



**Estado de Información no financiera Consolidado de
Procter & Gamble España S.A.U. y sociedad dependiente
(Procter & Gamble Portugal – Produtos de Consumo,
Higiene e Saúde, S.A.)– ejercicio anual terminado el 30 de
junio de 2020**

I. Contents

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO.....	2
I. Acerca de este capítulo.....	2
II. Modelo de negocio	3
III. Gestión de aspectos no financieros.....	5
1. Cuestiones ambientales	5
Gestión ambiental.....	7
Uso sostenible de los recursos.....	7
Contaminación.....	7
Cambio climático.....	8
2. Cuestiones sociales y relativas al personal	9
Empleo	9
Organización del trabajo.....	11
Formación	14
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	15
Igualdad	15
3. Respeto de los Derechos Humanos	17
Aplicación de procedimientos de diligencia debida	17
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de convenios fundamentales de la Organización Internacional del trabajo (OIT).....	17
Políticas y Prácticas de Buen Gobierno.....	18
4. Lucha contra la corrupción y el soborno	18
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.....	19
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.....	19
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	20
5. Sociedad	22
Compromiso con el crecimiento y con el impacto positivo.....	22
Subcontratación y proveedores.....	23
Consumidores	24
Información fiscal.....	25
IV. Índice de contenidos.....	27

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

I. Acerca de este capítulo

El presente estado de información no financiera consolidado 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, a través del estado de información consolidados no financiera Procter & Gamble España, S.A. (Sociedad Unipersonal) y su sociedad dependiente (en adelante, el "Grupo" o, junto con todas las sociedades a nivel multinacional, "P&G") tiene el objetivo de informar sobre cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal, en relación con la corrupción y soborno y en relación a los derechos humanos relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades propias del negocio. Todas las políticas de P&G son de aplicación para el Grupo.

En 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. Los resultados del análisis de materialidad se han obtenido a través de un proceso de análisis externo e interno, incluyendo una comparativa con otras compañías del sector, así como valoraciones de grupos de interés y de individuos de la propia empresa.

Las diferentes fases del análisis de materialidad, así como el resultado del mismo se reflejan a continuación:

- Identificación de asuntos relevantes
- Definición y validación de asuntos relevantes
- Contrastación con empresas del sector
- Listado de temas materiales priorizado y análisis de materialidad

Gestión del personal Condiciones laborales	3. Salud y seguridad
	Compensación y beneficios
	Selección y retención del talento
	Formación y desarrollo
Igualdad y no discriminación	5. Igualdad de género
	6. Diversidad e inclusión
Creación de valor	2. Seguridad y transparencia del producto
	1. Consumidores
Gobernanza	Cumplimiento Legal
	Buen gobierno
	Anticorrupción y soborno
	4. Ciberseguridad / protección de datos
Gestión medioambiental	Economía circular y gestión de residuos

El presente estado de información no financiera consolidado ha sido sometido a un proceso de revisión externa independiente.

II. Modelo de negocio

ENTORNO EMPRESARIAL

P&G opera en la industria de los bienes de consumo, centrándose en aquellos productos que los consumidores compran para uso cotidiano. Los productos de P&G se clasifican en 10 categorías: 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; Cuidado y aseo personal; Cuidado bucal y Cuidado de la salud.

La industria de productos de consumo es una industria madura y altamente competitiva en la que la marca y la imagen tienen una gran influencia en las ventas y los resultados. Para generar marcas fuertes, las empresas deben tener un marketing que atraiga a los consumidores, así como un buen producto. El éxito depende de la habilidad de la empresa para: i) identificar las necesidades de los consumidores, ii) diseñar un producto que satisfaga esas necesidades, iii) comunicar los beneficios del producto a los consumidores de forma efectiva, iv) asegurar que el producto tenga buena visibilidad en tienda y v) vender el producto a un precio que suponga una propuesta de valor atractiva para el consumidor.

Otra característica de esta industria es que la mayoría de los productos se venden a consumidores finales a través de minoristas.

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 P&G cuenta con seis Unidades Sectoriales de Negocio que engloban a diez categorías de producto diferentes: 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.

P&G ha dividido los mercados en dos grupos en base a su tamaño e importancia: los "Focus Markets" que son los mercados de mayor tamaño entre los cuales se encuentra España y el resto de mercados que se conocen como "Enterprise Markets"

A nivel local, los grupos de Operaciones de Mercado ("Market operations") son responsables de la venta de los productos y de la ejecución de los planes de precios, marketing y promocionales 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 proveen de soporte funcional y administrativo a nivel global, regional y local (recursos humanos, legal, impuestos o tesorería).

ESTRUCTURA Y OPERATIVA 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 respectivamente. Sus principales clientes son hipermercados, supermercados, tiendas de proximidad, farmacias, droguerías y perfumerías.

Los productos comercializados por el Grupo 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 la creación de productos innovadores.

P&G tiene como objetivo servir a los consumidores mejor que sus competidores en cada categoría y país en los que está presente. Las decisiones estratégicas se centran en ganar con los consumidores. Su estrategia de crecimiento se basa en ofrecer al consumidor superioridad en los cinco elementos fundamentales: producto, envase, comunicación de marca, ejecución en tienda y ecuación de valor.

Para ganar en el mercado la innovación es fundamental. Durante sus más de 180 años de historia, la innovación ha formado parte del ADN de P&G. Es la forma de crecer, reducir costes y aportar valor. P&G cree que la innovación comienza con el conocimiento del consumidor y sus necesidades. La innovación incluye tanto (i) innovación tecnológica, es decir, cambios en la composición del producto o del envase, como (ii) innovación comercial, que 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. A nivel global y respecto a innovación de negocio, P&G fue la primera compañía en vender directamente a minoristas y fue pionera en la gestión de marcas y categorías.

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:** El Grupo a nivel mundial está expuesta a los riesgos inherentes del mercado, tales como riesgos financieros por la variación de los tipos de interés o el tipo de cambio o en los precios de las materias primas, aunque a nivel ibérico estos riesgos sean muy moderados. El negocio de P&G puede verse asimismo impactado por (i) una reducción en la demanda de sus productos a consecuencia de la reducción del crecimiento económico o debido a cambios en las preferencias de los consumidores, (ii) cambios en el mercado crediticio de sus proveedores o clientes o (iii) su capacidad de respuesta ante variaciones en los factores competitivos y nuevos modelos de negocio emergentes, así como (iv) cualquier tipo de disrupción en el suministro de materiales. La compañía evalúa la exposición al riesgo de manera centralizada y analiza localmente la solvencia de sus proveedores y clientes.
- b) **Riesgos reputacionales:** Fuera del terreno puramente económico, el Grupo tiene su reputación y la de sus marcas como base de la relación con sus grupos de interés principales, incluyendo consumidores, clientes y proveedores. La calidad y la seguridad de sus productos es clave para su negocio, de tal modo que los resultados de la compañía puedan verse afectados si una de sus marcas sufre algún daño importante en su reputación, ya sea por algún defecto en el producto, por algún litigio relacionado con el mismo, por impactos medioambientales, etc. Asimismo, comentarios negativos de la compañía o de sus marcas en las redes sociales pueden generar publicidad adversa y, por ende, dañar la reputación de sus marcas o de la compañía.
- c) **Seguridad de la información:** Un incidente en la seguridad de la información o en la operativa tecnológica, incluyendo ciberataques, el fallo en alguno de los sistemas de información clave de la compañía, redes, hardware, procesos, páginas operadas por la compañía o por alguno de sus proveedores de servicios, etc. pueden tener un impacto adverso en el negocio o en su reputación. Como parte de la revisión de riesgos que el Grupo realiza periódicamente se encuentra el programa de Risk Management. En este los riesgos de ciberseguridad emergentes, así como de las medidas que toma la compañía para estar protegida frente a ellos.

