

Empresas Responsables

COORDINADORA: Viridiana Díaz

viridiana.diaz@eleconomista.mx

Tel. 5326-5454 ext. 2129



La campaña Sabritas Sonrisas 2017 duplicó el monto del donativo respecto del 2016, gracias a la confianza de los consumidores

SABRITAS ENTREGA DONATIVO A OPERATION SMILE

Construyen sonrisa a niños con labio o paladar hendido

PepsiCo basa su estrategia de responsabilidad social en el cuidado del planeta, en el empoderamiento de las personas, en la salud y el bienestar

Viridiana Díaz / J. Francisco de Anda Corral
EL ECONOMISTA

HACE UN año y medio, la empresa PepsiCo anunció su agenda de sustentabilidad que aplicaría alrededor del mundo, con el objetivo de crecer su negocio respondiendo a las necesidades de los consumidores y la sociedad. Las iniciativas incluidas en esta agenda, que van en línea hacia el 2025, consisten en transformar el portafolio de alimentos y bebidas de la firma, contribuir a que el sistema alimentario sea más sustentable y ayudar a que las comunidades locales sean más prósperas.

Las nuevas iniciativas siguen el compromiso que asumió PepsiCo

hace 11 años, ofrecer Desempeño con Sentido, una visión que fue lanzada en el 2006 con base en la convicción fundamental de que el éxito de negocio está vinculado a la sustentabilidad del mundo.

“Para poder triunfar en el mundo volátil y cambiante de hoy en día, las corporaciones deben hacer tres cosas excepcionalmente bien: centrarse en tener un sólido desempeño financiero, mantenerlo de forma sostenible en el tiempo y ser receptivas a las necesidades de la sociedad”, afirmó Indra Nooyi, directora del Consejo de Administración y CEO de PepsiCo, durante la presentación de la agenda de sustentabilidad.

Desempeño con Sentido está

basado en tres pilares del crecimiento sustentable:

1. Proteger nuestro planeta.
2. Empoderar a las personas de todo el mundo.
3. Ayudar a mejorar la salud y el bienestar a través de los productos que vende.

Es en este último objetivo, a través de la campaña Sabritas Sonrisas, que Papas Sabritas entregó 1 millón de pesos a la organización Operation Smile México AC, que ayuda de forma gratuita a niños y jóvenes con labio o paladar hendido, a través de la donación de cirugías reconstructivas y tratamientos integrales.

La campaña, realizada por segunda ocasión con Operation Smile, ini-



de la marca. FOTO: CORTESÍA

“Los primeros 10 años de Desempeño con Sentido han demostrado lo que se puede lograr cuando una compañía actúa bien”.

Indra Nooyi,
CEO de PepsiCo.

4,200
OPERACIONES

ha realizado Operation Smile en el país, en los 11 años de presencia que tiene.

ció en diciembre del 2017 y finalizó en enero pasado y consistió en invitar a los consumidores a subir una *selfie* en redes sociales con alguno de los empaques edición especial de Papas Sabritas con sonrisas y con el *hashtag* #AmamosCadaSonrisa. Cada *like* recibido en las fotos fue convertido en donativo para la organización.

“En el tiempo de realización tuvimos 415 millones de impactos publicitarios que se convirtieron en una oportunidad de ayudar”, comentó en entrevista Isaías Martínez, senior VP savory category y general manager de Sabritas.

Con el donativo por parte de la marca, 100 niños con labio y paladar hendidado se verán beneficiados con una cirugía reconstructiva en la

PepsiCo México emprende un programa sustentable de cultivo de palma por tres años con 157 pequeños productores.



Isaías Martínez entregó el donativo a Benjamín Mijangos por 1 millón de pesos. FOTO: CORTESÍA

República Mexicana.

Por su parte, Benjamín Mijangos Borja, director de Operation Smile México AC, reconoció el compromiso de Papas Sabritas: “Me siento feliz de encontrar esta empresa con gran responsabilidad social y que nos elijan para ayudarnos nos llena de orgullo, hablo en nombre de los niños que nos dejan operar y nos permiten regresarles su derecho a sonreír”.

Operation Smile tiene 11 años trabajando en México y 35 años con presencia en 60 países alrededor del mundo, tan sólo en el país ha realizado 4,200 operaciones, “cada año vamos aumentando nuestra capacidad de operaciones, tan sólo el año pasado operamos a 700 pacientes en cinco jornadas quirúrgicas realizadas en puntos estratégicos como son Guadalajara, San Cristóbal de las Casas en Chiapas, Monterrey, Puebla y Oaxaca”, comentó el directivo de la organización.

Por otra parte, PepsiCo México emprende un programa sustentable de cultivo de palma por tres años con 157 pequeños productores de Tabasco.

Olga González, gerente de Sustentabilidad de Fundación PepsiCo México, revela que el programa de cultivo, que comenzará con 2,000 hectáreas, beneficiará a 2,200 personas y que tiene como meta alcanzar un área cultivable de 52,000 hectáreas.

El objetivo de este programa, refiere González, es la adopción de prácticas sostenibles con impacto a favor del medio ambiente, de acuerdo con los lineamientos internacionales de la Mesa Redonda de Palma de Aceite Sostenible y está dirigido a productores de Tabasco y Chiapas.

Los productores participantes en este programa de cultivo recibirán soporte técnico para mejorar el rendimiento de sus parcelas, desarrollar buenas prácticas y finalmente recibirán un pago justo.

Adicionalmente, PepsiCo implementará un programa de becas para la capacitación de las mujeres de las localidades, para que sean agentes promotoras del cuidado ambiental.