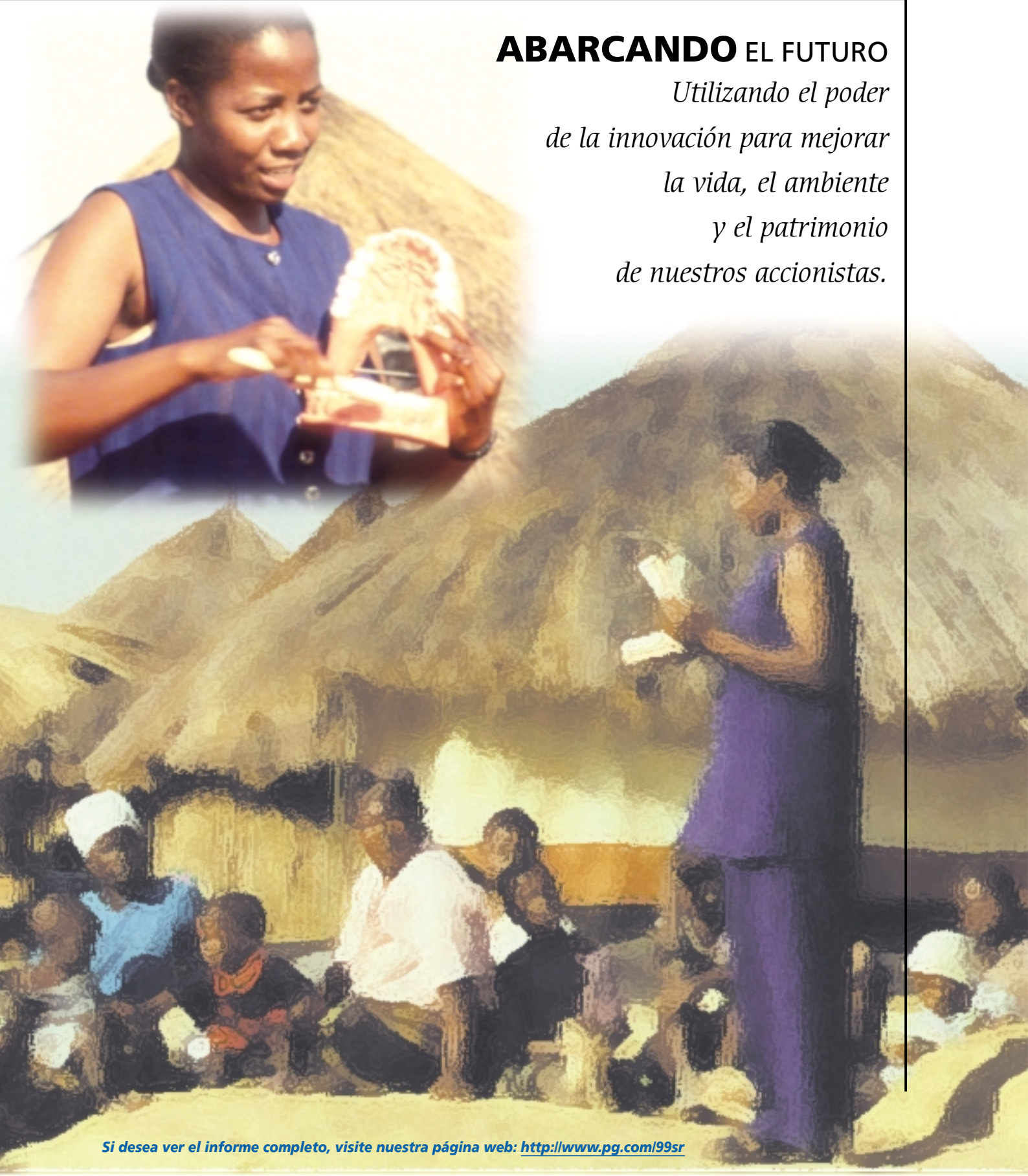
Resumen Ejecutivo

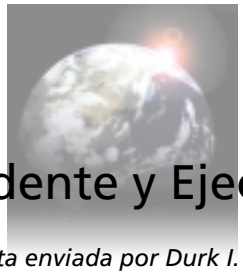
REPORTE SOBRE DESARROLLO SOSTENIBLE 1999

ABARCANDO EL FUTURO

Utilizando el poder de la innovación para mejorar la vida, el ambiente y el patrimonio de nuestros accionistas.