- d) **Cambios normativos o regulatorios:** El negocio del Grupo 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, anti- corrupción, impuestos, contabilidad, etc. La rápida evolución de las leyes y regulaciones puede suponer retos para la compañía, incluso puede alterar el entorno en el que realiza su negocio, lo que a su vez puede suponer un impacto negativo en sus resultados financieros. El incumplimiento de la normativa y las posibles sanciones que puedan surgir por dichos incumplimientos, pueden suponer un impacto material negativo en los resultados de la compañía.
- e) **Otros Riesgos Externos:** La reciente crisis del Covid-19 está teniendo unos efectos muy graves no sólo en la salud sino también en la economía a nivel mundial, lo que ha supuesto un importante reto para el sector. El Grupo ha puesto en marcha los planes de contingencia diseñados para afrontar este tipo de crisis y así minimizar los posibles efectos que puedan tener en el negocio. A día de hoy no es posible cuantificar la duración de esta situación ni sus posibles efectos en el Grupo en un futuro próximo, sin embargo, no se espera un impacto significativo en el Grupo.

III. Gestión de aspectos no financieros

1. Cuestiones ambientales

El Grupo ha realizado un gran progreso respecto a sus objetivos establecidos en relación con el clima, el agua y los residuos habiendo alcanzado ya muchos de ellos. De este modo, se han establecido nuevos y ambiciosos objetivos a alcanzar en 2030 que permitirán conseguir un impacto positivo. Estas metas permitirán abordar dos de los retos ambientales más urgentes: (i) el hecho de que los recursos sean finitos y (ii) crecimiento del consumo.

En P&G se busca empoderar a los empleados para que cada uno de ellos sea capaz de identificar situaciones que puedan suponer un riesgo medioambiental o una oportunidad para mejorar la eficiencia. Esto se concreta en las siguientes acciones:

- Promover la cultura de eficiencia hídrica en las instalaciones.
- Reducir el consumo energético y mejorar la eficiencia energética
- Valorizar los residuos.
- El equipo de residuos, por su parte, se encarga de certificar las instalaciones como “Cero Residuos a Vertederos”, en inglés: *Zero Waste to Landfill (ZWTL)*, programa que se describirá en mayor profundidad en el apartado destinado a la gestión de residuos.

Las políticas globales de P&G son de aplicación en el Grupo, que las adapta y cumple en el ámbito local

Objetivos para 2020 y progresos:

CLIMA	AGUA	RESIDUOS
VISION CORPORATIVA Conseguir que todas las plantas operen con energía 100 % renovable...	VISION CORPORATIVA Diseñar productos que delecten a los consumidores al tiempo que se maximiza la conservación de los recursos.	VISION CORPORATIVA Eliminar POR COMPLETO los residuos de fabricación y de consumidores que llegan al vertedero. Utilizar materiales 100 % renovables o reciclados para todos los productos y envases.
PRINCIPALES OBJETIVOS CORPORATIVOS PARA 2020  Reducir el uso de energía en las instalaciones de P&G en un 20 % por unidad de producción.  Reducir los kilómetros de transporte en camión en un 20 % por unidad de producción.  Reducir las emisiones de gases de efecto de invernadero (GEI) en términos absolutos en un 30%.  Garantizar que las plantas operen con un 30 % de energía renovable.	PRINCIPALES OBJETIVOS CORPORATIVOS PARA 2020  Dar acceso a mil millones de personas a productos que hagan un uso eficiente del agua.  Reducir el uso del agua en instalaciones de fabricación en un 20% por unidad de producción contrariando en la conservación en regiones con escasez de agua. 	PRINCIPALES OBJETIVOS CORPORATIVOS PARA 2020  Conseguir que el 100% de nuestros envases y embalajes de papel contengan materiales vírgenes reciclados o certificados por terceros.  Reducir los envases en un 20% por uso de consumidor. 

Programa Ambición 2030:



Ambición 2030

Ambición 2030 es el término que utilizamos para definir nuestros objetivos de sostenibilidad medioambiental para el año 2030. Queremos inspirar y favorecer el consumo responsable al tiempo que creamos valor para la empresa, para nuestros socios y para los consumidores. El marco en el que se desarrollan nuestros objetivos abarca cuatro áreas: las marcas, nuestra cadena de suministro, la sociedad y los empleados. Nos hemos fijado objetivos muy concretos para cada una de estas áreas

MARCAS	CADENA DE SUMINISTRO	SOCIEDAD	EMPLEADOS
 <p>Utilizar la innovación y el alcance de nuestras marcas para inspirar impactos positivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> El 100 % de nuestros envases serán reciclables, reutilizables o compostables Reforzaremos la confianza depositada en nuestros productos mediante mayor transparencia, ingredientes innovadores y compartiendo los aspectos científicos y de seguridad que respaldan a nuestras marcas 	 <p>Reducir nuestro impacto medioambiental y fomentar soluciones circulares.</p> <ul style="list-style-type: none"> Emplear un 100% de electricidad renovable y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero a la mitad en las instalaciones de P&G Las instalaciones de P&G aumentarán en un 35 % el uso eficiente del agua y utilizarán al menos 5 millones de litros de agua provenientes de fuentes circulares Impulsaremos al menos diez importantes colaboraciones relacionadas con la cadena de suministro para fomentar la circularidad con respecto al clima, el agua o los residuos 	 <p>Crear alianzas transformadoras que permitan prosperar a las personas, al planeta y a nuestra empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> Encontrando soluciones para frenar el flujo de plástico hacia los océanos de todo el planeta Protegiendo el agua destinada al consumo humano y también la que reverde en la naturaleza en cuencas prioritarias Desarrollando soluciones para el reciclaje de productos de higiene absorbentes Mejorando los medios de subsistencia de los pequeños agricultores dedicados al cultivo de la palma aumentando el rendimiento de los campos existentes 	 <p>Implicar a los empleados de P&G y dotarles de los medios necesarios para desarrollar una mentalidad de sostenibilidad y aplicarla en su trabajo y en sus comunidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> Vamos a integrar la sostenibilidad social y medioambiental en nuestros planes de negocio como una estrategia clave Vamos a formar a los empleados en todos los niveles Vamos a recompensar el progreso e integrar el reconocimiento en la evaluación del rendimiento individual



Gestión ambiental

El Grupo es consciente del impacto que su actividad puede tener en el medio ambiente y por ello 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 medio ambiente destacan: (i) el consumo de agua en zonas con alto riesgo hídrico, (ii) el consumo de materias primas, (iii) las emisiones de gases de efecto invernadero o (iv) la generación de residuos, y que a continuación desarrollamos:

- (i) **Consumo de agua en zonas con alto riesgo hídrico:** nuestras 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, hacemos un uso responsable del agua, y se adoptan medidas en tal sentido como el uso de grifos automáticos en todos los baños del edificio.
- (ii) **Emisiones de gases de efecto invernadero:** El Grupo reconoce el estrecho vínculo que existe entre las emisiones de gases de efecto invernadero y el cambio climático. Por esta razón, el Grupo es consciente de la necesidad que existe de tomar acciones al respecto y, es por ello, que está comprometido en tomar las medidas necesarias mediante las cuales poder reducir su emisión de gases de efecto invernadero.

