Estado de Información no Financiera Consolidado de Procter & Gamble España, S.A.U. (Sociedad Unipersonal) y sociedad dependiente

Ejercicio anual terminado a 30 de junio de 2022

Índice Página

I. ACERCA DE ESTE INFORME 3
I.A-Análisis de materialidad 3
II. MODELO DE NEGOCIO 4
III. GESTIÓN DE ASPECTOS NO FINANCIEROS 6
1. CUESTIONES AMBIENTALES 6
1.1 Gestión ambiental 6
1.2 Uso sostenible de los recursos 7
1.3 Consumo de agua 7
1.4 Contaminación 7
1.5 Consumo de energía 7
1.6 Cambio climático 7
2. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL 9
2.1 Empleo 9
2.2 Organización del trabajo 10
2.3 Formación 12
2.4 Accesibilidad 13
2.5 Igualdad 13
3. RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS 15
3.1 Aplicación de procedimientos de diligencia debida 15
3.2 Promoción y cumplimiento de las disposiciones de convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) 15
3.3 Políticas y prácticas de buen gobierno 15
4. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO 16
4.1 Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno 16
4.2 Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales 17
4.3 Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro 17
5. SOCIEDAD 19
5.1 Compromiso con el crecimiento y con el impacto positivo 19
5.2 Subcontratación y proveedores 19
IV. ÍNDICE DE CONTENIDOS 22

I. ACERCA DE ESTE INFORME

El presente Estado de Información No Financiera se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la **Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de información no financiera y Diversidad** aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre).

En su elaboración también se han considerado las directrices sobre la presentación de Informes No Financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE. Asimismo, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de **Global Reporting Initiative ("Estándares GRI")** por los indicadores seleccionados.

En este contexto, el Estado de Información No Financiera de Procter & Gamble España, S.A.U (Sociedad Unipersonal) y su sociedad dependiente (en adelante, el "Grupo" o, junto con todas las sociedades a nivel multinacional, "P&G") tiene como objetivo informar sobre cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal, así como aquellas relacionadas con la prevención de la corrupción, el soborno y los derechos humanos relevantes para el Grupo en la ejecución de sus actividades propias del negocio. Todas las políticas de P&G son de aplicación para el Grupo.

Finalmente, el presente Estado de Información No Financiera ha sido sometido a un proceso de **revisión externa independiente**.

I.A-Análisis de materialidad

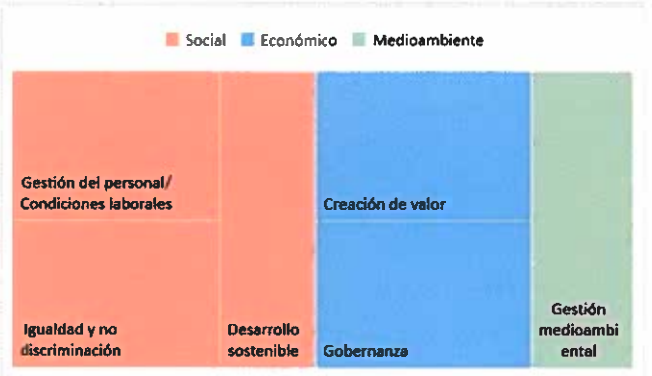
Para la elaboración de este informe y selección de sus contenidos se han tenido en cuenta los resultados del **análisis de materialidad llevado a cabo a nivel local**. Estos se han obtenido a través de un proceso tanto externo como interno.

En la fase de identificación de los asuntos relevantes también se ha observado el Global Materiality Process de P&G y se ha realizado una comparativa con otras compañías del sector, así como valoraciones de grupos de interés e individuos de la propia empresa.

La **metodología** de análisis de materialidad ha seguido las siguientes fases:

- Fase 1: Identificación y definición de asuntos relevantes.
- Fase 2: Definición de asuntos relevantes con los principios básicos de Procter & Gamble como Grupo multinacional.
- Fase 3: Contraste de resultados externo con empresas comparables del sector. Además, realizan valoraciones de grupos de interés y empleados de la empresa.
- Fase 4: Listado de temas materiales priorizado y validado. Y elaboración matriz de materialidad.

El listado de temas relevantes es:



II. MODELO DE NEGOCIO

Entorno empresarial
Las funciones que realiza P&G España y P&G Portugal son: Relaciones con el cliente, visibilidad en tienda del producto y previsiones de ventas, responsabilidad de las cuentas de clientes y logística y ejecución de actividades de marketing.

Organización global
El modelo de negocio de P&G se basa en categorías de producto que se gestionan en unidades operativas denominadas Unidades Sectoriales de Negocio *(Sector Business Units)*. Actualmente, el Grupo cuenta con seis Unidades Sectoriales de Negocio que engloban a **diez categorías de producto**: Cuidado de la ropa, Cuidado del hogar, Cuidado de la familia, Cuidado del bebé, Cuidado femenino, Cuidado personal y de la piel, Cuidado del cabello, Afeitado, Cuidado bucal y Cuidado de la salud.

Las Unidades Sectoriales de Negocio operan a nivel regional por medio de las Unidades Regionales de Negocio *(Regional Business Units)* que son responsables de la gestión integral del negocio y de los resultados para sus categorías en la región.

A nivel local, los grupos de Operaciones de Mercado *(Market Operations)* son responsables de la venta de los productos, así como de la ejecución de planes de precios, marketing y promoción de las Unidades Regionales de Negocio en los distintos países.

P&G cuenta, además, con otros grupos que prestan apoyo a las distintas organizaciones:

- Servicios de Negocio Globales (*Global Business Services*), que proveen de servicios centrales a todas las compañías P&G del grupo (compras, IT o gestión de las instalaciones).
- Funciones Corporativas (*Corporate Functions*) que proporcionan soporte funcional y administrativo a nivel global, regional y local (recursos humanos, legal, impuestos o tesorería).

Estructura organizativa en España y Portugal
El Grupo tiene una sociedad Dominante con sede en España (Procter & Gamble España, S.A.U.) y una sociedad dependiente con sede en Portugal (Procter & Gamble Portugal – Produtos de Consumo, Higiene e Saúde, S.A.).

El Grupo comercializa los productos de P&G en España y Portugal. Sus principales clientes son hipermercados, supermercados, tiendas de proximidad, farmacias, droguerías y perfumerías. Los artículos comercializados son fabricados por sociedades del grupo P&G.

Objetivos y estrategias
El modelo de negocio de P&G se basa en el éxito y continuo crecimiento de sus marcas, así como en la creación de productos innovadores.

Su objetivo pasa por ofrecer un servicio mejor que el de sus competidores en cada una de las categorías en las que desarrolla su labor y en cada uno de los países en los que está presente. Con este fin, las decisiones que adopta se toman siempre pensando en los consumidores. Asimismo, su estrategia de crecimiento se basa en ofrecer a sus consumidores la máxima excelencia en torno a cinco ámbitos: producto, envase, comunicación de marca, ejecución en tienda y ecuación de valor.

Para liderar el mercado, la innovación es fundamental. Durante sus más de 180 años de historia, esta ha formado parte del ADN de P&G. Es la forma de crecer, reducir costes y aportar valor. Para el Grupo la innovación comienza con el conocimiento del consumidor y sus necesidades, e incluye:

1) Innovación tecnológica: cambios en la composición del producto o del envase.
2) Innovación comercial: no implica cambios en el producto, pero supone el refuerzo del valor de la marca a través del marketing, cambios de precios o estrategias promocionales.

A lo largo de sus más de 50 años de presencia en España, el Grupo ha lanzado al mercado innovaciones de productos a través de sus marcas Ariel®, Gillette®, Pantene®, Dodot®, h&s®, Olay®, Oral-B®, Don Limpio® o Fairy®, entre otras.

Principales factores de riesgo
Los principales factores que pueden afectar negativamente al negocio del Grupo y a sus operaciones son los siguientes:

a) Riesgos de mercado: P&G a nivel mundial está expuesta a riesgos financieros por la variación de los tipos de interés o el tipo de cambio o en los precios de las materias primas, aunque en la península ibérica estos no son significativos. El negocio de P&G puede verse, asimismo, impactado por:
   I. Una reducción en la demanda de sus productos a consecuencia de un menor crecimiento económico o debido a cambios en las preferencias de los consumidores.
   II. Cambios en el mercado crediticio de sus proveedores o clientes.
   III. Insuficiente capacidad de respuesta ante variaciones en los factores competitivos y nuevos modelos de negocio emergentes.
   IV. Cualquier tipo de disrupción en el suministro de materiales.

   El Grupo evalúa la exposición al riesgo de manera centralizada y analiza localmente la solvencia de sus proveedores y clientes.

RC
RC

b) Riesgos de reputación: La reputación de P&G y la de sus marcas se basan en la relación con sus principales grupos de interés, incluyendo consumidores, clientes y proveedores. La calidad y la seguridad de sus productos es clave, de tal modo que los resultados del Grupo pueden verse afectados si una de sus marcas sufre algún daño importante en su percepción externa, ya sea por defecto en el producto, por algún litigio relacionado con el mismo, por impactos medioambientales, etc. Asimismo, comentarios negativos hacia la empresa o sus marcas en las redes sociales pueden generar publicidad adversa y, por ende, dañar la reputación del Grupo.

c) Seguridad de la información: Un incidente en este aspecto o en la operativa tecnológica, incluyendo ciberataques, el fallo en alguno de los sistemas de información clave del Grupo, redes, *hardware*, procesos, páginas operadas por el Grupo o por alguno de sus proveedores de servicios, ciberataque a un distribuidor, etc., pueden conllevar un impacto adverso en el negocio y/o en su reputación. Como parte de la revisión de riesgos que P&G realiza periódicamente se encuentra el programa de '*Risk Management*' que contempla los riesgos de ciberseguridad emergentes, así como de las medidas que toma el Grupo para estar protegida frente a ellos.

d) Cambios normativos o regulatorios: El negocio de P&G está sujeto a una gran variedad de leyes y regulaciones de los diferentes países en los que opera, incluyendo propiedad intelectual, marketing, protección de datos, derecho de la competencia, medioambientales, empleo, igualdad, anticorrupción, impuestos, contabilidad, etc. Adicionalmente, en España ciertas competencias están delegadas a las comunidades autónomas y algunas normativas puede variar en función de la Comunidad en la que se opere. La rápida evolución de las leyes y regulaciones puede suponer retos para el Grupo. El incumplimiento de la normativa y las posibles sanciones surgidas del mismo, pueden suponer un impacto material negativo en los resultados del Grupo.

e) Otros riesgos externos: La operativa de la empresa también puede verse afectada por el mantenimiento de acuerdos clave de fabricación y suministro y la gestión de la interrupción del negocio debido a diversos factores, incluidos los que están fuera del control del Grupo, como desastres naturales, actos de guerra (incluida la Guerra Rusia-Ucrania) o terrorismo o brotes de enfermedades; la gestión de las fluctuaciones y presiones de costes, incluidos los precios de los productos básicos y las materias primas, y los costes de mano de obra, transporte y energía.

