el objetivo de inscribir a 8000 pequeños productores dentro de cinco años.**

OBJETIVOS Y PROGRESO

OBJETIVOS

PROGRESO hasta el 30 de junio de 2022

Proteger, mejorar y restaurar ecosistemas críticos

Apoyar proyectos y socios sobre el terreno para:

Proteger, restaurar o mejorar más de 1,5 millones de acres de tierra importante para las personas, la biodiversidad y P&G

Avanzar en soluciones climáticas naturales y equilibrar nuestras emisiones de fabricación que no podemos eliminar en esta década

Nuevo objetivo: desarrollo de la cartera de proyectos en marcha

Colaboró con Conservación Internacional y otras ONG asociadas para establecer una cartera de proyectos de Soluciones climáticas naturales que, cuando se implementen por completo, se espera que alcancen el 77 % de nuestro objetivo, al tiempo que benefician a las personas y la biodiversidad; continuará construyendo la cartera para equilibrar las emisiones restantes para 2030



**Energía
Renovable**



**Eficiencia
Operacional**



**Soluciones
Climáticas
Naturales**

EL PAPEL DE LA NATURALEZA CON EL CLIMA

Las investigaciones han demostrado que las soluciones climáticas naturales pueden generar hasta un tercio de las reducciones de GEI necesarias en esta década para mitigar el cambio climático, al mismo tiempo que benefician a las personas y a la naturaleza.* Mientras continuamos reduciendo nuestras emisiones de GEI tanto como sea posible, también estamos avanzando en soluciones climáticas naturales para equilibrar nuestras emisiones de Alcance 1 y 2 que no podemos eliminar en esta década. Estos proyectos basados en la naturaleza **ayudarán a proteger y restaurar los bosques y otros ecosistemas, esenciales para las personas y la vida silvestre que dependen de ellos y los llaman hogar.**

UNIDOS POR EL CAMBIO

Vick cumple 100 años

Como parte de la celebración de su 100 aniversario y en agradecimiento a todos los mexicanos, **Vick en alianza con The Nature Conservancy inició el proyecto de plantar 100,000 árboles en el Parque Nacional Cañón del Sumidero** que serán cuidados y protegidos durante 5 años para asegurar su crecimiento.



Herbal Essences Siembra el Futuro

Herbal Essences se unió con el Jardín Botánico Real, Kew, para ayudar a replantar al menos 200,000 árboles en Veracruz, México a través del programa global #SiembraElFuturo, que tiene como objetivo ayudar a replantar tierras perdidas promoviendo la biodiversidad y los recursos para las comunidades, estamos ayudando a las comunidades de Veracruz a restaurar tierras amenazadas y a beneficiarse de las plantas nativas por generaciones.

Por cada botella de **Herbal Essences bio:renew comprada entre el 15 de marzo y el 30 de abril en nuestros diferentes puntos de venta, contribuyó a sembrar 1 árbol y así contribuir a la protección de la naturaleza.**





RESIDUOS

Los residuos plásticos en nuestro medio ambiente son un problema grave, especialmente cuando terminan en nuestros ríos y océanos. Es un desafío global complejo que requiere un enfoque colaborativo a lo largo de todo el ciclo de vida de los plásticos. Abordar este desafío e impulsar una mayor circularidad para los plásticos requerirán la colaboración entre múltiples partes interesadas, incluyendo a la industria, los gobiernos, la sociedad civil y los académicos. Si bien el plástico puede proporcionar reducciones de material de empaque, protección de productos y menos emisiones de gases de efecto invernadero por transporte, debemos usarlo y reutilizarlo responsablemente.

En P&G trabajamos para diseñar todos nuestros empaques de consumo para ser reciclables o reutilizables para 2030. Estamos inventando y creando escala para nuevas soluciones de reciclaje, utilizando materiales alternativos, y asociándonos externamente para ayudar a catalizar la gestión de residuos y uso de infraestructura para mejorar el acceso a la recolección — manteniendo el plástico en uso y fuera de la naturaleza.

A nivel global, nuestro compromiso para 2030 es que el 100% de nuestros envases serán reciclables o reutilizables. Actualmente más del 90% ya lo son. Reduciremos el uso de plástico virgen en nuestros envases en un 50%. Seguiremos avanzando hacia la economía circular para que ningún envase de P&G acabe en el mar.

ALIANZAS

Juntos por un Mejor mañana

Este esfuerzo nace en alianza entre **Nestlé, Walmart de México y Centroamérica y P&G con el apoyo de Ecolana** para fomentar la cultura del reciclaje en nuestro país. La intención es invitar a las personas a llevar sus residuos a los centros de acopio que pueden encontrar en ecolana app. **Gracias a la participación de los mexicanos pudimos reunir 15.4 toneladas de residuos entre marzo y junio de 2022.**

Además, en conjunto, abrimos dos nuevos centros de **#Reciclamanía** ubicados en el Walmart Supercenter Santa Elena en el Estado de México y Bodega Aurrera Chetumal Norte en Quintana Roo. Estos tienen la capacidad de recibir más de 230 toneladas de residuos durante sus primeros dos años de operación.