En este compromiso con la reducción de sus emisiones, el Grupo ha establecido dos nuevos objetivos en su programa “Ambición 2030”:

- La reducción de un 50% de las emisiones de alcance 1 y 2 en 2030 respecto a la línea base establecida en 2010.
 - La compra de electricidad con garantía de origen 100% renovable en 2030 en todos sus centros de producción y edificios de su propiedad.
- (iii) **Generación de residuos:** El Grupo busca contribuir a que en el futuro ningún residuo, ya sea de los consumidores, de las actividades de producción o de los edificios en propiedad, vaya a parar al vertedero. En la actualidad se ha conseguido que más del 92% de las plantas de producción no envíen ningún tipo de residuo a vertederos. En el caso de Europa, prácticamente todas las plantas ya están certificadas como “cero residuos industriales a vertederos”, dentro de las cuales se encuentran las dos plantas ubicadas en España. El edificio de Madrid, aunque no está en propiedad ha sido certificado en Junio 2020 como “cero residuos a vertederos” como parte del compromiso del grupo por la sostenibilidad.

Uso sostenible de los recursos

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

Consumo de agua

Una gestión sostenible de este recurso es de vital importancia para la compañía. El consumo de agua del Grupo ha sido de 6.188 m³

Contaminación

Las emisiones de Gases de Efecto Invernadero reportadas por el Grupo en el apartado de Cambio Climático corresponden a las emisiones de CO₂.

Consumo de energía

Durante el ejercicio anula terminado el 30 de junio de 2020 el consumo energético del Grupo ha sido el siguiente:

Consumo directo	TOTAL
Gas Natural, kWh	265.344
Diesel (Vehículos), L	399.258
Gasolina (vehículos), L	7.642
Consumo indirecto	
Electricidad, kWh	1.160.131

Cambio climático

Para conseguir los objetivos establecidos de reducción de emisiones, el Grupo tiene como principales medidas el incremento del uso de energías renovables además de la mejora de la eficiencia energética. Las metas comentadas anteriormente han sido certificadas por *Science Based Targets Initiatives*, iniciativa que busca incentivar la ventaja competitiva de las empresas en su transición hacia una economía baja en carbono. Estas medidas están en línea con el manifiesto científico que indica la necesidad de prevenir el aumento de la temperatura global media en 1,5 grados centígrados. Además, P&G es miembro del programa *World Wildlife Fund (WWF) Climate Savers* mediante el cual ha trabajado con WWF para establecer su objetivo de reducción.

En relación con la flota de vehículos, contamos con un programa que ofrece a los empleados coches híbridos en su lista de coches disponibles. En este sentido, la compañía tiene un plan a 3 años para renovar gradualmente su flota de vehículos a medida que vayan venciendo los contratos de leasing vigentes. Con esta medida confiamos en reducir gradualmente las emisiones generadas por la flota de vehículos. Adicionalmente, el Grupo ha trabajado para incluir coches etiqueta "CERO" y modelos "full electric" en la flota de vehículos, y como parte de esta iniciativa hemos instado 10 puntos de recarga para coches eléctricos en el aparcamiento de la oficina general de Madrid.

El detalle de las emisiones de alcance 1 y de alcance 2 es como sigue:

Alcance 1	TOTAL (tCO ₂ eq)
Gas Natural	52,39
Diesel (Vehículos)	1.035,72
Gasolina (vehículos)	24,30
TOT ALCANCE 1	1.112,41
Alcance 2	
Electricidad	303,51
TOT ALCANCE 1+2	1.415,92

Para gas natural se ha utilizado el factor de emisión publicado por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico para el año 2019. Para diesel y gasolina se han utilizado los factores de emisión de DEFRA 2019. Para electricidad se han utilizado los factores de emisión del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico para el año 2019.

Con relación a las emisiones de alcance 3, P&G no cuenta con un cálculo por países, sino que hace un cálculo global de algunas de las categorías.

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

2. Cuestiones sociales y relativas al personal

Empleo

Las políticas globales de P&G son de aplicación en el Grupo, que las adapta al ámbito local. Para P&G sus empleados son un reflejo de la sociedad a la que ofertamos nuestros productos, de ahí que en los procesos de reclutamiento, contratación y retención de talento tratemos de reflejar la diversidad de los mercados y consumidores a los que sirve la compañía. La diversidad de habilidades y experiencias se desarrolla y potencia como motor de nuevas ideas, productos y servicios. Esto contribuye a que P&G consiga sus objetivos como compañía. 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 30 de junio de 2020 los datos relativos al personal son los siguientes:

Empleados por sexo	Hombre	338
	Mujer	502
	Total	840

Empleados por edad	Rango edad Menos 30	139
	Rango edad de 30 a 45	423
	Rango edad más de 45	278
	Total	840

Empleados por categoría profesional	Managers	447
	Técnicos y Especialistas	228
	Personal de Operaciones	165
	Total	840

Empleados por país	España	711
	Portugal	129
	Total	840

Por tipo de contrato (promedio anual)	Género									
	Contrato indefinido		Contrato temporal		Tiempo parcial**		Total			
	H	M	H	M	H	M				
	337	496	1	6	3	55	840			
	Edad									
	Contrato indefinido			Contrato temporal			Tiempo parcial**			Total
	Rango edad Menos de 30	Rango edad de 30 a 45	Rango edad más de 45	Rango edad Menos 30	Rango edad de 30 a 45	Rango edad más de 45	Rango edad Menos de 30	Rango edad de 30 a 45	Rango edad más de 45	
137	420	275	2	3	2	10	30	18	840	

**Tiempo parcial no suma en el total, son contratos indefinidos parciales o temporales parciales

Contrato indefinido			
Managers	Técnicos y Especialistas	Personal de Operaciones	Total
447	223	163	833

Contrato temporal			
Managers	Técnicos y Especialistas	Personal de Operaciones	Total
0	5	2	7

Tiempo Parcial			
Managers	Técnicos y Especialistas	Personal de Operaciones	Total
2	0	56	58

	Nº de despidos							
	Género		Edad			Categoría profesional		
	Hombres	Mujeres	Menos de 30	De 30 a 45	Más de 45	Managers	Técnicos y Especialistas	Personal de Operaciones
30-06-2020	12	15	0	2	25	12	8	7

El número promedio de empleados del ejercicio terminado a 30 de junio de 2020 se encuentra reflejado en la Nota de Personal de las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo a 30 de junio de 2020.