RC
MC

III. GESTIÓN DE ASPECTOS NO FINANCIEROS

1. CUESTIONES AMBIENTALES

En P&G, la sostenibilidad ambiental está integrada en el negocio. Como empresa, tiene la responsabilidad de mejorar el planeta y se compromete a generar un impacto positivo en los hogares, las comunidades y el planeta. Sus objetivos están centrados en desarrollar innovaciones y productos que sean más eficaces y sostenibles. Así, el Grupo continuará reduciendo su huella ambiental, esforzándose, además, por adoptar enfoques más circulares en su cadena de suministro. Para ello, está llevando a cabo alianzas con organizaciones externas que buscan combatir, de manera conjunta, algunos de los problemas más difíciles y complejos de la actualidad.

"Ambición 2030" es el modelo de crecimiento sostenible de P&G que apoya a sus marcas a la hora de mejorar la vida de las personas, ahora y en las generaciones futuras. El modelo se construye sobre cuatro pilares basados en la ciencia: Clima, Residuos, Agua y Naturaleza, ámbitos en los que puede marcar la diferencia.

La organización se ha comprometido a alcanzar las metas de sostenibilidad fijadas para 2030. Los objetivos globales de P&G deben también reflejarse en las estrategias del Grupo, que las adapta y cumple en el ámbito local.

1.1 Gestión ambiental

El Grupo, consciente del impacto que su actividad puede tener en el medioambiente, ha llevado a cabo diferentes medidas encaminadas a prevenir los riesgos ambientales ligados a la misma.

Dentro de los efectos que la actividad de la empresa puede tener sobre el medioambiente destacan:

I. El consumo de agua en zonas con alto riesgo hídrico.
II. Las emisiones de gases de efecto invernadero.
III. La generación de residuos.
IV. Seguimiento del principio de precaución en las operaciones.

Consumo de agua en zonas con alto riesgo hídrico

Las oficinas se encuentran en zonas urbanas (Madrid y Lisboa) y están conectadas a la red de agua potable. Como parte de la cultura de empresa, se realiza un uso responsable y se han adoptado medidas en tal sentido, como el uso de grifos automáticos en todos los baños del edificio de oficinas de Madrid.

Emisiones de gases de efecto invernadero

La crisis climática afecta a todos los hogares y familias, en todo el mundo. Los últimos datos científicos han dejado claro que hay que tomar medidas urgentes y decisivas para evitar los peores impactos del cambio climático. Por esta razón, P&G ha decidido dar un paso adelante y se compromete a tomar las medidas necesarias mediante las cuales poder reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero allí donde sea posible. En este compromiso, el Grupo apuesta por la electricidad renovable y en la mejora de la eficiencia de los vehículos de su flota, que progresivamente va actualizando con modelos más eficientes y sostenibles en la medida en que van venciendo los contratos existentes.

En septiembre de 2021, P&G estableció una nueva meta para lograr cero emisiones netas de gases de efecto invernadero (GEI) en todas sus operaciones y cadena de suministro, desde la materia prima hasta el distribuidor. Asimismo, ha compartido un Plan de Acción para la Transición Climática que describe un enfoque integral para acelerar la acción climática y los principales desafíos que se avecinan. Además de los detalles de la ambición de P&G de alcanzar el objetivo de cero emisiones netas en 2040, este Plan cubre todo el ciclo de vida de las emisiones de sus productos y envases, a lo largo de la cadena de suministro, las operaciones, el uso de sus productos por parte de los consumidores y el final de la vida útil del artículo.

Esta ambición de cero emisiones reafirma las prioridades de la compañía de reducir las emisiones ahora, con las herramientas existentes, al tiempo que innova para seguir reduciéndolas en el futuro. Para las emisiones residuales que no puedan eliminarse, P&G utilizará soluciones naturales o técnicas que eliminen y almacenen el carbono.

Asimismo, el Grupo ha llegado a un acuerdo con EDP Renewables para la adquisición de energía renovable (PPA) a 15 años por 127,5 MW, lo que evitará la emisión de más de 130.000 toneladas de CO_2 anuales. El acuerdo está vinculado a dos parques energéticos que entrarán en funcionamiento a partir de 2023 y se localizarán en Peñaflor (Valladolid), con una capacidad instalada de 100 MW, y Sierra de la Venta (Albacete), con una capacidad instalada de 47,5 MW. De estos, 27,5 MW forman parte del PPA firmado con P&G.

P&G permite así la puesta en marcha de más capacidad renovable y se compromete a un suministro a largo plazo, realizando una importante inversión y generando valor medioambiental y social.

Generación de residuos

El *packaging* desempeña un papel esencial para hacerle llegar los productos a los consumidores. La protección del mismo, la seguridad del consumidor, la facilidad de uso y la comunicación de la información son algunas de las funciones críticas que cumple el envase. A la vez que P&G trabaja para garantizar que sus envases cumplen con los criterios de calidad y eficacia, también intenta impulsar una mayor circularidad de estos al final de su vida útil y está trabajando para que sean 100% reciclables o reutilizables.

En el Grupo existe la preocupación de que los residuos de plástico acaban en ríos y mares. Es un reto global complejo que requiere un enfoque integral y colaborativo en todo el ciclo de vida de este material. Abordar este reto e impulsar una mayor circularidad de los plásticos requerirá la colaboración de múltiples partes interesadas, como la industria, los gobiernos, la sociedad civil y el mundo académico.

En las oficinas de Madrid, para minimizar el uso de plástico, en Navidad se volvió a entregar a los empleados una "cesta sostenible", con la que el Grupo ahorró cerca de 100 kilos de plástico. Por otra parte, P&G ha participado de nuevo en la iniciativa "1m^2 contra la basuraleza" del Proyecto Libera, de SEO/BirdLife en alianza con Ecoembes, una campaña de recogida colaborativa para frenar las consecuencias de la basura abandonada en los espacios naturales, la basuraleza, en los diferentes ecosistemas españoles. El sitio escogido para la edición de 2022 fue Alcobendas, una recogida que se hizo de forma simultánea en más de 700 puntos del país, liberando los entornos naturales de 104 toneladas de #basuraleza entre todos los voluntarios participantes a nivel nacional, además de haber contribuido a la ciencia ciudadana, caracterizando un total de 69.134 residuos.

Asimismo, con el fin de concienciar sobre el impacto que tiene arrojar residuos a las playas, el Grupo ha participado en la tercera edición de la iniciativa "Mi Playa Sin Plásticos", junto a Carrefour y la organización medioambiental Paisaje Limpio. En el mes de octubre se desarrolló una jornada de limpieza en las playas de Parque Natural de las Dunas (Liencres, Cantabria) y Punta Entinas (El Ejido, Almería) y la costa valenciana de Gandía (Comunidad Valenciana), lugares elegidos entre otros doce parajes, que contó con la participación de empleados, clientes y voluntarios de las tres organizaciones.

1.2 Uso sostenible de los recursos

En los siguientes apartados se exponen tanto los datos de consumo del Grupo como las diversas medidas adoptadas para reducir la cantidad de recursos generados, así como para mejorar la eficiencia de su uso. Los datos que se presentan corresponden a las oficinas centrales de Madrid y Lisboa.

1.3 Consumo de agua

Una gestión sostenible de este recurso es de vital importancia para el Grupo. El consumo de agua del Grupo ha sido de 3.490 m^3, un 40% menos en comparación con el año anterior como consecuencia de las acciones de optimización llevadas a cabo en los inmuebles donde se ubican las oficinas del Grupo.

Consumo de agua (m^3)	TOTAL 2020/21	TOTAL 2021/22
	5.906	3.490

1.4 Contaminación

Las emisiones de Gases de Efecto Invernadero reportadas por el Grupo en el apartado de cambio climático corresponden a las emisiones de CO_2.

1.5 Consumo de energía

Durante el ejercicio anual terminado el 30 de junio de 2022, el consumo energético del Grupo ha sido el siguiente:

Consumo directo	TOTAL 2020/21	TOTAL 2021/22
Gas Natural (kWh)	251.726	113.785
Diésel (vehículos) (L)	384.129	362.893
Gas natural (L)	57	-
Gasolina (vehículos) (L)	115.620	221.729

Consumo indirecto	TOTAL 2020/21	TOTAL 2021/22
Electricidad (kWh)	862.527	552.041

El consumo de gas natural se ha reducido cerca de un 54% como resultado de las acciones de optimización llevadas a cabo en los inmuebles donde se ubican las oficinas de P&G. Por su parte, el consumo de combustible se ha incrementado debido a la mayor movilidad registrada en comparación con el año anterior, periodo en el que se vio muy limitada por la pandemia.

En cuanto al consumo de electricidad, se ha logrado una mejora del 36% gracias a las iniciativas de optimización y eficiencia energética implementadas, como la instalación de iluminación LED o sistemas de detección de presencia.

1.6 Cambio climático

El Grupo trabaja para minimizar la incidencia de sus actividades en el cambio climático. Para ello, en los últimos años ha apostado por el uso de energías renovables y la implantación de iniciativas relacionadas con la eficiencia energética.

En la actualidad, los vehículos de la flota de P&G tienen en su gran mayoría motores de combustión interna con tecnología diésel. A medida que venzan los contratos de leasing, el Grupo irá renovando gradualmente su flota de vehículos en los próximos años por coches más eficientes que permitan reducir las emisiones de carbono. Para ello, cuenta con un plan en el que incluyen coches híbridos, híbridos enchufables y 100% eléctricos en la lista de coches elegibles por el empleado, además de coches más eficientes en el consumo energético. Las oficinas de Madrid cuentan con diez puntos de recarga para coches eléctricos en el aparcamiento. Todo ello ayudará a seguir reduciendo la huella de carbono de P&G. Este año la media de emisiones de la flota ha sido de 108,97 g/km, mientras que en el FY 2020/21 esta ha sido de 132,93 g/km, lo que equivale a una reducción del 19%.