Si desea ver el informe completo, visite nuestra página web: http://www.pg.com/99sr



Declaración del Presidente y Ejecutivo Principal (CEO)

Los siguientes párrafos fueron tomados de una carta enviada por Durk I. Jager, Presidente y Ejecutivo Principal de P&G, al Concejo de Liderazgo del Negocio Global de la Compañía y a los empleados, en relación al Desarrollo Sostenible, el 1 de julio de 1999.

El Desarrollo Sostenible integra el progreso económico, la equidad social y el cuidado del ambiente con el objetivo de asegurarle a las futuras generaciones una calidad de vida por lo menos tan buena como la de la actualidad. Este concepto se está convirtiendo en un asunto de política pública cada vez más importante y también en una oportunidad de negocio significativa.

De acuerdo con la nueva estructura organizacional de la Compañía, Organización 2005, esperamos que las nuevas Unidades de Negocio Global (GBUs) tomen el liderazgo para incorporar el Desarrollo Sostenible en sus planes de operación. Por lo tanto, hemos reorganizado el grupo de Calidad Ambiental Corporativa de la Compañía para abarcar todos los aspectos del Desarrollo Sostenible y concentrar sus esfuerzos en actividades realizadas de mejor manera a nivel corporativo.

Durk I. Jager, Presidente y Ejecutivo Principal

George Carpenter ha sido designado Director de Desarrollo Sostenible Corporativo. El objetivo de esta reorganización es promover que la responsabilidad del Desarrollo Sostenible sea asumida por nuestras GBUs y alinear mejor nuestros esfuerzos con el nuevo diseño de la Organización. Estos cambios construirán y fortalecerán el compromiso a largo plazo de nuestra Compañía con el ambiente, al mismo tiempo que adoptamos una visión integral que incorpore las preocupaciones sociales y económicas de nuestros consumidores, accionistas y comunidades.

Durante los últimos años, los puntos de vista de las organizaciones académicas, gubernamentales y no gubernamentales con respecto a la calidad ambiental han ido evolucionando hacia el concepto más integral y amplio del Desarrollo Sostenible. Aunque algunos consideran que esto conlleva a una restricción inevitable del consumo, yo lo considero como una oportunidad y un estímulo para innovar y mejorar la vida de los consumidores, al tiempo que se hacen contribuciones positivas al medio ambiente y a la sociedad, particularmente en los países en desarrollo.

Ya hemos hecho progresos en esta área. Por ejemplo, la restringida provisión de agua a nivel mundial ha motivado a la División de Productos para el Cuidado del Hogar a considerar nuevos métodos de limpieza que utilicen menos agua, agua fría, agua no potable, e inclusive agua salada. Estos nuevos métodos de limpieza no sólo ayudan a satisfacer las necesidades de Desarrollo Sostenible de los países en desarrollo, sino que también pueden ser utilizados para alcanzar logros revolucionarios en los países desarrollados.

En la División de Alimentos y Bebidas, la necesidad de una mejor alimentación para la creciente población mundial, particularmente en los países en desarrollo, ha conducido al desarrollo de una nueva bebida nutritiva que clínicamente, en un estudio en Tanzania, ha probado ser de gran ayuda para el crecimiento y desarrollo de los niños. Estas innovaciones responden a importantes necesidades de los consumidores y acarrean beneficios substanciales en el área del Desarrollo Sostenible.