La remuneración de los puestos de trabajo es igual o superior al salario interprofesional de España y Portugal respectivamente.

Brecha salarial a 30 de junio de 2020

	Menos de 30 años	Entre 30 y 45 años	Mayores de 45 años
Categoría Prof.	%	%	%
Manager	0.8%	9.8%	-5.9%
Técnicos y Especialista	-18.1%*	1.0%	-8.0%
Personal de Operaciones	9.1%	-4.1%	15.1%

* La brecha salarial reflejada en la categoría de Técnicos y Especialista menores de 30 años se debe a que el número de personas dentro de este colectivo es muy bajo y, por tanto, no llega a ser suficientemente representativo.

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.

Al 30 de junio de 2020 los Administradores Mancomunados de la Sociedad Dominante eran dos miembros, un varón y una mujer.

Durante el ejercicio anual terminado el 30 de junio de 2020, los Administradores Mancomunados de la Sociedad Dominante no han devengado ningún tipo de retribución o dieta.



Al 30 de junio de 2020 los Administradores Mancomunados de la Sociedad Dominante no eran titulares de anticipos ni créditos concedidos o avalados por la Sociedad Dominante. Asimismo, tampoco se habían contraído por la Sociedad Dominante compromisos en materia de seguros de vida o de complementos de pensiones respecto a los mismos.

El Grupo incorpora el mejor talento sin condicionantes de ningún tipo. Para luchar contra posibles comportamientos discriminatorios sean del tipo que sean, se realizan continuas campañas de sensibilización y concienciación en las que se comparten ejemplos reales, para que las personas que participan en el proceso de selección sean conscientes de sus propios sesgos.

Específicamente, podríamos mencionar como acciones concretas la reedición del programa de “**Future Female Leaders**”, por el que se busca encontrar el mejor talento femenino en aquellas áreas en las que habitualmente la mujer está menos representada, como pueden ser Tecnología o Ventas.

Además, el Grupo patrocina becas para estudiantes con algún tipo de discapacidad que tienen como objetivo una eventual contratación en el Grupo, en su caso, la plena integración en la vida profesional.

Por último, hay que destacar que el Grupo cumple con todas sus obligaciones derivadas de la Ley General de Discapacidad (LGD) y es pionero en el lanzamiento de anuncios audio-descritos.

El número de empleados con una discapacidad igual o superior al 33% a 30 de junio de 2020 es de 10.

Organización del trabajo

En España, la jornada semanal de trabajo en oficinas centrales, tal y como establece el convenio colectivo de aplicación, es de 38,75 horas, que los empleados han de realizar de lunes a viernes. Los empleados disfrutan de cierta flexibilidad, siempre que durante determinadas horas (“*core hours*”), se encuentren disponibles. La jornada ha de realizarse en horario de jornada partida, pudiéndose comprimir la semana de modo que los viernes se pueda salir a mediodía. 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 y para ello tiene en marcha el programa *flex@work*. Este programa tiene el objetivo de adaptar lo máximo posible las jornadas de trabajo a las circunstancias familiares de cada empleado para facilitar su conciliación, a través de políticas de:

- Flexibilidad horaria tanto para entrar como para salir al/del puesto de trabajo (salvo empleados adscritos a un calendario de turnos).
- Semana comprimida dando la opción de salir los viernes a mediodía.
- Reducciones de jornada y excedencias incluso más favorables para los empleados 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 a los empleados del Grupo más de 120 servicios innovadores para resolver sus necesidades personales y familiares, ahorrándoles tiempo y dinero, mejorando su calidad de vida), así como de “Vibrant Living” (un programa interno de la compañía, enfocado en el bienestar físico preventivo y correctivo: desde la oferta de gimnasio, hasta sesiones de fisioterapia). Estos programas están disponibles para todos los empleados.
- Los empleados con jornada partida reciben una “Ayuda Comida” cuando trabajan presencialmente en el centro de trabajo. Complementariamente, existen políticas de dietas durante viajes, catering subvencionados, etc.

Encuadrada dentro del programa europeo del Grupo de conciliación “Compartir el Cuidado” y con el objetivo de promoción 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, con efectos desde el 1 de enero de 2019, P&G lanzó la política #Sharethecare, por la que todos aquellos empleados que se conviertan en papás 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. Destacar que no solo se complementa el salario, sino que este año, hemos puesto foco en potencia y favorecer el contexto necesario para su disfrute.

Durante el periodo de la pandemia Covid-19, el Grupo ha dado flexibilidad a los empleados recomendando encarecidamente, en su caso, el teletrabajo siempre que fuera posible. En los casos en los que por las características del puesto a desempeñar no fuera posible, la compañía ha mantenido a las personas activas a todos los efectos, procurando cuando era posible impartir formaciones, mejorando así su capacitación.

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). 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.
- **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. Además, para las empleadas embarazadas, se otorga la baja por riesgo de embarazo a partir de la semana 20 de gestación.
- **Manejo de cargas:** Se realiza formación regular de manejo de cargas, las empleadas embarazadas pueden tener baja por riesgo para el embarazo en determinados puestos a partir de la semana 20 de gestación.
- **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 programación neurolingüística, entre otras.

A todas estas medidas de PRL y seguridad se une el reconocimiento médico anual para todos los empleados.

Todos los servicios de prevención son propios, aunque de forma puntual se cuenta con el apoyo de servicios de prevención ajenos para determinadas acciones.

El Grupo realiza periódicamente evaluaciones y auditorías de riesgos (tanto internas como externas) en sus centros de trabajo. Asimismo, el Grupo dispone de planes de prevención adaptados a cada uno de sus centros de trabajo, todo ello a través de proveedores externos especializados.

Ejercicio terminado el 30-06-2020	Índice de absentismo		
	TOTAL	Mujeres	Hombres
	3,32	6	2
	Índice de frecuencia de accidentes		
	TOTAL	Mujeres	Hombres
	3,17	4	1,9
	Índice de incidencia de accidentes		
	0,9	1,15	0,54
	Índice de gravedad de accidentes		
	TOTAL	Mujeres	Hombres
	0,21	0,29	0,10

Índice Absentismo= (nº horas perdidas/nº horas trabajadas) *100
 Frecuencia=(n.º de accidentes / N.º de horas trabajadas) * 1.000.000
 Índice de Incidencia = (nº de accidentes/nº trabajadores) *100
 Índice gravedad=(nº de jornadas perdidas / N.º de horas trabajadas) * 1.000
 Los datos de accidentes se refieren accidentes con baja.