En relación con los vehículos, una de las iniciativas de mejora llevadas a cabo en 2022 ha sido el desarrollo de un curso online de conducción eficiente, en colaboración con un socio externo. Se invitó a participar a diez empleados, ocho de los cuales completaron el programa en el mes de abril. Los resultados no han sido todo lo positivo que se esperaba para recomendar su expansión al resto de la organización. Sin embargo, los participantes valoraron la adquisición de conocimientos, como técnicas al volante o saber reaccionar ante un accidente. Tras esta experiencia, el Grupo seguirá explorando nuevas y más eficientes formas de ahorrar combustible y reducir emisiones, además de continuar renovando su flota.

El detalle de las emisiones de alcance 1 y de alcance 2 es el siguiente:

Emisiones (tCO_2eq)	**TOTAL 2020/21**	**TOTAL 2021/22**
ALCANCE 1		
Gas Natural	51,09	20,48
Diésel (vehículos)	1.039,27	929,01
Gasolina (vehículos)	270,52	478,94
TOTAL ALCANCE 1	**1.360,88**	**1.428,43**
ALCANCE 2		
Electricidad	13,20	9,20
TOTAL ALCANCE 1+2	**1.374,08**	**1.437,63**

Se han utilizado los factores de emisión de DEFRA 2022.

En comparación con el año anterior el grupo ha aumentado sus emisiones en más de un 4% debido a la mayor movilidad registrada en comparación con el año anterior, periodo en el que se vio muy limitada por la pandemia. Las emisiones que el Grupo no ha podido eliminar o reducir, ha ayudado a mitigarlas a través de distintas iniciativas.

Recuperar olivos es una forma de luchar contra el cambio climático. Por ello, desde P&G se apoya la labor de ApadrinaUnOlivo.org de recuperar olivos centenarios como una estrategia eficaz para frenar la crisis climática. El objetivo es ayudar a mitigar la huella de carbono del Grupo en España y Portugal de una forma innovadora: recuperando olivos centenarios como alternativa a plantar nuevos ejemplares. Un árbol recién plantado necesita una media de 10 a 15 años para captar CO_2 de forma significativa, mientras que recuperando árboles el efecto es inmediato, además de sustentar la biodiversidad ya creada y hacer frente a la mitigación de incendios por sus estrategias de custodia del territorio en la recuperación y mantenimiento de los olivares y la generación de nuevas oportunidades en el entorno rural. Con el proyecto 'ApadrinaUnOlivo', el Grupo ayuda a mitigar una huella de carbono de 1.438 toneladas de CO_2 en España y Portugal gracias a la recuperación de 3.124 olivos en Oliete, Aragón. Desde 2020, P&G ha apostado por esta iniciativa, alcanzando ya los 6.952 olivos recuperados que forman parte del Olivar que apadrina.

En la misma línea, P&G se ha unido al proyecto Reforest'Action para regenerar cerca de 80.000 m^2 de bosque, con capacidad para almacenar 1.260 toneladas de CO_2, en las provincias de Valladolid, Burgos, Palencia, Soria, Salamanca, Zamora y Guadalajara con la plantación de 8.403 árboles autóctonos. El objetivo es recuperar los ecosistemas forestales afectados por los incendios para revitalizar así la biodiversidad local, fomentar el desarrollo del mundo rural y frenar la desertificación.

Dada la operativa del Grupo, no existe un riesgo significativo de protección a la biodiversidad.

Premios y reconocimientos

Las acciones desarrolladas en el ámbito medioambiental le han valido a la compañía los siguientes reconocimientos a lo largo del presente año fiscal:

1. **Green Beauty Awards 2022**, de la revista profesional Ventas de Perfumería y Cosmética: Bronce en la categoría 'Mejor iniciativa verde solidaria' por la iniciativa 'Apadrina un Olivo'.
2. **Green Beauty Awards 2022**, de la revista profesional Ventas de Perfumería y Cosmética: Bronce en la categoría 'Mejor novedad ECO Gran consumo' con el producto 'Champú Aloe Vera Herbal Essences: Herbal Essences Aguacate+Aloe Vera con ingredientes 97% naturales y con extractos botánicos certificados por el Real Jardín Botánico de Kew'.
3. **Green Beauty Awards 2022**, de la revista profesional Ventas de Perfumería y Cosmética: Plata en la categoría 'Mejor empresa comprometida con la sostenibilidad'.
4. **InnovaCción Premios Promarca 2021:** El sistema de botellas de aluminio recargable de Pantene, h&s, Herbal Essences y Aussie ha conseguido el 'Premio a la Sostenibilidad' y ha sido finalista en la categoría de 'Envases' de estos galardones, otorgados por PROMARCA. Un reconocimiento a la apuesta del Grupo por la reducción de residuos de envases, la reducción de plástico y su reutilización, y la reducción de la huella de carbono.
5. **Estrella Lean & Green:** gracias a la reducción del 20% de emisiones en nuestra actividad logística. Primera estrella otorgada por AECOC.

RC
RC

2. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

2.1 Empleo

Las políticas globales de P&G son de aplicación para todos y el Grupo y las adapta al ámbito local. Para P&G sus empleados son un reflejo de la sociedad a la que oferta sus productos, de ahí que en los procesos de reclutamiento, contratación y retención de talento trate de reflejar la diversidad de los mercados y consumidores a los que sirve.

Cabe destacar que la diversidad de habilidades y experiencias se desarrolla y potencia como motor de nuevas ideas, productos y servicios, lo que contribuye a que P&G consiga sus objetivos.

La aspiración de construir un mundo mejor para todos se enfoca tanto interna como externamente, potenciando un mundo libre de prejuicios y con igualdad de voz y representación de hombres y mujeres.

A lo largo del ejercicio, han colaborado con el grupo un total de 35 becarios que han podido comprobar de primera mano cómo se trabaja dentro de una organización y a los que se les han dado las herramientas necesarias para desempeñar su labor.

A 30 de junio de 2022 los datos relativos al personal son los siguientes:

Empleados por género	TOTAL 2020/21	TOTAL 2021/22
Hombre	346	356
Mujer	537	567
TOTAL	**883**	**923**

Empleados por categoría profesional	TOTAL 2020/21	TOTAL 2021/22
Managers	479	509
Técnicos y Especialistas	238	250
Personal de Operaciones	166	164
TOTAL	**883**	**923**

Empleados por edad	TOTAL 2020/21	TOTAL 2021/22
Menos de 30 años	182	186
De 30 a 45 años	416	421
Más de 45 años	285	316
TOTAL	**883**	**923**

Por tipo de contrato: género	Hombre 2020/21	Mujer 2020/21	Hombre 2021/22	Mujer 2021/22
Indefinido	343	524	356	559
Temporal	3	13	0	8
Tiempo parcial*	4	58	3	59
TOTAL	**883**		**923**	

Empleados por país	TOTAL 2020/21	TOTAL 2021/22
España	752	789
Portugal	131	134
TOTAL	**883**	**923**

Por tipo de contrato: edad	< 30 2020/21	30-45 2020/21	> 45 2020/21	TOTAL 2020/21	< 30 2021/22	30-45 2021/22	> 45 2021/22	TOTAL 2021/22
Indefinido	175	410	282	867	186	417	312	**915**
Temporal	7	6	3	16	0	4	4	**8**
Tiempo parcial*	10	28	24	62	5	28	29	**62**
TOTAL				**883**				**923**

Por tipo de contrato: categoría	Managers 2020/21	Técn. y Especialistas 2020/21	Personal Operaciones 2020/21	TOTAL 2020/21	Managers 2021/22	Técn. y Especialistas 2021/22	Personal Operaciones 2021/22	TOTAL 2021/22
Indefinido	447	234	159	867	508	246	161	915
Temporal	5	4	7	16	1	4	3	8
Tiempo parcial*	1	1	60	62	1	1	60	62
TOTAL	**479**	**238**	**166**	**883**	**509**	**250**	**164**	**923**

*El tiempo parcial no suma en el total, son contratos indefinidos parciales o temporales parciales.

	Género		Edad			Categoría profesional		
Número de despidos 2020/21	Hombre	Mujer	Menos de 30	De 30 a 45	Más de 45	Managers	Técnicos y Especialistas	Personal Operaciones
	5	18	3	10	10	3	6	14

	Género		Edad			Categoría profesional		
Número de despidos 2021/22	Hombre	Mujer	Menos de 30	De 30 a 45	Más de 45	Managers	Técnicos y Especialistas	Personal Operaciones
	13	11	5	6	13	8	9	7

Asimismo, el promedio de empleados durante el ejercicio terminado a 30 de junio de 2022 está disponible en la Nota de Personal de las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo. Cabe destacar que la remuneración de los puestos de trabajo es igual o superior al salario interprofesional de España.

Brecha salarial* (%)	**Menos de 30**	**De 30 a 45**	**Más de 45**
Managers	-0,34%	8,62%	-4,26%
Técnicos y Especialistas	-4,91%	-1,85%	-3,78%
Personal de Operaciones	11,54%	-2,79%	4,93%

(*) La fórmula utilizada para el cálculo de la brecha salarial es la siguiente: (Remuneración media hombres - Remuneración media mujeres) / Remuneración media hombres.
Conceptos retributivos incluidos: Salarios y complementos de expatriados, excluyendo bonus y retribución en especie.

La diferencia salarial del 11,54% que figura en el grupo de Personal de Operaciones menores de 30 años no es representativa, puesto que el número de personas en el mismo es inferior a 10 y solo hay un varón, cuya antigüedad es superior al promedio de sus compañeras, fundamentalmente por ser dos de ellas de reciente incorporación.

A 30 de junio de 2022 los administradores mancomunados de la Sociedad Dominante eran dos miembros, varones. Durante el ejercicio anual terminado el 30 de junio de 2022, los administradores mancomunados de la Sociedad Dominante no han devengado ningún tipo de retribución o dieta por dicha condición.

Procesos de selección

El Grupo busca incorporar el mejor talento a la vez que lucha por la igualdad y la inclusión. Y por ello realiza continuas campañas de sensibilización y concienciación en las que se comparten ejemplos reales que sirven para luchar contra potenciales comportamientos discriminatorios, de forma que las personas que participan en el proceso de selección sean conscientes de sus propios sesgos y no se dejen influir por ellos a la hora de entrevistar a los candidatos.