Necesitamos hacer mayores progresos. Cada GBU debe asimilar el impacto del Desarrollo Sostenible en sus operaciones e identificar sus implicaciones en los programas de innovación y expansión geográfica. Como parte de esto, le he solicitado a la División de Productos para el Cuidados del Hogar que desarrolle un plan de Desarrollo Sostenible para su GBU, el cual pueda servir de modelo para otras GBUs. Paul Polman, Presidente de la División de Productos para el Cuidado de la Ropa, dirigirá este trabajo y colaborará con George Carpenter en la definición de recursos que serán útiles para las GBUs a medida que desarrollen estos planes. El Desarrollo Sostenible también será una de las áreas que exploraremos en las próximas revisiones de estrategias.

George Carpenter y el nuevo grupo de Desarrollo Sostenible Corporativo se enfocarán en la definición de la política general de Desarrollo Sostenible de la Compañía, identificando retos y oportunidades emergentes en el área de Desarrollo Sostenible, preparando los reportes corporativos correspondientes y desarrollando relaciones con grupos externos a la Compañía. El grupo de George trabajará también cercanamente con otros recursos internos involucrados en el Desarrollo Sostenible.

Durk I. Jager

Si desea ver el informe completo, visite nuestra página web: http://www.pg.com/99sr

Visión General del Desarrollo Sostenible

El año 1999 marca dos importantes hitos de Desarrollo Sostenible para P&G. El primero es la creación de la organización de Desarrollo Sostenible Corporativo, la cual fue descrita anteriormente por Durk Jager. El segundo es el cambio de un Reporte de Progreso Ambiental Anual a este Reporte de Desarrollo Sostenible, que incluye nuestra participación en la prueba piloto de la Iniciativa de Reportes Globales (GRI) para un formato estándar.

Durante los dos últimos años, un equipo de gente de P&G en todo el mundo ha estado analizando cómo el Desarrollo Sostenible puede y debe relacionarse con nuestro negocio. Nos hemos dado cuenta de que, hasta ahora, P&G podría ser descrita como una compañía sostenible. Durante los pasados 162 años, P&G ha cambiado y se ha reinventado muchas veces. En la actualidad, somos una compañía global de $38 mil millones de ventas, con instalaciones físicas en más de 70 países, con productos vendidos en más de 140 países y con más de 110 000 empleados. Pero, nuestro reto como compañía sostenible es cómo cambiaremos y evolucionaremos para mejorar la vida de los consumidores de todo el mundo, de manera que sigamos existiendo y prosperando en el futuro.

George D. Carpenter, Director de Desarollo Sostenible Corporativo

La creación del Departamento de Desarrollo Sostenible Corporativo de P&G marca una decisión estratégica para alinear de una manera más cercana nuestro negocio con el concepto integral de Desarrollo Sostenible, bajo el amplio "paraguas" que abarca al desarrollo económico, la equidad social y la protección del ambiente.

El Desarrollo Sostenible se relaciona muy bien con la Declaración de Principios de nuestra Compañía, la cual describe la sinergia existente entre la satisfacción de las necesidades de nuestros consumidores, la generación de ventas y ganancias y la contribución a la prosperidad de nuestros empleados, accionistas y comunidades. No es que estemos definiendo el Desarrollo Sostenible como "lo mismo de siempre". Por el contrario, consideramos al Desarrollo Sostenible como una oportunidad para saciar necesidades insatisfechas actualmente; necesidades evidenciadas por los seis mil millones de personas que conforman la población del planeta, las cuales podrán alcanzar de 8 a 10 mil millones en el próximo siglo.

La desnutrición afecta al 50% de la población mundial. Serias enfermedades causadas por agua contaminada, carencia de saneamiento e higiene, cuidados deficientes de la salud y otros problemas, flagelan a poblaciones en áreas que no poseen una infraestructura adecuada. Para P&G, el Desarrollo Sostenible florecerá y aportará valor en la medida que se relacione con nuestra habilidad de innovar en las áreas de salud, higiene, ambiente, alimentación, educación y calidad general de vida de los consumidores actuales y futuros.