Las horas de absentismo ascendieron a 83.793, incluyendo bajas de más de 3 días a partir del número de días naturales de ausencia. El número de accidentes en el ejercicio ha sido de 8 (6 de mujeres y 2 de hombres).

Durante la Pandemia Covid-19, el Servicio Médico, coordinado con otras áreas de la organización, tanto locales como europeas y globales, ha velado en todo momento por la seguridad y salud de todos los empleados. Para ello se realizaron protocolos que eran revisados periódicamente y siempre que fuera necesario, siendo este un tema a tratar en las reuniones diarias del Equipo de gestión de crisis.

Desconexión digital: El Grupo cuenta con una política interna de utilización de dispositivos móviles que manifiesta la importancia y el respeto del derecho de sus empleados a la desconexión digital, cuyo 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 la política, se han ofrecido consejos a los trabajadores para facilitar su aplicación bajo el paraguas del programa de “Vibrant Living” mencionado anteriormente.

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 en el bienestar de sus empleados.

P&G tiene constituido un comité de empresa europeo (“Euroforum”). El Euroforum de P&G está compuesto por representantes de todos los países europeos donde opera. En el foro de las reuniones del Euroforum 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.

Convenios colectivos: A fecha de cierre del ejercicio, 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.

Formación

Los empleados del Grupo son la fuente de su ventaja competitiva. Su éxito depende por completo de la gestión de su talento, que principalmente se construye desde dentro a través de la promoción interna. Este enfoque en la gestión del talento hace que el desarrollo de políticas de evaluación y recompensa, sean claves en el Grupo y que la mejora continua y la innovación sean claves para disponer de los mejores métodos y sistemas de desarrollo y gestión del liderazgo.

El Grupo apuesta primordialmente por la promoción interna, es clave contar con un plan de formación integral e integrado que permita (i) desarrollar a los líderes del mañana, (ii) actualizar las habilidades de la organización en las nuevas tendencias digitales y (iii) proporcionar las habilidades específicas de la función que desempeña cada persona. A tenor de lo anterior, podemos decir que las áreas formativas más relevantes, se encuadran en 3 grandes áreas.

- **Formación Corporativa:** Enfocada en el desarrollo de habilidades de liderazgo, esta formación, va dirigida a todos los empleados, independientemente de su departamento o nivel, siempre que el contenido del curso pueda ser de su interés y pueda tener una aplicación práctica. Los programas de formación ofrecidos por el Grupo derivan de un catálogo Global, que incluye (i) cursos desarrollados internamente por P&G, (ii) cursos externos proporcionados por las mejores agencias de formación y (iii) 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:** Enfocada en actualizar las habilidades de la organización, creando nuevas capacidades digitales y potenciando las existentes. La forma en que se proporciona esta formación 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 toda la organización a través de canales adaptados a las necesidades de cada colectivo. Así, por ejemplo, existen módulos en formato de “píldora de conocimiento”, formación presencial y externa impartida por formadores independientes de prestigio, plataformas de aprendizaje online, etc.
- **Funcional:** con el objetivo de 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 2020, se impartieron las siguientes horas de formación registradas en nuestros sistemas:

EMPLEADOS	Horas
Managers	7.359
Técnicos y Especialistas	2.578
Personal de Operaciones	1.769
TOTAL	11.706

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 nuestros sistemas, se ha realizado una encuesta al 30% del Grupo recibiendo respuesta por parte de un 16%, que indica que el número de horas promedio al año se sitúa en 86 horas/año empleado. El número de horas no varía entre hombres y mujeres, ni entre personas de distinto nivel profesional, lo que si se aprecia es que su número es mayor en el colectivo de oficinas. Extrapolando los resultados de la encuesta a la **población activa se obtiene un total de 58.394 horas de formación**, obtenidas por el método de encuesta.

Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

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.

En cuanto a la adaptación sociolaboral, el Grupo colabora con diversos organismos con el objetivo de facilitar la formación de personas con discapacidad con el fin de poder contar con personal cualificado para una posible contratación.

Igualdad

La diversidad y la inclusión están profundamente arraigadas en los Propósitos, Valores y Principios del Grupo. 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 el Grupo cree apropiado celebrar la diversidad, dar igualdad de oportunidades y trabajar decididamente por la inclusión.

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

El Grupo está comprometida en lograr 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:

- Taller práctico **MARC** (*Men Advocating for Real Change*): MARC es un programa de entrenamiento facilitado por Catalyst y WMFDP que se enfoca en dar un papel activo a los hombres en la construcción de la igualdad de género. Para ello, y utilizando diálogos y conversaciones abiertas, se les hace más conscientes de sus privilegios invisibles y de las ventajas para todos – también para ellos como líderes inclusivos – de la igualdad de género. Los talleres fueron impartidos incluyendo a ambos sexos en cada sesión.

- Los **network 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.
- La promoción de grupos de afinidad que representen los intereses de los empleados del Grupo, entre los que destaca un grupo específico para el colectivo LGBTI+ y aliados.

En P&G, al margen de las acciones puntuales que se realizan, dos **semanas** al año se organizan sesiones para reforzar el compromiso de la compañía con los valores de **Diversidad e Inclusión**. Este ejercicio se organizaron conferencias con expertos y se contó con Dña Patricia Rodríguez Directora General del Elche CF, que nos compartió su andadura profesional y como no hay barreras insuperables. De igual modo, se hizo una sesión con todos los empleados en la que se compartió el gran trabajo realizado por la Marca Pantene, para mostrar el camino a seguir para propiciar a través de su influencia, un cambio en la sociedad, en este caso en favor del colectivo Trans.

Este año, con motivo de la irrupción del **Covid-19**, 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...) en un momento tan complicado, se lanzó dentro del plan de servicio médico "Vibrant Living" un programa llamado "The Procters" a través del cual semanalmente lanzábamos 1 – 2 actividades para mantener el engagement y acompañamiento a los empleados. Estas actividades, eran tanto concursos creativos, inspirational speech, por medio de speakers internos (Directora de ventas.) y externos (Zapata Tenor...) formaciones y sesiones para trabajar las emociones (manejo emociones, sesión con una psicóloga, Reiki...)

Por último, en el ámbito de la igualdad y el reclutamiento, se lanzó una nueva edición el programa de **Future Female Leaders**, a fin de encontrar el mejor talento femenino en aquellas áreas en las que habitualmente la mujer está menos representada, como pueden ser Tecnología o Ventas.

Adicionalmente, durante este ejercicio, P&G ha recibido los siguientes galardones:

- **Ranking EMIDIS 2018** (Reconocimiento otorgado por la Federación Española de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales, FELGTB) como la empresa nº 1 en materia de diversidad e inclusión de la diversidad sexual y de género Diversity Inc.
- A nivel Interno y global, P&G España ha sido reconocida por la excelente aplicación de la política **@Sharethe Care** que potencia y facilita el disfrute del permiso parental 100% retribuido y por el lanzamiento de la campaña de Pantener, "**El pelo no tiene Género**".
- Premio Employer Randstad 2019.
- Globalmente P&G cuenta con galardones como: "**Best Company for female executives**", "**Bloomberg Gender Equality index 2019** o "**Fortune Most Powerful Women (International) — Alex Keith #36, Fama Francisco #37**"

P&G tiene personas de más de 24 nacionalidades por lo que, entre otros factores de diversidad en el Grupo, se trabaja en asegurar la inclusión como evolución natural de la diversidad.