Por ejemplo, el Grupo ha trabajado, junto con la Fundación Universia, en el progama "Abilities to win", que busca sensibilizar y capacitar a los entrevistadores de la compañía en sesgos inconscientes a la hora de entrevistar y seleccionar a personas con discapacidad.

Discapacidad

La aspiración de P&G es que la igualdad y la inclusión sean alcanzables para todos en la empresa y en el mundo; el respeto y la inclusión son las piedras angulares de la cultura corporativa y, por ello, se busca que la igualdad de acceso y oportunidades para aprender, crecer, tener éxito y prosperar están disponibles para todos.

En cuanto a la adaptación sociolaboral, el Grupo cuenta con el programa 'REACH', que financia la realización de becas en la organización por personas con algún tipo de discapacidad con el objetivo de fomentar la plena integración de estas personas en la vida profesional. Trabaja también en dos iniciativas internas: la primera, para la formación del 'Leadership Team', a través de un programa Global 'Reverse Mentoring' donde los líderes reciben formación por parte de los empleados con discapacidad; y la segunda, para la formación de los empleados a través de eventos de sensibilización y cursos de formación como, por ejemplo, 'Ponte en sus zapatos", cuyo fin es que los empleados experimentaran en primera persona las barreras que se encuentra una persona con discapacidad.

A 30 de junio de 2022, el número de empleados con una discapacidad igual o superior al 33% era de 11.

2.2 Organización del trabajo

En España, la jornada semanal de trabajo en oficinas centrales, como establece el convenio colectivo, es de 38,75 horas, que los empleados han de realizar de lunes a viernes. En Portugal la política es la misma, debiendo cumplirse la jornada semanal de 39 horas, definidas en el convenio colectivo aplicable.

Para el Grupo es muy importante disponer de un ambiente flexible que favorezca a todos los empleados. Por ese motivo, cuenta con el programa **"flex@work"**, que tiene como objetivo facilitar la conciliación de la vida laboral y familiar. Las medidas contempladas en el programa pasan por:

MC

- Flexibilidad horaria, tanto para entrar como para salir al/del puesto de trabajo.
- Semana comprimida con opción de salir los viernes a mediodía.
- Reducciones de jornada y excedencias más favorables que las previstas en la ley.
- Posibilidad de teletrabajo, bien puntual o periódico, cuando el puesto lo permita.
- Accesos a los servicios de asistencia de "Mas Vida Red" (empresa externa que ofrece más de 120 servicios innovadores para resolver las necesidades personales y familiares, ahorrándoles tiempo y dinero, mejorando su calidad de vida), así como de "Vibrant Living" (programa interno enfocado en el bienestar físico preventivo y correctivo y que contempla desde la oferta de gimnasio, hasta sesiones de fisioterapia). Estos programas, mencionados anteriormente, están disponibles para todos los empleados.
- Los empleados con jornada partida reciben una "Ayuda Comida" cuando trabajan presencialmente. Complementariamente, existen políticas de dietas durante viajes, *caterings* subvencionados, etc.

Respecto al teletrabajo, hay que señalar que se ha formalizado esta modalidad y se han puesto en marcha acuerdos con aquellos empleados que lo han solicitado. Adicionalmente, con el objetivo de facilitar la conciliación, se ha incluido dentro del marco "*Workdays*" la opción de "*Work from Anywhere*", que abre la opción de trabajar sin necesidad de acudir a la oficina por un periodo máximo de cuatro semanas al año inmediatamente anteriores o posteriores a un periodo vacacional, mínimo de una semana

Bienestar y conciliación

Con el fin de acompañar a todos los empleados atendiendo a su diferente situación personal (personas solas, con hijos, con mayor o menor tolerancia a la frustración, ansiedad...), el Grupo continua desarrollando el **Programa Global de Bienestar "Vibrant Living",** bajo el lema "VAMOS A CUIDARNOS", haciendo mensualmente actividades para mantener el contacto e involucración. Entre las iniciativas realizadas destacan concursos creativos, presentaciones con personajes de gran calado (internos y externos), formaciones y sesiones para trabajar las emociones (gestión emocional, sesión con profesionales de la salud...).

El departamento Médico ha hecho seguimiento y acompañamiento a todo empleado que lo ha necesitado dando soporte médico y psicológico. Adicionalmente, todos los empleados disponen del servicio de ayuda al empleado, a través de 'Más Vida Red' para recibir apoyo psicológico gratuito y ayuda en diversas necesidades de la vida diaria. Este apoyo psicológico se ha reforzado desde la COVID-19 y se han añadido nuevos servicios como el de *coach* personal, también gratuito. Además, los empleados también disponen de apoyo psicológico a través del plan médico que P&G tiene contratado con Cigna.

Asimismo, en el contexto actual, existe la opción de teletrabajar tres días a la semana.

En el marco del programa europeo del Grupo de conciliación **'Compartir el Cuidado'**, y con el objetivo de impulsar la corresponsabilidad en el cuidado de los hijos, con medidas que eviten los sesgos de género y favorezcan de forma efectiva la igualdad de oportunidades para ambos progenitores, P&G lanzó la política **#Sharethecare**. Gracias a ella todos aquellos empleados que se conviertan en padres o progenitores en parejas del mismo sexo podrán disfrutar de un permiso parental complementado con el 100% de su salario base, complemento del que ya venían beneficiando las madres y padres en los permisos legales de maternidad y paternidad antes de la ampliación legal del permiso de paternidad. De hecho, no solo se complementa el salario, sino que este año el Grupo ha puesto el foco en potenciar y favorecer el contexto necesario para su disfrute.

Salud y seguridad

El Grupo tiene el compromiso de crear un ambiente de trabajo seguro y saludable para sus empleados, objetivo recogido en su Política de Prevención de Riesgos Laborales ("PRL") y en su programa Global de Bienestar llamado *"Vibrant Living"*. La práctica se centra en el cumplimiento de toda la normativa vigente, en el seguimiento de estándares reconocidos en materia de seguridad y salud, en la mejora continua, en la formación de los empleados sobre los riesgos a los que se pueden enfrentar en su labor diaria y en el cumplimiento de estos mismos estándares por sus proveedores y contratistas.

Los principales riesgos a los que se exponen los empleados del Grupo adscritos a oficinas y puntos comerciales, en cuanto a salud y seguridad se refieren, junto con las medidas preventivas dispuestas, son las siguientes:

- Uso de PVD (ordenador): A disposición de los empleados existen mesas y sillas regulables en altura, pantallas grandes, formación en ergonomía, PRL, así como sesiones de escuela de espalda y fisioterapeuta en oficinas. Además, se ha reforzado este año la formación en ergonomía y ergonomía en el teletrabajo.
- Viajes frecuentes en automóvil: Se ofrece formación en ergonomía, seguridad vial y PRL.
- Bipedestación prolongada (consultores de belleza y gestores de punto de venta): Se ofrece de forma regular formación en PRL.
- Manejo de cargas: Se realiza formación regular de manejo de cargas, suprimiendo estas funciones o limitando la cantidad de peso a las mujeres embarazadas.
- Estrés: Se realizan evaluaciones periódicas de riesgos psicosociales y, con el fin de reducir los niveles de estrés, se han ofrecido a los empleados diversas sesiones de *mindfulness*, respiración y charlas sobre temas psicológicos, cursos que facilitan la organización de trabajo, escucha activa, pensamiento positivo, entre otros.
- Con motivo del uso generalizado de la fórmula de teletrabajo, se han creado formaciones online, para facilitar la identificación de riesgos en casa y como minimizarlos al máximo.

NC
NC

A 30 de junio de 2022 los datos relativos al número de accidentes y horas de absentismo son los siguientes:

Índice de absentismo	Hombre	Mujer	TOTAL
2020/21	1,28	3,42	2,58
2021/22	1,07	3,50	2,56

Accidentes 2020/21	Hombre	Mujer	TOTAL
Nº de accidentes	1	8	9
Índice de frecuencia	0,98	5,05	3,46
Índice de gravedad	0,02	0,11	0,08

Accidentes 2021/22	Hombre	Mujer	TOTAL
Nº de accidentes (*)	1	3	4
Índice de frecuencia	0,99	1,86	1,52
Índice de gravedad	0,01	0,06	0,04

Frecuencia = (N.º de accidentes / N.º de horas trabajadas) * 1.000.000

Índice gravedad = (N.º de jornadas perdidas / N.º de horas trabajadas) * 1.000

(*)Los datos de accidentes se refieren accidentes con baja. Las horas de absentismo incluyen bajas de más de 3 días a partir del nº de días naturales de ausencia.

En el FY 21/22 el absentismo laboral ha sido de 67.224 horas. Se han mantenido el índice respecto del año pasado viéndose incluso el índice levemente disminuido con respecto al ejercicio anterior.

Las bajas por Covid asimiladas a accidentes de trabajo se han visto aumentadas en 198 jornadas ya que ha coincidido con la 6ª y 7ª hola de la pandemia.

El absentismo por accidentes de trabajo se ha visto reducido considerablemente el número de accidentes de 9 a 4, con una disminución de 651 horas. Cabe destacar también que, de los 4 accidentes, 2 han sido en itinere, suponiendo un total de 74 jornadas perdidas de las 118 totales.

Tanto el índice de incidencia, frecuencia y gravedad en accidentes se ven disminuidos con respecto al año anterior.

Desconexión digital

El Grupo cuenta con una política interna para la utilización de dispositivos móviles que manifiesta la importancia de asegurar el derecho de sus empleados a la desconexión digital. Su cumplimiento garantiza el respeto del tiempo de descanso, permisos y vacaciones, así como el de su intimidad personal y familiar. Junto con la publicación de esta política, se han ofrecido consejos a los trabajadores para facilitar su aplicación, bajo el paraguas del programa de *"Vibrant Living"*, mencionado anteriormente. Además, para minimizar el riesgo adicional generado por el teletrabajo en esta materia, el Grupo ha creado nuevas reglas de trabajo como no enviar correos electrónicos más tarde de las 19:00 horas o no concertar reuniones después de las 18:00 horas. De hecho, cuando se envía un correo electrónico fuera de los tramos horarios mencionados, el propio sistema sugiere que se envíe al día siguiente.

Relación con los representantes de los trabajadores

Para el Grupo, la colaboración entre la dirección y los trabajadores es un pilar fundamental para el buen funcionamiento del negocio y el bienestar de sus empleados.