La decisión de cambiar el Reporte de Progreso Ambiental Anual por el Reporte de Desarrollo Sostenible está, por supuesto, muy relacionada con nuestra decisión de abarcar estratégicamente el concepto de Desarrollo Sostenible. Hemos estado publicando un Reporte Ambiental desde 1993. Con cada reporte hemos llevado a cabo estudios de investigación de mercado para comprender las necesidades de información de nuestra audiencia y para optimizar su contenido.

Al revisar de nuevo nuestra audiencia para este Reporte de Desarrollo Sostenible, escogimos como objetivo primordial a líderes de opinión externos, organizaciones no gubernamentales y académicas, inversionistas que manejan sectores sociales y gobiernos. Esta es una audiencia más pequeña que la que tradicionalmente habíamos tratado de satisfacer.

Habiendo establecido nuestra audiencia objetivo, fue importante darle forma a nuestro reporte para satisfacer mejor sus necesidades. De ahí lo oportuno de la participación en el proyecto piloto de la GRI, ya que la GRI representa a un gran sector de nuestra audiencia objetivo. Así mismo, la participación en este proyecto piloto nos proporcionará un medio fácil para obtener retroalimentación sobre este reporte anual, amen de una oportunidad de poder influenciar el formato de los reportes de la GRI.

El reporte de este año continúa nuestra evolución hacía un reporte sin papel. Por lo tanto, el reporte completo está disponible solamente en nuestra página: web http://www.pg.com/99sr. Adicionalmente, hemos publicado este Resumen Ejecutivo, el cual incluye información clave y cifras sobre el Desarrollo Sostenible en nuestra Compañía. Espero que nuestro intento por satisfacer sus necesidades como consumidor de este informe, merezca su aprobación. Los animo a ponerse en contacto con nosotros en caso de tener alguna pregunta o comentario.

George D. Carpenter
Director, Desarrollo Sostenible Corporativo

Si desea ver el informe completo, visite nuestra página web: http://www.pg.com/99sr

Perfil de Procter & Gamble

P&G comercializa aproximadamente 300 marcas de productos para aproximadamente 5 mil millones de consumidores en más de 140 países. Nuestros productos incluyen detergentes, dentífricos, champúes, productos de higiene femenina, productos farmacéuticos, bocadillos, pañales, cosméticos y medicinas para el resfriado. Estos productos son mejor conocidos por sus marcas: Tide, Ariel, Crest, Pantene, Pro-V, Always, Whisper, Didronel, Pringles, Pampers, Oil of Olay y Vicks.

La sede mundial de P&G esta ubicada en Cincinnati, Ohio, Estados Unidos. La Compañía tiene instalaciones físicas en 70 países y emplea a más de 110 000 personas a nivel mundial.

P&G es una Compañía cuyas acciones se venden libremente al público. Sus acciones son cotizadas y comercializadas en las siguientes bolsas de valores: Nueva York, Cincinnati, Amsterdam, París, Basilea, Ginebra, Lausanne, Zurich, Frankfurt, Bruselas y Tokio.

Al 23 de julio de 1999, había 278,245 tenedores de acciones comunes registrados, incluyendo a los participantes de nuestro Programa Interno de Venta de Acciones. Se ha autorizado la emisión de cinco mil millones de acciones comunes. Cerca de 1,320 millones de acciones estaban en circulación al 30 de junio de 1999.