Destacar igualmente en este ámbito nuestra participación en eventos externos dónde se nos ha solicitado compartir las mejores prácticas como compañía en el ámbito de la igualdad y la inclusión (por ejemplo, el Congreso de Intrama, Universidad Rey Juan Carlos I y en eventos de diversas empresas.) así como la renovación del Charter de Diversidad de la Fundación Diversidad bajo el paraguas de la Comisión Europea.

Adicionalmente, el Grupo 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

3. Respeto de los Derechos Humanos

P&G es reconocida tanto nacional como internacionalmente por su compromiso en la defensa de los Derechos Humanos. Este reconocimiento externo se ha visto materializado en la “Human Rights Campaign”.

Aplicación de procedimientos de diligencia debida

En 2014, P&G publicó su Declaración de Política de Derechos Humanos que comunica 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 de los Derechos Humanos internacionalmente reconocidos en la Carta Internacional de Derechos Humanos. Dicha política es de plena aplicación en el Grupo.

Los empleados e individuos involucrados en las operaciones y en la cadena de suministro extendida del Grupo disponen de **múltiples** vías para poder reportar violaciones de la ley o las políticas de la Compañía. Entre otras, la Compañía 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. El Grupo se compromete a revisar todas las denuncias de irregularidades con equipos capacitados que garantizan investigaciones exhaustivas, imparciales y basadas en hechos. La investigación adecuada es esencial para 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 la Compañía.

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 explotación infantil y (iii) el trabajo forzoso; si bien los puntos (ii) y (iii) anteriores se encuentran expresamente regulados y prohibidos por la normativa española y portuguesa.

(i) Libertad de asociación y negociación colectiva

El Grupo respeta el derecho de sus empleados a elegir afiliarse o no a un sindicato o tener una representación reconocida de los empleados de acuerdo con la legislación local. Cuando los empleados están representados por un sindicato o representante legalmente reconocido, la compañía se compromete a establecer un diálogo constructivo con respecto a los intereses tanto de los empleados como de la empresa, para lo cual, negocia de buena fe con dichos representantes de acuerdo con 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 trabajadores para moverse libremente 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.



Políticas y Prácticas de Buen Gobierno

Las directrices del Grupo en cuanto a la conducta comercial proceden de su propósito, sus valores y principios.

El Grupo no solo se preocupa por los resultados, sino también por cómo se alcanzan. No se toleran ni aceptan esfuerzos ni actividades que empleen prácticas ilegales o poco éticas para lograr resultados. En ninguna parte del mundo (véase <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 “do the right thing week”. En este ejercicio se llevaron a cabo del 2-6 de diciembre de 2019 y contaron con la participación del equipo de liderazgo. Se realizaron entrenamientos en 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.

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 del buen gobierno corporativo del Grupo. Por esta razón el Grupo ha llevado a cabo cada año un estudio con el objetivo de identificar los diferentes riesgos en este ámbito a los que el Grupo podría estar expuesto debido a su actividad. Dentro de estos riesgos potenciales se encuentran el delito de corrupción entre particulares y el delito 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 los siguientes:

- Manual global de conducta corporativa ([WBCM](#)).
- Política anticorrupción y contactos apropiados con funcionarios de gobierno.
- Políticas específicas para la regulación de las interacciones con profesionales y organizaciones médico-sanitarias.
- Política específica de prevención de blanqueo de capitales.
- 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 por 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 de la Compañía con el mismo cuidado que los propios.
- Comportarse teniendo en mente el éxito a largo plazo de la Compañía.
- Realizar las operaciones en estricto cumplimiento de la ley y del Manual, tanto en su letra como en su espíritu.

Se tratan muchos aspectos en el manual, en relación a los temas tratados en este capítulo, el [WBCM](#) incluye, dentro del mismo, diferentes apartados en los que se detallan las conductas que todo empleado deben mantener en relación a:

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

Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno

Dentro del conjunto de normativa interna que desarrolla 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”. Lo que se busca con esta premisa es que los empleados del Grupo sigan las normas de conducta del WBCM independiente de las costumbres del país en el que la compañía esté actuando.

Este documento y sus anexos explican los estándares de la compañía y cómo cumplirlos, y ponen en relieve las actividades clave que podrían generar riesgos en esta materia además de ofrecer una guía sobre cómo responder ante ellos y evitar comportamientos inapropiados. Los ocho puntos que se tratan en estos anexos son los siguientes:

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 estos anexos, esta política especifica el uso de medidas disciplinarias si se comprueba la actuación de alguno de los empleados de la compañía incumpliendo 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 es de aplicación al Grupo. Este documento especifica los requisitos que los trabajadores deben cumplir en cuanto 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 podrían ser el pago de alojamiento, viajes y comidas o donaciones para el beneficio de los pacientes.

Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales

El Grupo ha desarrollado la *Money Laundering Avoidance and Designated Entity Trade Control Compliance Policy* con el objetivo de evitar dichos sucesos. Dentro de esta política se especifican los estándares que todos los empleados de la compañía 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 cuales 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, el Grupo cuenta, asimismo, con otras políticas cuyo objetivo es mitigar los riesgos de este tipo de conductas ilícitas como pueden ser:

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

Mediante estas políticas se busca, por una parte, la identificación de potenciales conflictos de interés de los empleados con el fin de mantener la reputación de la compañía y la integridad de las operaciones del negocio y las decisiones tomadas; y, 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”.

El Grupo 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 de la compañía está obligado a leer y conocer el WBCM. Tras la lectura del mismo, el empleado debe pasar un examen en el cual se puede encontrar un apartado específico relativo a corrupción y soborno. Además, 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 directivos de la compañía deben reportar si trabajan de forma directa o indirecta con funcionarios públicos y, en caso afirmativo, deben asistir a una formación con la que se busca evitar las prácticas ilícitas. Asimismo, de manera periódica, tanto el Departamento Legal como el Departamento de Auditoría Interna imparten cursos formativos presenciales a los empleados de la compañía.

Además existe una serie de medidas prácticas puestas en marcha para vigilar y controlar las actividades de la compañía en relación con la corrupción y el soborno y el blanqueo de capitales. Entre estos procedimientos se encuentra el Comisión de Gobernanza Ibérica (*Iberian Governance Board*), convocado por el Departamento Legal y el Departamento de Controles Internos, que se reúnen de manera trimestral. En estas reuniones, a las que asisten los representantes de los principales departamentos, así como el director general y vicepresidentes, se tratan los asuntos más relevantes y de mayor trascendencia para el Grupo

Además de este Governance Board, el Grupo ha desarrollado un Comité de Vigilancia al que se le ha confiado la supervisión del funcionamiento, la eficacia y el cumplimiento del Modelo de Prevención de Delitos, implantado para garantizar un mayor control de los potenciales riesgos penales de la compañía y su actualización. Uno de los elementos más importantes del Modelo de Prevención de Delitos 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.