P&G cuenta con un comité de empresa europeo denominado Euroforum, compuesto por representantes de todos los países europeos donde opera. En este foro se comparten iniciativas y se informa a los representantes de los trabajadores sobre los cambios organizativos que se van a producir a medio plazo y van a impactar a más de un país. Al margen de la reunión anual con todos los representantes del Euroforum, siempre que hay alguna comunicación relevante se les hace partícipes expresamente a los representantes de Euroforum tanto en España como en Portugal.

Convenios colectivos

A fecha de cierre del ejercicio terminado a 30 de junio de 2022, los convenios colectivos vigentes y aplicables a cada uno de los centros de P&G España son los siguientes:

- Oficinas centrales de Madrid: Convenio General de la Industria Química.
- Oficinas centrales de Lisboa: Convenio General de la Industria Química.

El 100% de los empleados están cubiertos por el convenio colectivo de aplicación.

2.3 Formación

Los empleados son el corazón del Grupo y la fuente de su ventaja competitiva. El éxito del Grupo depende de la gestión de su talento, que se construye, principalmente, a través de la promoción interna. Por este motivo, el desarrollo de políticas de formación, evaluación y recompensa son claves en el Grupo, al tiempo que la mejora continua y la innovación son imprescindibles para disponer de los mejores métodos y sistemas de desarrollo y gestión del talento y del liderazgo.

Para el Grupo es clave contar con un plan de formación integral e integrado que permita:

- Desarrollar a los líderes del mañana.
- Actualizar las habilidades de la organización en las nuevas tendencias digitales.
- Proporcionar las habilidades específicas de la función que desempeña cada persona.

A tenor de lo anterior, se puede decir que el Grupo cuenta con tres grandes áreas formativas:

- **Formación corporativa**: Enfocada en el desarrollo de habilidades de liderazgo, esta formación se dirige a todos los empleados, independientemente de su

departamento o nivel, siempre que el contenido del curso pueda ser de su interés y tenga una aplicación práctica. Los programas de formación ofrecidos por el Grupo derivan de un catálogo Global, que incluye:

- Cursos desarrollados internamente por P&G.
- Cursos externos proporcionados por las mejores agencias de formación.
- Sesiones de *mentoring* y *coaching* diseñadas para maximizar la efectividad del aprendizaje. En este grupo se engloban formaciones cuyo contenido es potenciar habilidades tan relevantes como el liderazgo, la gestión del tiempo, la negociación y la gestión de equipos, entre otras.

- **Formación digital**: Orientada hacia la actualización de habilidades para nuevas capacidades digitales y potenciando las existentes. Su metodología está diseñada para generar una cultura de aprendizaje continuo, de forma que cada empleado se sienta responsable de su propia formación y desarrollo, buscando continuamente formas de aprender y mantenerse actualizado. Se proporciona a todo el Grupo, a través de canales adaptados a las necesidades de cada colectivo. Algunos ejemplos son: módulos en formato de 'píldora de conocimiento', formación presencial y externa impartida por formadores independientes de prestigio, plataformas de aprendizaje *online*, etc.

- **Formación funcional**: Esta modalidad tiene como objetivo crear habilidades técnicas específicas de cada departamento. Se proporciona a colectivos homogéneos que pertenecen al mismo equipo o departamento adaptados al nivel de experiencia y a las necesidades de cada empleado.

Durante el ejercicio terminado el 30 de junio de 2022, se impartieron las siguientes horas de formación registradas en nuestros sistemas:

Formación	Horas 2020/21	Horas 2021/22
Managers	9.217	7.084
Técnicos y Especialistas	2.954	2.834
Personal de Operaciones	4.520	1.156
Total horas registradas sistema	**16.691**	**11.074**

Dado que gran parte de la formación que se imparte es abierta a los empleados sin que se lleve un control individualizado de la misma en los sistemas, se ha realizado una encuesta al 26% del Grupo recibiendo respuesta por parte de un 13%, que indica que el número de horas promedio al año se sitúa en 70 horas/año empleado. El número de horas es superior en mujeres que en hombres, siendo significativamente mayor el número de horas de formación entre personas de oficinas versus 'field', y ligeramente superior entre personal de managers versus el personal de operaciones y técnicos. Extrapolando los resultados de la encuesta a la población activa se obtiene un total de 64.389 horas de formación.
La reducción del número de horas de formación se debe a que en el pasado ejercicio, durante los meses COVID, las horas dedicadas fueron excepcionalmente altas ya que las circunstancias hacían necesaria una mayor inversión en formación y sesiones de acompañamiento a los empleados.

2.4 Accesibilidad
A fin de facilitar la entrada a los centros de trabajo del Grupo, los accesos pueden hacerse por medio de rampas o ascensores que permiten acceder sin barreras arquitectónicas a las plantas superiores. De igual modo, se dispone de plazas de aparcamiento, puestos de trabajo y aseos adaptados a personas con discapacidad física y movilidad reducida.

Asimismo, en 2021 y 2022 se han motorizado las puertas de entrada a la zona de oficina para facilitar el acceso de personas con movilidad reducida.

Con respecto a las iniciativas de las marcas, el equipo de Marketing trabaja un proyecto de 'Adaptación a Audio Descripción' de las publicidades del Grupo. El 25% de la publicidad es audio-descrita y el 70% subtitulada.

2.5 Igualdad
La igualdad y la inclusión están profundamente arraigadas en los propósitos, valores y principios de P&G. Más allá de las diferencias visibles, el Grupo reconoce y valora que sus empleados tienen distintas tradiciones, experiencias y puntos de vista. Por eso, en un mundo cada vez más interconectado P&G cree apropiado celebrar la diversidad, dar igualdad de oportunidades y trabajar decididamente por la inclusión.

La misión de P&G en materia de Igualdad e Inclusión es: '*Cada uno valorado. Cada uno incluido. Cada uno desarrollándose hacia su máximo potencial*'.

Del mismo modo, el Grupo está comprometido con alcanzar el equilibrio de género en todos los niveles de la empresa, sin dejar de hacer progreso sostenido a través de una organización diversa e inclusiva en la que los empleados puedan desarrollar su máximo potencial.

Entre las medidas puestas en marcha en este ámbito destacan:

- **Redes de mujeres:** Las redes de mujeres existentes especialmente en las áreas de Finanzas, Logística (Product Supply) y Tecnología de la Información que se reúnen al menos una vez al año para compartir experiencias.
- **Promoción de grupos de afinidad:** Creados para visibilizar los intereses de los empleados de P&G. Más allá del grupo de género, destaca un grupo específico para las personas con discapacidad, distinta etnia y un grupo formado por el colectivo LGBTI+ y aliados.

En P&G se organizan sesiones para reforzar el compromiso del Grupo con los valores de igualdad e inclusión. En este ejercicio se organizaron conferencias con expertos, así como un panel con líderes de la organización en el que compartieron su perspectiva y la del Grupo en temas de interés manifestados por los empleados en materia de igualdad de género. Por otro lado, el grupo de afinidad de etnia realizó una sesión en la que

empleados de distinta etnia/raza compartieron su experiencia y respondieron preguntas de sus compañeros. Desde el Grupo de personas con capacidades diferentes se realizó un taller experiencial para que cualquier persona de la organización sintiera de primera mano qué se siente yendo en silla de ruedas, teniendo problemas auditivos o de visión, entre otros, para ser más conscientes de las barreras que aún existen hoy en día para este colectivo. De un modo más general, y como base de los anteriores talleres / sesiones, se ofreció una formación abierta a toda la organización sobre sesgos inconscientes. Adicionalmente, se ha lanzado una encuesta a toda la organización, para conocer de primera mano el conocimiento sobre la realidad de las minorías para identificar oportunidades y áreas de trabajo.

Gracias a la labor del Grupo en este terreno, en los últimos años, ha recibido diversos galardones, por ejemplo:

- **Premio UUPRIZE al Intraemprendimiento**, concedido a empresas que apuestan por el emprendimiento femenino y la reducción de la brecha de género, otorgado por W Startup C en la V edición de 'Inspiring Women Leaders in the Digital Era'.
- **Galardón de oro en los Premios Best in Beauty** a la campaña 'Ariel, Los roles cambian', que invita a los jóvenes a que reflexionen y se conciencien de la corresponsabilidad en las labores domésticas y a avanzar en términos de igualdad.
- La directora general de Procter&Gamble para España y Portugal, Vanessa Prats, incluida entre las **500 mujeres más influyentes de España**, según el prestigioso listado elaborado por *Yo Dona* en su número especial 'Poder Femenino'. Igualmente, aparece en el ranking **"Top 100 Mujeres Líderes en España"**, elaborado por *Mujeres&Cia.*
- P&G España ha sido galardonada con el premio global por el trabajo realizado en subtitular y audiodescribir anuncios, siendo pionera tanto dentro de la compañía como externamente.

P&G España cuenta con personas de más de 31 nacionalidades por lo que, entre otros factores de diversidad en el Grupo, se trabaja en asegurar la inclusión como evolución natural de la diversidad.

Adicionalmente, P&G trabaja la diversidad en su sentido más amplio, contando de igual modo con un plan de igualdad del que se realiza un seguimiento periódico para garantizar y afianzar la consecución de los objetivos propuestos.

Todas esas políticas e iniciativas han llevado a P&G a liderar en 2021 por primera vez el ranking MERCO Sectorial de Droguería y Perfumería, siendo reconocida, además, como la empresa con mayor responsabilidad ESG del sector.

MC
MC

3. RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS

P&G es reconocida, tanto nacional como internacionalmente, por su compromiso con la defensa de los derechos humanos, lo que se ha materializado en el reconocimiento de la 'Human Rights Campaign' como 'Best Places to Work' del Corporate Equality Index 2020.

3.1 Aplicación de procedimientos de diligencia debida

En 2014, P&G publicó su Declaración de Política de Derechos Humanos a través de la cual muestra su 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. Dicha política también se aplica plenamente a nivel local en el Grupo.

Los empleados e individuos involucrados en las operaciones y en la cadena de suministro extendida de P&G disponen de múltiples vías para reportar violaciones de la ley o de las políticas del Grupo. Entre otras, la organización dispone de una Línea de Ayuda de Conducta Empresarial Mundial, que cuenta con un tercero independiente las 24 horas del día, los siete días de la semana, e incluye, donde lo permita la legislación local, una forma anónima de reportar inquietudes. P&G se compromete a revisar todas las denuncias de irregularidades con equipos capacitados que garantizan investigaciones exhaustivas, imparciales y basadas en hechos. Una investigación adecuada es esencial a la hora de promover una cultura de integridad, reduciendo la probabilidad de que ocurran incidentes y aumentando la voluntad de plantear preocupaciones de manera proactiva. Las represalias por plantear inquietudes de buena fe son incompatibles con los valores corporativos de integridad y confianza y, simplemente, no son toleradas por el Grupo.