Socios por el planeta con Nestlé y Walmart

Colaboramos con **Sigma, Nestlé y SAMS** para promover el cuidado del medio ambiente entre las familias a través recuperación de residuos y educación sobre el reciclaje. Gracias a esta alianza, inauguramos 2 centros de reciclaje adicionales en Mérida y Uruapan.

Acuerdo Nacional de Plásticos / GEECI

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.



ALIANZAS

Reduciendo el Plástico en Empaques

Gillette y Venus emprendieron una actualización de empaque sostenible para hacer la transición de paquetes de afeitadoras recargables premium a una caja de cartón reciclable y sin plástico **hecha con al menos un 50% de materiales reciclados y papel certificado por el Forest Stewardship Council™ (FSC).**

Esta caja más sostenible ahora está disponible en todas las regiones de P&G a nivel mundial.



Gillette Planet Kind

Los rastrillos de línea **Planet Kind de Gillette presentan un enfoque ecoamigable y de consumo responsable.** Todos los envases de esta línea están hechos con plástico, aluminio y papel reciclado para hacer un mejor uso de nuestros recursos. Como parte de esta iniciativa, **nos sumamos al festival de Trees & Seas con Plastic Oceans A.C. y limpiamos 7 playas y bosques, recolectando más de tres toneladas de basura.**



ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Tras 75 años de experiencia en México y 185 años a nivel global, sabemos que un negocio sostenible y sólido depende de mantener una ética sólida, cumplimiento y estándares de calidad.



Susan Street Whaley

Chief Legal Officer
and Secretary



IMPACTO COMUNITARIO

"La gente de P&G es nuestro activo más importante, y en todo el mundo, nuestra gente vive nuestro Propósito, Valores y Principios (PVP) todos los días, liderando y guiando nuestras decisiones de negocio. Nuestra gente nos dice cada año que nuestros PVP son una razón clave por la que les encanta trabajar en P&G. La fuerza de nuestros PVP continúan creando una cultura sólida, asegurando que seguimos siendo una Fuerza para el Crecimiento y una Fuerza para el Bien".



COMPROMETIDOS A HACER LO CORRECTO

Para que nuestro trabajo de ciudadanía genere impacto, debe estar firmemente arraigado en nuestro Propósito, Valores y Principios (PVPs). Sin embargo, lo más crítico es que nuestros PVP y estándares cobren vida, formando la base a través de la cual nuestros empleados trabajan para mejorar la vida de los consumidores todos los días.

Estamos convencidos de hacer siempre lo correcto, y de que una cultura sólida de integridad y respeto genera confianza, interna y externamente.

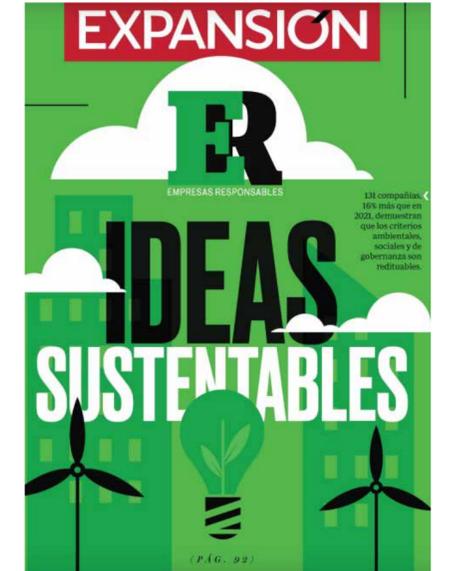
Consideramos nuestra cultura como una ventaja competitiva que permite a P&G ganar consistentemente con consumidores, clientes y accionistas.

Somos considerados al establecer prácticas de gobernanza basadas en principios en todo lo que hacemos. Esto abarca desde el diseño de nuestra estructura organizacional y cultura de liderazgo, hasta nuestro compromiso diario con la disciplina operativa, que impacta cada acción y decisión que toman nuestros empleados: desde el abastecimiento de ingredientes de calidad, seguros y producidos éticamente, hasta la distribución de productos que priorizan la seguridad, la transparencia y el bienestar.

Requiere que seamos reflexivos sobre las comunidades y las partes interesadas con las que trabajamos e impactamos. **En última instancia, nuestro enfoque al liderazgo en Ética y Responsabilidad Corporativa es nuestro compromiso de ganar tu confianza todos los días.**

RECONOCIMIENTOS 2022

Estamos orgullosos de estos reconocimientos que **demuestran nuestro impacto** como una fuerza para el bien y una fuerza para el crecimiento.



ESG FOR INVESTORS PROCTER & GAMBLE INVESTOR RELATIONS

[PGINVESTOR.COM](https://www.pginvestor.com) 