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

La política del Grupo en cuanto a los procedimientos de 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 las prioridades del Grupo, 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 a donaciones a entidades sin ánimo de lucro, éstas han ascendido a un importe superior a los 200 miles de euros. Las organizaciones beneficiadas han sido:

- Fundación ONCE - Becas “Oportunidad al Talento”
- Fundación Randstad - Programa Conectados
- Fundación STAMPA (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética) – Iniciativa “Ponte Guapa, te sentirás mejor”
- Fundación Deporte Alcobendas (FUNDAL) - Becas de conciliación de la vida deportiva y académica
- Cruz Roja - Programa Cruz Roja Responde (Covid-19)

Y en Portugal por un valor superior a los 50 miles de euros € beneficiando a:

- Entrajuda - Programa anual de donación de productos y plan “La ayuda no puede parar”
- Liga Portuguesa contra el Cáncer
- Cruz Roja Portuguesa

P&G también realiza contribuciones significativas a través de alianzas, patrocinios o marketing con causa por medio de programas que tiene con sus marcas Ausonia, Evax, Dodot, Oral B, Fairy, Gillette, Pantene, Olay y dio un paso más doblando sus esfuerzos para ayudar a paliar los efectos de la pandemia. En concreto el Grupo y sus marcas contribuyeron con las siguientes organizaciones:

- Aldeas Infantiles SOS – Programa de impacto social y company match
- Asociación Española contra el Cáncer programa de investigación
- Fundación Inspiring Girls: EVAX patrocinó un programa con el objetivo de aumentar la autoestima y la ambición profesional de las niñas en edad escolar, así como sus expectativas laborales, ayudándolas a visibilizar la amplia variedad de profesiones y trabajos que existen, de esta manera se les ayuda a romper sesgos o estereotipos de género y promover la equidad.
- Hospitales: la marca Dodot realizó donaciones de pañales para niños prematuros.
- Cruz Roja programa apoyo en desastres naturales como por ejemplo la donación de producto para DANA
- United Way
- Federación Española de Banco de Alimentos (FESBAL)
- Paisaje Limpio
- Universidad Pontificia de Comillas

El ejercicio terminado el 30 de junio de 2020, el Covid-19 ha aumentado significativamente el trabajo de todos los equipos, para poder acometer la responsabilidad de la sociedad. Este esfuerzo fue completamente transparente, apropiadamente presupuestado, revisado y reportado.

Durante el mencionado ejercicio el Grupo aumentó significativamente la inversión en impacto social a través de donaciones y convenios de colaboración con entidades que ayudaron a sofocar los efectos de la pandemia del Covid-19. El Grupo ha basado su actuación durante la crisis en tres líneas principales: **proteger** la salud y el bienestar de los empleados, **servir** a los consumidores de todo el mundo, y **apoyar** a las comunidades, organizaciones sociales y colectivos que estaban en la primera línea en la lucha contra el virus. Con estos principios, el Grupo quiso comprometerse a ser parte de la solución, y apoyarles durante la pandemia para salir de ella sin dejar a nadie atrás.

Acciones llevadas a cabo como consecuencia de la aparición del Covid-19

España:

- Donaciones a Hospitales e IFEMA de productos de Higiene personal y Fairy.
- Donaciones de soluciones hidroalcohólicas a residencias de mayores.
- Vitaminas y equipos de protección a farmacéuticos.
- Donación económica y de productos al **“Programa Cruz Roja Responde”** por parte de las marcas, y apoyo de de Kukident y ZZZQuil con el Programa “Tu farmacia más cerca”, para llevar productos farmacéuticos y medicamentos a los hogares de personas en riesgo de sufrir el Covid-19, en situación de dependencia o con cualquier otra dificultad que les impedía acudir a la farmacia.
- Federación Española de Bancos de Alimentos FESBAL: Fairy colaboró con apoyo financiero.
- Oral B participó en un evento realizado por World Vision para recaudar fondos para aliviar la pandemia del Covid-19.
- La plataforma para el consumidor de las marcas “Próxima a ti” ayudó a las personas a fabricar mascarillas y donarlas, así como equipos de protección para las personas que lo necesitaban.
- Donación a “Grandes Amigos”



Portugal:

- Fairy promocionó a través de la TV la recaudación de fondos y ayuda.
- Cruz Roja Portuguesa – El Grupo cedió su espacio televisivo para la colaboración contra el Covid-19

5. Sociedad

Compromiso con el crecimiento y con el impacto positivo

El Grupo, a la vez que genera empleo de calidad, provee a los consumidores productos de la más alta calidad cubriendo sus necesidades cotidianas de cuidados de la ropa y del hogar, personal e higiene. Lo hace con 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 20.100 miles de hogares en el conjunto de España y Portugal.

La Ciudadanía Corporativa está integrada en cómo se gestiona el negocio en el Grupo. El Grupo está enfocado en ser un motor para el crecimiento y el impacto positivo en cada área de nuestra agenda de ciudadanía, que se sustenta en pilares como Impacto comunitario, la Diversidad e inclusión, la Igualdad de género y la Sostenibilidad Ambiental, todos contruidos sobre la base de la ética y la responsabilidad corporativa. Apoyar y contribuir a las comunidades es parte de la esencia del Grupo.

El Grupo, además, apoya causas como la inclusión y la reducción de la desigualdad a través de: (i) donaciones económicas (como ayudas o en forma de patrocinio), (ii) voluntariado (iii) utilización de su publicidad para dar visibilidad a la diversidad o a promover la inclusión e igualdad y (iv) donaciones en especie (a través de productos de marcas que pertenecen al Grupo). Las organizaciones con las que colabora el Grupo en uno u otro formato son: la Cruz Roja, la Asociación Española Contra el Cáncer, Aldeas infantiles SOS, Fundación Valora, La Nau, Inspiring Girls, United Way, FESBAL, Fundal, Cruz Vermelha Portuguesa y la Liga Portuguesa contra o Cancro. (Para más detalle, ver el apartado de Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro)

En cuanto a la publicidad, el Grupo comenzó a audio describir sus anuncios en la televisión para que los mismos puedan estar disponibles para las personas con discapacidad visual y se intenta presentar en los anuncios la amplia diversidad de consumidores que usan sus marcas, aprovechando el alcance de su voz publicitaria para promover la igualdad.

Por su papel de liderazgo en la industria, el Grupo está presente en asociaciones del ámbito sectorial y corporativo, tanto en España como en Portugal. La relación de esas 15 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)
- 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)
- Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial (ICAP)

El Grupo 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 a la compañía <https://es.pg.com/contacto/>. Asimismo, el Grupo 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 encontrará publicado el presente informe: www.es.pg.com y www.pt.pg.com

Subcontratación y proveedores

Los procesos de homologación de proveedores del Grupo vienen determinados por los procedimientos diseñados por P&G que, según el tipo del bien a adquirir, son supervisado por distintos equipos de aprovisionamiento a nivel corporativo. A continuación, se describe el procedimiento general seguido por el Grupo en materia de subcontratación y gestión de proveedores.