3.2 Promoción y cumplimiento de las disposiciones de convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)

El **Manual de Conducta Corporativa** (o 'Word Business Conduct Manual' - WBCM por sus siglas en inglés) del Grupo muestra el compromiso de P&G con el respeto como valor fundamental en el lugar de trabajo. Entre otras prácticas y comportamientos especialmente protegidos, se encuentran:

I. La libertad de asociación y la negociación colectiva.
II. La lucha contra la explotación infantil.
III. La condena del trabajo forzoso.

Los puntos II y III anteriores están expresamente regulados y prohibidos por la normativa española y portuguesa.

I. Libertad de asociación y negociación colectiva

P&G respeta el derecho de sus empleados a elegir afiliarse o no a un sindicato o contar con una representación reconocida de acuerdo con la legislación local. Cuando están representados por un sindicato o representante legalmente reconocido, el Grupo se compromete a establecer un diálogo constructivo con respecto a los intereses tanto de los empleados como de la empresa. Para ello, negocia de buena fe con dichos representantes según las leyes locales.

Estos principios son de estricta aplicación a todos los trabajadores, independientemente de su situación laboral, ubicación, acuerdos contractuales o función. La aspiración del Grupo es que:

- Todo trabajador tenga libertad de movimiento: La capacidad de los empleados para moverse no debe ser restringida por su empleador a través de abusos, amenazas y prácticas como la retención de pasaportes y posesiones valiosas.
- Ningún trabajador pague por un trabajo: Los honorarios y costes asociados con el reclutamiento y el empleo deben ser pagados por el empleador, no por el empleado.
- Ningún trabajador esté endeudado u obligado a trabajar: Los trabajadores deben trabajar libremente, conscientes de los términos y condiciones de su trabajo en anticipo, pago que se realizará regularmente según lo acordado.

3.3 Políticas y prácticas de buen gobierno

Las directrices del Grupo en cuanto a la conducta comercial proceden de su propósito, valores y principios. Así, no solo se preocupa por los resultados, sino también por cómo se alcanzan. No se toleran ni aceptan actividades que empleen prácticas ilegales o poco éticas para lograr resultados. Para ver en detalle las políticas de buen gobierno se puede consultar el siguiente documento https://es.pg.com/politicas-y-practicas/

Todos los años los empleados del Grupo dedican una semana a diferentes entrenamientos relacionados con la gestión correcta del negocio denominada **"Do the right thing week"**, contando con la participación del equipo de liderazgo. Este año se realizaron entrenamientos sobre los pilares del manual de conducta, casos de estudio, medidas de control de buen gobierno en ventas, seguridad de datos e información y redes sociales.

P&G ha puesto a disposición pública a nivel global un portal ESG en el que se puede conocer toda esta información con más detalle.

4. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

La prevención de la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales es un elemento esencial en la gestión corporativa de P&G. Por ello, la organización ha llevado a cabo un estudio con el objetivo de identificar los diferentes riesgos en este ámbito a los que está expuesta debido a su actividad.

Dentro de los riesgos potenciales se encuentran el delito de corrupción entre particulares y el de blanqueo de capitales. Asociados a estos actos ilícitos existen diferentes sistemas de control en forma de políticas, procedimientos o principios generales. Entre los documentos diseñados para llevar a cabo esta vigilancia se encuentran:

a) Manual Global de Conducta Corporativa ("WBCM").
b) Política de Anticorrupción y Sobre Contactos Apropiados con funcionarios de Gobierno.
c) Políticas específicas para la regulación de las interacciones con profesionales y organizaciones médico-sanitarias.
d) Política específica de prevención de blanqueo de capitales.
e) Políticas de mitigación de riesgos de este tipo de conductas ilícitas.

Tal y como se ha indicado anteriormente, todas las normas de P&G en relación con la lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales son de aplicación para todo el Grupo.

Manual Global de Conducta Corporativa

El Manual Global de Conducta Corporativa (WBCM, por sus siglas en inglés) describe las normas que todo empleado, incluida la dirección, debe cumplir en el negocio. Este manual se basa en **cuatro valores esenciales**:

- Hacer siempre lo correcto.
- Tratar los activos del Grupo con el mismo cuidado que los propios.
- Comportarse teniendo en mente el éxito a largo plazo del Grupo.
- Realizar las operaciones en estricto cumplimiento de la ley y del Manual, tanto en su letra como en su espíritu.

El WBCM incluye diferentes apartados en los que se detallan las conductas que todo empleado debe mantener en relación con:

- La prevención del soborno y las transacciones comerciales indebidas.
- Los conflictos de interés.
- La gestión regular de los negocios.

4.1 Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno

Dentro de la normativa interna que incluye el Manual Global de Conducta ("WBCM"), y en desarrollo de algunos de sus principios como la prevención de la corrupción y el soborno, existen las siguientes políticas:

Política de anticorrupción y sobre contactos apropiados con funcionarios de gobierno

El Grupo cuenta con una política global dirigida a la prevención de la corrupción y de la prevención del mantenimiento de contactos inapropiados con trabajadores de la Administración Pública. El principio que sigue este documento es "hacer lo correcto en todo momento". Con este se busca que los empleados del Grupo sigan las normas de conducta del WBCM, independiente de las costumbres del país en el que el Grupo esté actuando.

Este documento y sus anexos explican los estándares de P&G y cómo cumplirlos, y ponen de manifiesto las actividades clave que podrían generar riesgos en este sentido. Además, ofrece una guía sobre cómo responder ante ellos y evitar comportamientos inapropiados. Los ocho puntos que se tratan en estos anexos son:

1. Socios externos de negocios que interactúan con funcionarios del gobierno.
2. Cómo hacer frente a solicitudes de pagos de facilitación y de soborno.
3. Obsequios a funcionarios del gobierno.
4. Viajes, entretenimiento, capacitación y comidas para funcionarios del gobierno.
5. Contribuciones y donaciones relacionadas con funcionarios del gobierno y patrocinio de eventos gubernamentales.
6. Empleo y prestación de servicios por parte de funcionarios del gobierno y de sus familiares.
7. Libros y registros.
8. *"Lobby"*.

Además de incluir ejemplos y casos prácticos en cada uno de ellos, esta política especifica el uso de medidas disciplinarias si se comprueba que la actuación de alguno de los empleados incumple los puntos tratados en este documento.

Política de interacciones con profesionales y organizaciones médico-sanitarias

La política de interacciones con profesionales y organizaciones médico-sanitarias de P&G se aplica al Grupo. Este documento especifica los requisitos que los trabajadores deben cumplir con respecto al mantenimiento de relaciones con trabajadores y organizaciones del sector.

Además, describe situaciones concretas, facilitando ejemplos y herramientas útiles para los empleados en materias como el

RC
MC

pago de alojamiento, viajes y comidas o donaciones para el beneficio de los pacientes.

4.2 Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales

P&G ha desarrollado la '*Money Laundering Avoidance and Designated Entity Trade Control Compliance Policy*' con el objetivo de evitar dichos sucesos. Dentro de la misma se especifican los estándares que todos los empleados deben cumplir y se incorpora una guía con aquellas actividades que, por su naturaleza, requieren una mayor especificidad en cuanto a medidas de prevención del blanqueo de capitales.

Adicionalmente, en operaciones mercantiles de alta relevancia, se llevan a cabo procedimientos de '*Know Your Customer (KYC)*' (Conozca a su cliente) mediante los que se busca conocer la identidad de las partes interesadas y garantizar, de este modo, que las contrataciones realizadas no representan ningún tipo de riesgos para el Grupo o sus grupos de interés.

Además de estas políticas y procedimientos, P&G cuenta con otras cuyo objetivo es mitigar los riesgos de este tipo de conductas ilícitas como:

- Política Global de Conflictos de Intereses.
- Política de No Represalias.

Mediante estas políticas, se pretende, por una parte, la identificación de potenciales conflictos de interés de los empleados con el fin de mantener la reputación del Grupo y la integridad de las operaciones del negocio y las decisiones tomadas. Por otra parte, evitar que cualquier persona, por el simple hecho de haber reportado un comportamiento inadecuado dentro de los criterios de la empresa, se pueda sentir discriminada, promoviendo de esta forma la cultura corporativa de "hacer lo correcto".

P&G quiere asegurar que todos sus empleados conocen y se encuentran al corriente de las diferentes políticas desarrolladas. Por esta razón, cuando un trabajador se incorpora a la plantilla está obligado a leer y conocer el WBCM. Tras su lectura, debe pasar un examen en el cual se puede encontrar un apartado específico relativo a corrupción y soborno.

Una vez al año todos los empleados deben refrescar sus conocimientos sobre dicho Código de Conducta mediante formaciones *online*.

Por otra parte, al menos cada dos años, los managers deben reportar si trabajan de forma directa o indirecta con funcionarios públicos y, en caso afirmativo, asistir a una formación con la que se busca evitar las prácticas ilícitas. Asimismo, de manera periódica, tanto el departamento Legal como el de Auditoría Interna imparten cursos formativos presenciales y online a los empleados.

Además, existe una serie de medidas prácticas puestas en marcha para vigilar y controlar las actividades del Grupo sobre la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales. Entre estos procedimientos se encuentra la **Comisión de Gobernanza Ibérica** (*Iberian Governance Board*), convocada por el Departamento Legal y el Departamento de Control Interno, que se reúne de manera trimestral. En estas reuniones, a las que asisten los representantes de los principales departamentos, así como el director general y vicepresidentes, se revisan las situaciones que pueden suponer un riesgo de cualquier tipo para la compañía.

Además de la Comisión de Gobernanza, el Grupo ha creado un Comité de Vigilancia que supervisa el funcionamiento, la eficacia y el cumplimiento del Modelo de Prevención de Delitos, implantado para garantizar un mayor control de los potenciales riesgos penales del Grupo y su actualización. Este Comité se reúne una vez al trimestre, contando con abogados externos expertos en la materia, RRHH, Control Interno y Legal. Se ha iniciado, asimismo, un nuevo documento para la Prevención de los Riesgos Penales para Portugal a lo largo de este año fiscal. Uno de sus elementos más importantes del Comité es el canal de denuncias, considerado como una herramienta fundamental para que una entidad pueda conocer la existencia de irregularidades que pueden atraer la responsabilidad penal de la persona jurídica. Este método de denuncia de irregularidades garantiza la confidencialidad del denunciante.