En septiembre de 1998, P&G anunció amplios cambios en su estructura organizacional, procesos de trabajo y cultura, con el objetivo de acelerar su crecimiento. En junio de 1999, la Compañía anunció la adopción de esta iniciativa bautizada como Organización 2005. La nueva estructura de la organización, incluyó la creación de siete Unidades Globales de Negocio (GBUs) remplazando a las cuatro Unidades anteriores basadas en áreas geográficas y entró en vigor el 1 de julio de 1999. Las GBUs son responsables de todas las actividades de desarrollo de estrategia, de fabricación y de aprovisionamiento. Se espera que cada una de las GBUs integre al Desarrollo Sostenible en sus planes de negocio. La responsabilidad del Desarrollo Sostenible reside en las GBUs.

MARCAS PRINCIPALES

Ropa y Cuidado del Hogar

ACE BLEACH
ARIEL
BOUNCE
CASCADE
CHEER
DAWN
DOWNY
FAIRY
JOY
LENOR
MR. CLEAN
TIDE

Protección Femenina

ALWAYS
ALWAYS ALLDAYS
LINES FEM PRO
TAMPAX
WHISPER

Cuidado de la Salud

ACTONEL
ASACOL
BLEND-A-MED
CREST
DIDRONEL
MACROBID
METAMUCIL
NYQUIL/DAYQUIL
PEPTO-BISMOL
SCOPE
VICKS FORMULA 44
VICKS VAPORUB

Alimentos y Bebidas

CRISCO
FOLGERS
JIF
MILLSTONE
OLEAN
PRINGLES
PUNICA
SUNNY DELIGHT

Cuidado de la Belleza

CLEARASIL
COVER GIRL
HEAD & SHOULDERS
IVORY
MAX FACTOR
OIL OF OLAY
OLD SPICE
PANTENE PRO-V
PERT PLUS
REJOICE
SAFEGUARD
SECRET
SK-II
VIDAL SASSOON
ZEST

Prosuctos de Papel para el Hogar

BOUNTY
CHARMIN
PUFFS
TEMPO

Cuidados del Bebé

BABYSAN
LUVS
PAMPERS
PAMPERS WIPES

Construyendo el Futuro

1837 **1840** W.M. Procter y James Gamble, fundadores; negocio de velas y jabón.

1850

$1 Million en ventas netas 1859 **1860**

Expansión al mercado norte de los Estados Unidos

1870

Indicadores Principales

Principales Areas de Enfoque para Desarrollo Sostenible

P&G planea concentrar sus esfuerzos de Desarrollo Sostenible en las áreas de: **Agua y Salud e Higiene.** Estas dos áreas son relevantes para todas las Unidades de Negocio Global (GBUs) de la Compañia y para los tres elementos constitutivos del Desarrollo Sostenible: el desarrollo económico, la equidad social y la protección ambiental. Nuestro enfoque es, consecuentemente, mejorar el patrimonio de nuestros accionistas contribuyendo al mismo tiempo a solucionar los problemas, necesidades y preocupaciones asociadas con estas dos últimas áreas.

Aunque P&G intenta enfocarse en Agua y Salud e Higiene, La Compañia continuará con su larga tradición:

- haciendo lo correcto para los consumidores, empleados, accionistas y comunidades donde opera.
- generando ventas y aumentando las ganancias de una manera social y ambientalmente responsable.
- aumentando la variedad de razas, culturas, etc., dentro de su fuerza laboral.
- contribuyendo a incrementar los niveles de educación de la población.
- manteniendo altos estándares de salud, seguridad y protección ambiental en sus productos y operaciones en todo el mundo.

Principales Grupos Involucrados

- Consumidores
- Comunidades
- Empleados
- Accionistas

Principales Impactos Asociados con los Productos Económicos

Económicos
- Rendimiento de la inversión de los accionistas
- Empleo
- Impuestos, cuotas y contribuciones

Sociales
- Salud
- Higiene
- Educación

Ambientales
- Uso de los recursos (materiales y energía)
- Agua
- Residuos y emisiones