Antes de dar de alta a un nuevo proveedor, el Grupo revisa 4 aspectos que determinarán si son proveedores adecuados: i) anti-corrupción y soborno (Anti-bribery), ii) seguridad de la información (Info Security), iii) protección de datos (Privacy Assessment); y iv) compromiso con el medioambiente y aspectos sociales.

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:
- Conflictos de interés
- 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 suministro, bajo la cual además se reserva el derecho, a nivel global, de llevar a cabo auditorías de cumplimiento.

Si bien no existe un sistema de auditorías periódicas a los proveedores, el Grupo realiza visitas regulares a su cadena de suministro en las que revisan el trabajo que realizan y lleva a cabo encuestas de forma aleatoria para conocer las prácticas de sus proveedores.

Más concretamente, y debido a la actividad que el Grupo tiene en el consumo de materias primas como las derivadas de la madera, las buenas prácticas juegan un papel clave en la sostenibilidad de los recursos de los bosques del planeta. Para ello, el Grupo ha desarrollado políticas como la de compras y de certificación de terceros en relación a las cadenas de suministro de pulpa de celulosa.

Como parte de la política de compras mencionada anteriormente, y dado que la pulpa de celulosa es uno de los materiales utilizados en la fabricación de sus productos, el Grupo pide a todos sus proveedores de pulpa de celulosa que dispongan de certificaciones fiables como, por ejemplo, Forest Stewardship Council® (FSC®), Programme for the Endorsement of Forest Certification o (PEFC), Sustainable Forest Initiative (SFI)

Consumidores

El Grupo es consciente y como tal se ocupa del bienestar, la seguridad y la salud de los consumidores en los diversos ámbitos en los que pueden ser afectados: la publicidad, las composiciones de los productos y el etiquetado de estos.

El Grupo 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
- 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** de acuerdo con la normativa europea y/o local aplicable. Además del cumplimiento de la legislación, el Grupo 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 (i) la línea de telefónica y (ii) la web corporativa.

A través de estos cauces, el Grupo ha recibido en los últimos años el siguiente número de reclamaciones

País	Número de reclamaciones	N.º reclamaciones por cada mil hogares
Portugal y España	6.553	0.32

El 100% de las reclamaciones han sido resueltas a través del departamento de Relación con el Consumidor ("*Consumer Relations*"). El 28% de los consumidores ha respondido a la encuesta de satisfacción, cuyos resultados han indicado que el 81% de los consumidores de Portugal y el 86% de los de España han quedado satisfechos con la resolución de su reclamación.

Información fiscal

En el ejercicio finalizado el 30 de junio de 2020, el Grupo obtuvo unos beneficios consolidados antes de impuestos de 27.065 miles de euros, con el siguiente desglose:

País	Resultado antes de impuestos (Miles €)
España	45.956
Portugal	6.109
Ajustes por consolidación	(25.000)
Total	27.065



El importe total satisfecho en concepto de impuesto sobre beneficios fue, para ese mismo periodo, asciende a 12.091 miles de euros.

País	Impuestos sobre beneficios pagados (Miles €)
España	11.439
Portugal	652
Total	12.091

El Grupo recibió bonificaciones de la Seguridad Social en formación por importe de 3 miles de euros.

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	Referencia
Descripción del modelo de negocio del Grupo	<p>Descripción del modelo de negocio:</p> <p>Entorno empresarial</p> <p>Organización y estructura</p> <p>Mercados en los que opera</p> <p>Objetivos y estrategias</p> <p>Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución</p>	<p>GRI 102-2</p> <p>GRI 102-7</p> <p>GRI 102-3</p> <p>GRI 102-4</p> <p>GRI 102-6</p> <p>GRI 102-15</p>	p. 3
Riesgos	<p>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:</p> <p>1) cómo el grupo gestiona dichos riesgos,</p> <p>2) explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia.</p> <p>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.</p>	102-15: Principales impactos, riesgos y oportunidades	p. 4



Cuestiones medioambientales

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia
Gestión medioambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa	GRI 307-1 GRI 308-2 GRI 102-11	p. 6
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental		
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales		
	Aplicación del principio de precaución		
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales		
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica)	GRI 305-6 GRI 305-7	p. 8
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. 7
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	NA	Dada la actividad de la Organización 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	NA	Dada la actividad de la Organización no se considera relevante
	Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	NA	Dada la actividad de la Organización no se considera relevante
	Consumo, directo e indirecto, de energía	GRI 302-1	p. 8
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	GRI 302-4 GRI 302-5	p. 8
	Uso de energías renovables	GRI 302-1	p. 8
Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas	GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-3	p. 8
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	GRI 201-2	p.8
	Metas de reducción establecidas voluntariamente	GRI 305-5	p.8
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 304-2 GRI 304-3	No aplica dada la actividad del Grupo
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas		

Cuestiones sociales y relativas al personal

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional	GRI 102-8 GRI 405-1
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 102-8
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional	GRI 102-8
	Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	GRI 401-1
	Brecha salarial	GRI 405-2
	Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional y su evolución	GRI 405-2
	Remuneración media de los consejeros por sexo	GRI 405-2
	Remuneración media de los directivos por sexo	GRI 405-2
	Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	GRI 202-1
	Implantación de políticas de desconexión laboral	GRI 401-2
	Empleados con discapacidad	GRI 405-1
Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo	GRI 402-1
	Número de horas de absentismo	GRI 403-2
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 401-2
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-2 GRI 403-3
	Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo	GRI 403-2 GRI 403-3
Relaciones sociales	Organización del diálogo social	GRI 403-1
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 102-41
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	GRI 403-4
Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 404-2
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	GRI 404-1
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad		GRI 405-1
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	GRI 405-1 GRI 405-2
	Planes de igualdad medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 405-1
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 405-1
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 406-1

Información sobre el respeto de los derechos humanos

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GRI 102-16 GRI 102-17 GRI 412-2	p. 17
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	
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	GRI 102-17	
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	

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 102-16 GRI 102-17 GRI 205-1	p. 18
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	GRI 205-1 GRI 205-2	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 413-1	p. 20

Información sobre la sociedad

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia
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. 22
	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 308-2 GRI 414-2	p. 23
	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. 24
	Sistemas de reclamación	GRI 416-2 GRI 417-1 GRI 418-1	
	Quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 416-2 GRI 418-1	
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país	GRI 201-1 GRI 201-4	p. 25
	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 España, S.A.U. reunidos el 29 de septiembre de 2020 formularon el Estado de Información No Financiera Consolidado correspondiente al ejercicio terminado el 30 de junio de 2020, que se compone de las hojas adjuntas 1 a 30 y se referencia al Informe de Gestión Consolidado.



Dña Francesca Sagramora
Administrador Mancomunado



D. Franco Giannicchi
Administrador Mancomunado