Cabe destacar que, durante el ejercicio de referencia, en el Grupo no se ha reportado ningún caso de corrupción, soborno o blanqueo de capitales.

4.3 Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

La política del Grupo en cuanto a las contribuciones a favor de entidades sin ánimo de lucro y en las comunidades en las que opera busca que estas donaciones se realicen de forma consistente con sus prioridades, las necesidades emergentes de la sociedad y del entorno, a la vez que sigan todos los requisitos éticos establecidos por las políticas corporativas.

En relación con donaciones a entidades sin ánimo de lucro, estas han ascendido a un importe superior a los 61.000 euros. Las organizaciones beneficiadas han sido:

- **Save the Children**, para ayudar a los refugiados ucranianos.
- **Fundación Theodora,** para ayudar a sus fines estatutarios.
- **Fundación Randstad**, firma de acuerdo para apoyar las acciones de sensibilización social que impulsen la integración laboral de personas con discapacidad.
- **Fundación STANPA** (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética), para el funcionamiento ordinario de los fines de la Fundación.
- **Cruz Roja**, para el programa de ayuda a los afectados por el volcán de La Palma.
- **Fundación Universia,** acuerdo de colaboración para

RC
HC

la formación, difusión e identificación de talento relacionado con la inclusión de personas con discapacidad.

- **WWF España**, para ayudar al Programa de Cambio Climático (HP 2022), dentro del Programa de Conservación de la entidad.

Y en Portugal por un valor de 30.000 euros, beneficiando a:

- **ABAE** (Ass. Bandeira Azul da Europa).

P&G también realiza contribuciones significativas a través de alianzas, patrocinios o marketing con causa por medio de programas que tiene con sus marcas. En concreto el Grupo y sus marcas contribuyeron con las siguientes organizaciones:

- **Save the Children:** a través de la campaña "Cambia su futuro con un click", P&G dona 600.000 minutos de refuerzo educativo a Save the Children para luchar contra el abandono escolar en España.
- **Asociación Española contra el Cáncer,** programa de investigación: Ausonia® continúa financiando el proyecto realizado en el VHIO y liderado por el Dr. Arribas y su equipo que consiste en estudiar el motivo por el que algunos tumores de mama (HER2+) son capaces de resistir al tratamiento y buscar nuevas terapias que sean más efectivas.
- **Fundación 26 de diciembre**: Pantene® colabora con la Fundación 26 de diciembre para poner en marcha un curso de iniciación profesional para personas trans en las áreas de peluquería, moda y belleza.
- **Fundación Inspiring Girls**: Evax® continúa, ayudando a la Fundación Inspiring Girls a llevar a colegios a mujeres que son modelos a seguir en sus profesiones.
- **Hospitales**: Dodot® realizó donaciones de pañales para niños prematuros.
- **P&G y Womenalia** lanzan la 4ª edición de las becas de impulso al emprendimiento femenino #SigueAdelante
- **United Way:** 'Próxima a todos', gracias a la colaboración United Way, pone en marcha diferentes concursos para que los consumidores, con su participación, puedan marcar la diferencia y colaborar con diferentes ONGs y sus causas.
- **Paisaje Limpio:** A través de la iniciativa "Mi playa sin plástico", P&G trabaja junto a Paisaje Limpio y uno de los distribuidores de sus productos, en concienciar sobre el impacto de arrojar residuos a las playas españolas y la necesidad de actuar juntos para aportar soluciones.
- **Universidad Pontificia de Comillas**: Financiación de actividades de apoyo a la educación y el deporte. En concreto, esta colaboración se materializa, por un lado, en una aportación económica para la compra de prendas deportivas y otros gastos relacionados con el desarrollo del Trofeo Rector de Futbol Sala. Por otro, en la financiación del Trofeo P&G de Debate universitario.
- **Reforest'action:** P&G colabora con Reforest'action en la recuperación de ecosistemas forestales plantando 8.403 árboles en Castilla-La Mancha y Castilla y León.
- **United Way:** Olay apoya a la Asociación Creática, a través de United Way España, en su trabajo para reducir la brecha digital de género, empoderando a las niñas en tecnología a través de la exploración, la experimentación y la diversión.
- **Fundación Movember:** Gillette se une a la Fundación Movember para ampliar y normalizar la conversación sobre la salud masculina en torno al cáncer de próstata y testicular para ayudar a concienciar sobre la importancia de la detención precoz.
- LookschoolSL: la marca h&s colabora con Lookschool SL en la prevención del bullying a través de un programa de educación en colegios.
- Y en Portugal se ha contribuido con asociaciones como No Bully Portugal, Apoio Desporto, LPC, Cabelos Brancos, o Mundo a Sorrir.

Tal y como se anunció en el ejercicio terminado el 30 de junio de 2022, el Grupo ha alcanzado su compromiso de realizar a lo largo del año natural 2022 un total de 21 proyectos con carácter social y medioambiental en España, en el marco de su programa global 'Lead with love', con el que P&G se comprometió a finales de 2020 a realizar 2.021 buenas acciones en todo el mundo en 2022. El Grupo agregó un proyecto número 22 para ayudar a los afectados por el volcán Cumbre Vieja en La Palma a través de su colaboración con Cruz Roja (mencionado en la sección de donaciones).

Finalmente, y dada la situación de emergencia surgida a raíz del conflicto en Ucrania, desde P&G se llevó a cabo la donación de productos de primera necesidad desde nuestras fábricas y centros.

5. SOCIEDAD

5.1 Compromiso con el crecimiento y con el impacto positivo

El Grupo, a la vez que genera empleo de calidad, provee a los consumidores de productos de la más alta calidad, cubriendo sus necesidades cotidianas de cuidados tanto de la ropa y del hogar, como personal y de higiene. Todo esto lo consigue gracias a un importante componente innovador en todos los elementos de su modelo de negocio, que promueve también el avance de la industria y la economía de los países en los que opera. A través del desarrollo de su propia actividad, da servicio en torno a 20 millones de hogares en el conjunto de España y Portugal.

La Ciudadanía Corporativa está integrada en la forma de gestionar el negocio en el Grupo. El Grupo está enfocado en ser un motor para el crecimiento y el impacto positivo en cada área de su agenda de ciudadanía, que se sustenta en pilares como:

- Impacto comunitario.
- Igualdad e inclusión.
- Sostenibilidad ambiental.

Todos ellos se han construido sobre la base de la ética y la responsabilidad corporativa, ya que apoyar y contribuir a las comunidades en las que opera es parte de la esencia del Grupo.

Además, el Grupo apoya causas como la inclusión y la reducción de la desigualdad a través de:

- Donaciones económicas (como ayudas o en forma de patrocinio).
- Voluntariado.
- Utilización de su publicidad para dar visibilidad a la diversidad o promover la inclusión e igualdad.
- Donaciones en especie (a través de productos de marcas que pertenecen al Grupo).
- Las organizaciones con las que colabora en uno u otro formato son: Aldeas Infantiles SOS de España, Fundación Valora, Fundación La Nau, Asociación Española Contra el Cáncer, Fundación Inspiring Girls, Fundación Stanpa, Save the Children, Randstad, Cruz Roja Española, Fundación ONCE, Fundación 26 de diciembre, APREM (Niños Prematuros), United Way, Prodis, Apadrina un Olivo, Paisaje Limpio, Fundación Theodora, Reforest´Action, Fundación Universia, Fundación Movember, LookSchool, WWF España, Entrajuda, No Bully Portugal, Apoio Desporto, LPC, Cabelos Brancos, Mundo a Sorrir, ABAE, Cruz Vermelha Portuguesa. Para más detalle, ver el apartado de 'Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro'.

Por su papel de liderazgo en la industria, P&G está presente en asociaciones del ámbito sectorial y corporativo, tanto en España como en Portugal. La relación de esas 24 asociaciones se detalla a continuación:

- Asociación de fabricantes y distribuidores (AECOC)
- Asociación de empresas de detergentes y de productos de limpieza, mantenimiento y afines (ADELMA)
- Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA)
- Asociación Española de Empresas de Productos de Marca (PROMARCA)
- Ecoembalajes España, SA (ECOEMBES)
- Multinacionales por marca España (MNC Marca España)
- American Chamber of Commerce Spain (AMCHAM)
- Asociación Española de Anunciantes
- Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL)
- Business Council for Sustainable development (FORETICA)
- Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM)
- Asociación Española de Asesores Fiscales (AEDAF)
- Asociación para el Autocuidado de la Salud (ANEFP)
- Centro Español de Logística (CEL)
- Federación Empresarial Catalana del Sector Químico (FEDEQUIM (FEIQUE)
- Foro de Expertos Logísticos de Caleruega (FELOG)
- Leading Executive Advancing Diversity (LEAD)
- Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGBTI (REDI)
- Asociación Española de Empresas Cargadoras (TRANSPRIME)
- Associação dos Industriais de Cosmética, Perfumaria e Higiene Corporal (AIC)
- Associação dos Industriais de Sabões, Detergentes e Produtos de Conservação e Limpeza (AISDPCL)
- Centromarca - Associação Portuguesa de Empresas de Produtos de Marca (CM PT)
- Auto Regulação Publicitária (ARP)
- GS1 Portugal (Codipor – Associação Portuguesa de Identificação e Codificação de Produtos)

La empresa pone a disposición de sus grupos de interés los teléfonos y correos electrónicos de atención al público, tanto corporativos como de sus marcas, para recibir consultas o cualquier tipo de comunicación que los grupos externos deseen hacer al Grupo: https://es.pg.com/contacto/.

Asimismo, dispone de una página web corporativa en la que los consumidores pueden acceder a la información de la empresa y sus marcas y en la cual se encuentra publicado el presente informe: www.es.pg.com y www.pt.pg.com

5.2 Subcontratación y proveedores

Los procesos de homologación de proveedores del Grupo se determinan mediante los procedimientos diseñados por P&G que, según el tipo del bien a adquirir, es supervisado por distintos equipos de aprovisionamiento a nivel corporativo. A continuación, se describe el procedimiento general seguido por el Grupo en materia de contratación y gestión de proveedores. Antes de dar de alta a un nuevo proveedor, el Grupo revisa cuatro aspectos que determinarán si es adecuado:

- Anti-corrupción y soborno (*Anti-bribery*).
- Seguridad de la información (*Info Security*).
- Protección de datos (*Privacy Assessment*).
- Compromiso con el medioambiente y aspectos sociales.