Cifras sobre Producción, Residuos y Energía *(En miles de toneladas métricas)*

	Total			1998/99 Por Región			
Producción	1998/99	1997/98	1996/97	Asia	Europa, Medio Oriente, Africa	América Latina	América del Norte
Productos finales embarcados	14,644	14,436	14,019	1038	5,040	1,280	7,286
Materias primas provenientes de reciclado	380	400	n/a	84	n/a	296	n/a
Empaques utilizados	1,375	1,367	1,330	101	440	105	729
Material de empaque proveniente de reciclado	490	455	480	24	171	52	243
Residuos							
Residuos generados	864	895	730	67	209	146	443
Residuos reciclados/re utilizados	56%	56%	67%	58%	70%	14%	64%
Residuos desechados							
Residuos sólidos - no peligrosos	271	324	175	18	36	115	102
Residuos sólidos - peligrosos	27	12	7	5	19	2	2
Efluentes líquidos (excluyendo el agua)	31	37	34	1	4	3	23
Emisiones al aire	20	20	21	1	2	1	16
Otros							
Uso de energía (10^5 GJ)	967	947	853	58	219	57	633
Emisiones SARA*	1.6	1.9	1.6	n/a	n/a	n/a	1.6

* Emisiones definidas en las Enmiendas a la Ley de Manejo de Residuos Peligrosos (*Superfund*) y la Ley de Re Autorización de la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos.

Datos Económicos y Sociales

Cifras financieras importantes *(En millones de dólares excepto los montos por acción)*

	1998/99	1997/98	1996/97
Ventas Netas	$38,125	$37,154	$35,764
Ganancias Netas	$ 3,763	$ 3,780	$ 3,415
Ganancias Netas básicas por acción común	$2.75	$2.74	$2.43
Activos totales	$32,113	$30,966	$27,544
Deuda a largo plazo	$6,231	$ 5,765	$ 4,143
Patrimonio de los accionistas	$12,058	$12,236	$12,046
Impuesto sobre la renta	$2,075	$1,928	$1,834
Gastos de mercadeo, investigación y administración	$10,666	$10,035	$9,766

Variedad en el Reclutamiento - Estados Unidos

P&G espera que su fuerza laboral sea aún más variada en el futuro. Esta es una política global y están en marcha programas de mejoramiento continuo en todas las regiones. El siguiente cuadro muestra los porcentajes de minorías y mujeres empleadas en los Estados Unidos:

	% Minorías			% Mujeres		
	1998/99	1997/98	1996/97	1998/99	1997/98	1996/97
Gerencia	15.0	15.6	15.5	38.4	38.0	37.5
Técnicos, obreros, trabajadores de servicio	18.1	18.6	18.6	41.7	41.1	40.8
Total	**16.9**	**17.4**	**17.4**	**40.4**	**39.9**	**39.5**

Contribuciones Filantrópicas de P&G a nivel mundial

	1998/99	1997/98	1996/97
Total	**$73,245,604**	**$66,859,204**	**$60,616,378**

Resumen de Violaciones a las Leyes correspondientes y multas

Los singuientes son datos de los últimos tres años sobre violaciones ambientales, de transporte, salud y seguridad ocupacional, y multas:

	1998/99	1997/98	1996/97
Número	46	54	56
Multas	$33,250	$73,100	$14,900

Cifras sobre Salud y Seguridad Ocupacional

Los siguientes son datos de los últimos tres años sobre dos parámetros principales de salud y seguridad ocupacional:

Tasa Total de Incidencias

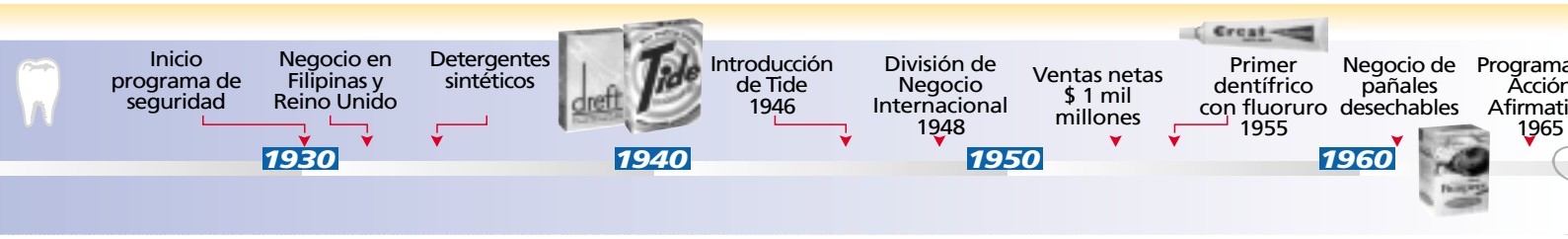
(Lesiones y enfermedades por cada 100 empleados)

1998/99	1997/98	1996/97
0.7	0.8	0.9

Tasa Total de Trabajos Perdidos por Caso

(Incidencias de días de trabajo perdidos y restringidos por cada 100 empleados)

1998/99	1997/98	1996/97
0.3	0.4	0.4



Noticias Recientes sobre nuestros Productos

Lavado y desinfectado de ropa

En los Estados Unidos, **Tide con Blanqueador** desinfecta el lavado eliminando el 99,9% de las bacterias. El producto está registrado en la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos.

Previniendo la irritación del pañal

El Rash Guard de Pampers (Pampers Anti Irritación) es el primer pañal específicamente diseñado para prevenir la irritación del pañal.

Envase Mundial para Champú

Un nuevo diseño de botella está remplazando al utilizado anteriormente por muchas de las marcas de champú líderes de P&G. Diseñada para reducir el uso de material y mejorar su manejo, la nueva botella ahorra 2000 toneladas métricas de plástico; suficiente como para llenar una piscina olímpica cada año.

Dawn Salva el Día - Otra Vez

Los derrames de aceite y grasa no son rivales para Dawn, lavaplatos líquido. Dawn no sólo corta la grasa de los platos, los oficiales de tránsito le acreditan la limpieza de dos derrames de aceite en las autopistas de Cincinnati, Ohio, Estados Unidos, durante el año pasado. Desde la grasa animal hasta la masa para galletas, Dawn *cortó la grasa* y las autopistas fueron reabiertas en tiempo record.

P&G promociona la Auto Estima de los Adolescentes en México

Algunos estudios han mostrado que en América Latina muchas mujeres tienen baja autoestima. Para afrontar esto, los productos de higiene femenina **Always** de P&G patrocinaron un programa para mejorar la autoestima de las mujeres, recordándoles que pueden aspirar a una vida plena a través de una mejor educación e higiene personal y el reforzamiento de sus valores personales. El programa educativo va dirigido a los adolescentes y consiste en una serie de conferencias en los salones de clase y una revista muy colorida.

El Programa Escolar de Crest Mejora la Higiene Dental¨

Durante 30 años, el Programa Escolar de Crest ha proporcionado entrenamiento a estudiantes de escuela primaria en los Estados Unidos. En la actualidad, niños de todo el mundo tiene la oportunidad de aprender sobre buena higiene dental a través de los programas escolares globales patrocinados por los dentífricos **Crest** y **Blend-a-Med.**

La Educación Dental Ilumina las Sonrisas en Zimbabwe

P&G es miembro del grupo de Voluntarios de Salud en el Extranjero, el cual se dedica a hacer accesible el cuidado dental en los países en desarrollo a través de entrenamiento y educación. En Zimbabwe, especialistas en el área de cuidado dental entrenados por el Programa, utilizan el material educativo de **Crest** para promover la higiene dental en aldeas remotas.

Un Lavaplatos Mejorado que Limpia Mejor a Bajas Temperaturas

El nuevo detergente **Fairy Tab-in-Tab**, para lavaplatos automáticos, proporciona una profunda limpieza en ciclos de lavado a baja temperatura. El innovador uso de enzimas proporciona dos y tres veces más limpieza al tiempo que permite que los consumidores ahorren agua y electricidad.

Bajos niveles de VOCs en los Fijadores para el Cabello

P&G ha tomado un enfoque innovador para reducir los VOCs (compuestos orgánicos volátiles) en los fijadores para el cabello. Una fórmula concentrada y un nuevo empaque distribuyen el fijador de manera más eficiente, utilizando un empaque 25% más pequeño y con menores emisiones de VOCs que los fijadores convencionales. Los consumidores en California, Estados Unidos, serán los primeros en probar este nuevo fijador.

Declaración de Principios

Ofrecemos productos de calidad y valor superiores que mejoren la vida de los consumidores del mundo entero.

Como resultado, los consumidores nos recompensarán con liderazgo en ventas y crecimiento de utilidades, permitiendo prosperar a nuestra gente, a nuestros accionistas y a las comunidades en las que vivimos y trabajamos.

Valores Fundamentales

Principios

Demostramos respeto por todos los individuos

Los intereses de la Compañia y del individuo son inseparables

Adoptamos un enfoque estratégico en nuestro trabajo

La innovación es la piedra angular de nuestro éxito

Nos enfocamos hacia el exterior

Valoramos la maestría personal

Buscamos siempre ser los mejores

La interdependencia mutua es nuestra forma de vida

PORTADA: *En Zimbabwe, especialistas en el cuidado de la salud entrenados bajo el Programa de Voluntarios de Salud en el Extranjero, utilizan el material educativo de Crest para promover la higiene dental en aldeas remotas.*

Este es el Resumen Ejecutivo de un reporte preparado de conformidad con los Lineamientos para Reportes sobre Desarrollo Sostenible de la Iniciativa de Reportes Globales (GRI): Borrador para Comentario Público y Prueba, Marzo 1999. La misión de la GRI es promover uniformidad a nivel internacional para informar los resultados corporativos ambientales, sociales y económicos de manera revelante y veraz con el objetivo de lograr una toma de decisiones más responsable. La GRI trata de alcanzar esta misión a través de procesos multilaterales de diálogo y colaboración abiertos para diseñar e implementar lineamientos para la preparación de Reportes de Desarrollo Sostenible. La GRI no ha verificado el contenido de este Resumen Ejecutivo ni toma posición con respecto a la confiabilidad de la información incluida en él. Para mayor información sobre la GRI, por favor visite su dirección en el Internet: http://www.globalreporting.org.

Este es un Resumen Ejecutivo del Primer Reporte sobre Desarrollo Sostenible de las operaciones mundiales de P&G. Los datos incluidos en el informe abarcan el período transcurrido desde el 1 de Julio de 1998 hasta el 30 de Junio de 1999.

El informe completo está disponible en la página Web Corporativa Mundial de P&G: http://www.pg.com/99sr

Visite la página Web Corporativa de P&G: http://www.pg.com si desea conocer las últimas noticias sobre P&G, los accionistas e información sobre empleo.

Editor: Keith Zook, P&G, Cincinnati, Ohio, USA.
Equipo Central Editorial: Margaret Gerber, P&G, Cincinnati, Ohio, Estados Unidos, Chris Smith, Newcastle Upon Tyne, Reino Unido; Robin Tollett, P&G, Cincinnati, Ohio, Estados Unidos.
Redacción: John Swartzbaugh, Tecnologías y Comunicaciones Ambientales, Inc., Cincinnati, Ohio, Estados Unidos.
Diseño: Andy Ruttle, Ruttle Design Group, Inc., Cincinnati, Ohio, Estados Unidos.

El equipo editorial desea agradecer a todas las personas de la Compañia que contribuyeron con información, anécdotas y datos para este informe.

Desarrollo Sostenible Corporativo
Two P&G Plaza
TN-02 MS-28
Cincinnati, Ohio 45202 Estados Unidos