RC
MC

Pese a que en la asignación específica de proyectos entre diferentes proveedores ya dados de alta en el Grupo no tienen consideración adicional las cuestiones medioambientales y sociales específicamente, sí se exige a los proveedores cumplir con las siguientes políticas y requisitos:

- Requisitos de privacidad y seguridad
- Conflicto de intereses
- Política Global de Redes Sociales
- Política de Regalos y Entretenimiento
- Manual de Conducta Corporativo ("WBCM")
- Política anti-corrupción y soborno
- Guía de cumplimiento de la sostenibilidad de los proveedores (*citizenship*)
- Ordenes de compras (Términos y condiciones)
- Política de utilización de trabajadores externos
- Política de seguridad física y acreditaciones de acceso
- Política de recopilación de información competitiva de P&G (P&G Competitive Information Collection Policy)
- Políticas de Tecnologías de la información ("IT"):
    - IT Risk Management
    - IT Continuity
    - IT Change Management
    - IT Systems Validation & Testing
    - IT Asset Management
    - IT Configuration Management
    - Appropriate Use of Hardware & Software
    - Information Asset Classification
    - Info Security Threat & Incident Management
    - System Access
    - Technical Security Management

En particular, la Guía de Cumplimiento de la Sostenibilidad de los Proveedores es un listado de estándares mínimos exigibles que el Grupo impone a los participantes en la cadena de aprovisionamiento, bajo la que, además, se reserva el derecho, a nivel global, de llevar a cabo auditorías de cumplimiento. Aunque no existe un sistema de auditorías periódico a los proveedores, P&G realiza visitas regulares a su cadena de aprovisionamiento en las que se revisa el trabajo que llevan a cabo, además de realizar encuestas de forma aleatoria para conocer las prácticas de sus proveedores.

Desde 2021 se ha invitado a los proveedores principales (representantes del 80% del gasto) a participar en la encuesta de ciudadanía corporativa de P&G, preguntándoles acerca de su compromiso con los cuatro pilares de Ciudadanía de P&G. Esto ha permitido analizar sus respuestas y conocer su grado de compromiso con estas cuatro áreas (incluyendo Ética, Responsabilidad Corporativa, Derechos Humanos, Sostenibilidad medioambiental, Igualdad e Inclusión, etc.).

5.3 Consumidores

El Grupo es consciente de la importancia del bienestar, la seguridad y la salud de sus consumidores en los diversos ámbitos en los que pueden ser afectados: la publicidad, las composiciones de los productos y su etiquetado.

Por este motivo, P&G cumple con la normativa vigente en materia de publicidad, independientemente de la categoría regulatoria del producto, y fomenta los principios básicos de publicidad (legalidad, veracidad y autenticidad). A su vez, el Grupo es miembro de las siguientes asociaciones y sigue los estándares definidos en:

- Código de Autorregulación para la comunicación responsable del sector de la Perfumería y Cosmética (STANPA).
- Código de Normas Deontológicas para la promoción y publicidad de los medicamentos autorizados sin receta médica no financiados por el Sistema Nacional de Salud y otros productos para el autocuidado de la salud (ANEFP).
- Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL: la regulación de la publicidad de *influencers*.
- AISE.
- www.keepcapsfromkids.eu.
- Centromarca - Associação Portuguesa de Empresas de Produtos de Marca.
- Global Standards 1 Portugal.
- Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial.

Todos los productos del Grupo cumplen con los requerimientos de seguridad, según la normativa europea y/o local aplicable. Además del cumplimiento de la legislación, P&G centra su estrategia de seguridad en cuatro pasos que abarcan desde la fase anterior a seleccionar un ingrediente hasta el uso del producto en el ámbito del consumidor. La información relativa a los ingredientes empleados en las composiciones se encuentra disponible públicamente en la web del Grupo.

El etiquetado de todos los productos comercializados por las empresas del Grupo está desarrollado de acuerdo con la normativa europea y local aplicable a cada categoría de producto.

Los procedimientos habituales para la atención al consumidor y la recepción de reclamaciones y quejas son la línea de telefónica y la web corporativa. A través de estos cauces, el Grupo ha recibido en el último año el siguiente número de reclamaciones:

País	Nº reclama-ciones 2020/21	Nº de reclama-ciones por mil hogares 2020/21	Nº de reclamacio-nes 2021/22	Nº de reclamacio-nes por mil hogares 2021/22
Portugal y España	7.617	0,34	8.386	0,39

El 100% de las reclamaciones han sido resueltas a través del departamento de Relación con el Consumidor ('Consumer Relations'). El 14.6% de los consumidores ha respondido a la encuesta de satisfacción, cuyos resultados han indicado que el 82.4% de los consumidores de Portugal y el 81.9% de los de España han quedado satisfechos con la resolución de su reclamación.

5.4 Información fiscal

En el ejercicio finalizado el 30 de junio de 2022, el Grupo obtuvo unos beneficios consolidados antes de impuestos de 29.586 miles de euros, con el siguiente desglose:

RC
RC

País	Resultado antes de impuestos (Miles €) 2020/21	Resultado antes de impuestos (Miles €) 2021/22
España	20.540	30.452
Portugal	9.046	5.045
Ajustes por consolidación	-	(11.000)
TOTAL	**29.586**	**24.497**

El importe total satisfecho en concepto de impuesto sobre beneficios fue, para ese mismo periodo, un total que asciende a 11,8 millones de euros.

País	Impuestos sobre beneficios pagados (Miles €) 2020/21	Impuestos sobre beneficios pagados (Miles €) 2021/22
España	10.556	10.486
Portugal	1.294	1.395
TOTAL	11.850	11.881

NC
NC

IV. ÍNDICE DE CONTENIDOS

ANEXO: Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Ámbitos		Marco de reporting	Página
Información general			
Modelo de negocio	Descripción del modelo de negocio: Entorno empresarial Organización y estructura Mercados en los que opera Objetivos y estrategias Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución Marco de reporting utilizado Principio de materialidad	GRI 102-2 GRI 102-3 GRI 102-4 GRI 102-6 GRI 102-54 GRI 102-46 GRI 102-47	p.3,4
Riesgos	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados con las actividades del Grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en estos ámbitos, y: 1) cómo el grupo gestiona dichos riesgos, 2) explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. 3) Información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15	p.4, 5
Cuestiones medioambientales			
Gestión medioambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa Aplicación del principio de precaución Procedimientos de evaluación o certificación ambiental Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	GRI 102-15 GRI 102-11 GRI 103-2	p. 6
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica)	GRI 103-2	p.7
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	GRI 306-2	p.6, 7
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	NA	Dada la actividad de la Sociedad no se considera relevante
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 303-1	p.7
	Consumo de materias primas	GRI 301-1	p.7
	Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	GRI 302-1	p.7
	Consumo, directo e indirecto, de energía	GRI 302-1	p.7
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	GRI 302-4 GRI 302-5	p.7,8
	Uso de energías renovables	GRI 302-1	p.6

Ámbitos		Marco de reporting	Página
Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas	GRI 305-1 GRI 305-2	p.7
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	GRI 103-2	p.7
	Metas de reducción establecidas voluntariamente	GRI 305-5	p.7,8
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 304-3	p.8
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	GRI 304-2	p.8
Cuestiones sociales y relativas al personal			
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional	GRI 102-8 GRI 405-1	p.9
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 102-8	p.9
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional	GRI 102-8	p.9
	Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	GRI 401-1	p.10
	Brecha salarial	GRI 405-2	p.10
	Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional	GRI 405-2	No reportado
	Remuneración media de los consejeros por sexo	GRI 405-2	No aplica
	Remuneración media de los directivos por sexo	GRI 405-2	No reportado
	Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	GRI 202-1	p.10
	Implantación de políticas de desconexión laboral	GRI 401-2	p.12
	Empleados con discapacidad	GRI 405-1	p.10
Organización en el trabajo	Organización del tiempo de trabajo	GRI 402-1	p.10, 11
	Número de horas de absentismo	GRI 403-2	p.12
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 401-2	p.11
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-2 GRI 403-3	p.11
	Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo	GRI 403-9	p.12
Relaciones sociales	Organización del diálogo social	GRI 403-1	p.12
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 102-41	p.12
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	GRI 403-4	p.12
Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 404-2	p.12, 13
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	GRI 404-1	p.13
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad		GRI 405-1	p.13
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	GRI 405-1 GRI 405-2	p.13, 14
	Planes de igualdad medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 405-1	p.13, 14
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 405-1	p.13
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 406-1	p.13

Ámbitos		Marco de reporting	Página
Respeto a los derechos humanos			
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos		GRI 102-16 GRI 102-17	p.15
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos		GRI 102-16 GRI 102-17	p.15
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos		GRI 102-17	p.15
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil		GRI 102-16	p.15
Lucha contra la corrupción y el soborno			
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno		GRI 102-16 GRI 102-17 GRI 205-1	p.16
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales		GRI 205-1 GRI 205-2	p.17
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro		GRI 413-1	p.17, 18
Información sobre la sociedad			
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	GRI 102-43 GRI 413-1	p.19
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	GRI 102-43 GRI 413-1	
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	GRI 102-43 GRI 413-1	
	Acciones de asociación o patrocinio	GRI 413-2	
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 308-1 GRI 414-2	p.19, 20
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental		
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas		
Consumidores	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	GRI 416-1	p.20
	Sistemas de reclamación	GRI 417-1	
	Quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 418-1	
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país	GRI 207-4	p.20,21
	Impuestos sobre beneficios pagados		
	Subvenciones públicas recibidas		

Diligencia de firmas del Estado de Información No Financiera Consolidado

En cumplimiento de los preceptos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de Información No Financiera y Diversidad, los Administradores mancomunados de Procter & Gamble reunidos el 30 de septiembre de 2022 formularon el Estado de Información No Financiera Consolidado correspondiente al ejercicio terminado el 30 de junio de 2022, que se compone de las hojas adjuntas y se referencia al Informe de Gestión Consolidado.

D. Marc Castañer Folch
Administrador Mancomunado

D. Ricardo Rodrigues Carrasquinho
Administrador Mancomunado