



**Como la segunda compañía más grande del sector de la alimentación y las bebidas, PepsiCo ofrece a los clientes un catálogo de productos deliciosos y saludables en más de 200 países**

### Datos clave

- Sede central: Purchase, N.Y.
- Facturación anual: cerca de 60.000 millones de \$
  - 51% bebidas, 49% alimentación
  - 51% en EE.UU. y Canadá, 47% internacional
- Empleados: aproximadamente 300.000 en todo el mundo
- Presidente y CEO: Indra K. Nooyi

### Historia de la Compañía

PepsiCo fue fundada en 1965 mediante la fusión de Pepsi-Cola y Frito-Lay. La compañía amplió su catálogo con la adquisición de Tropicana en 1998 y la fusión con Quaker Oats en 2001. En 2010, PepsiCo adquirió sus dos compañías embotelladoras principales, Pepsi Bottling Group y PepsiAmericas, una transacción que reforzó de forma significativa el negocio de bebidas de la compañía en América del Norte y Europa. En el 2011, PepsiCo completó su operación más grande fuera de EE.UU. con la adquisición de Wimm-Bill-Dann, la mayor productora de productos lácteos en Rusia.

### Estructura corporativa

PepsiCo está integrada por cuatro unidades de negocio:

- PepsiCo Americas Beverages (PAB)
- PepsiCo Americas Foods (PAF)
- PepsiCo Europa
- PepsiCo Asia, Oriente Medio, África (AMEA)

### Marcas

PepsiCo ofrece el catálogo más amplio del mundo de marcas multimillonarias del sector de la alimentación y las bebidas, que incluyen 19 líneas de productos diferentes que genera cada una de ellas más de 1.000 millones de \$ en ventas minoristas anuales. Nuestras marcas son sinónimo de calidad y son marcas conocidas y respetadas, e incluyen:





## Estrategias de crecimiento

PepsiCo tiene seis estrategias clave para conseguir el crecimiento en el futuro:

- Desarrollar el catálogo mundial de macrosnacks de la compañía
- Incrementar de forma responsable y rentable el negocio de bebidas de la compañía
- Utilizar la fuerza del “The Power of One” para aportar valor a los clientes
- Construir y expandir el negocio de nutrición de la compañía.
- Cuidar a los empleados
- Conseguir unos resultados excepcionales

## Sostenibilidad Humana

PepsiCo reconoce su responsabilidad de comprender las necesidades de dieta y nutrición de la población mundial. La compañía está abordando este reto dando pasos para hacer crecer su portafolio de productos del área de nutrición.

Actualmente, unos 13.000 millones de \$ de los aproximadamente 60.000 millones de \$ procedentes de las ventas de PepsiCo proceden del área de nutrición., entre ellos, zumos de frutas, avena, frutos secos y semillas, productos lácteos, y bebidas para deportistas. La compañía se compromete a triplicar esta parte de nuestro negocio en 2020. Como parte de este compromiso, PepsiCo:

- Ha ampliado su equipo de investigación y desarrollo para incluir varios doctores, nutricionistas y científicos especializados en alimentación de fama mundial que trabajan conjuntamente para desarrollar nuevos productos.
- Ha anunciado una serie de **objetivos nutricionales** líderes en el sector, que incluyen compromisos para:
  - Reducir en un 15% el promedio por ración de grasas saturadas en sus marcas mundiales clave en mercados clave en 2020 (tomando como base el año 2006)
  - Reducir en un 25% el promedio por ración de azúcares añadidos en las marcas de bebidas mundiales clave en mercados clave en 2020 (tomando como base el año 2006)
  - Reducir en un 25% el promedio por ración de sodio en las marcas de alimentos mundiales clave en mercados clave en 2015 (tomando como base el año 2006)
  - Incrementar los cereales integrales, frutas y verduras, frutos secos, semillas y productos lácteos bajos en grasas en su catálogo de productos
- Ha creado el PepsiCo Global Nutrition Group (GNG) encargado de colaborar con cada una de las divisiones para hacer crecer el portafolio en el área de nutrición enfocado en 4 plataformas: frutas y vegetales, frutos secos y semillas, productos lácteos y nutrición funcional.
- Continúa ayudando a la gente a tener una vida más saludable a través de una mejor formación y un etiquetado responsable, apoyando dietas saludables y actividad física y colaborando con socios locales y globales.
- Ha adquirido, asociado o comprado la participación mayoritaria en las siguientes compañías:
  - Wimm-Bill-Dann, una de las compañías de alimentación y bebidas más importante de Rusia y líder en la categoría de lácteos.
  - Lebedyansky, la empresa líder de zumos en Rusia y el sexto fabricante de zumos del mundo
  - Sabra, la marca número uno de humus en EE.UU.
  - Sandora, la empresa líder de zumos de Ucrania
  - Naked Juice, una empresa de zumos premium en Estados Unidos
  - Spitz International Inc., fabricante líder de pipas de girasol y calabaza en Canadá



- V Water, un agua enriquecida totalmente natural en el Reino Unido
- Almarai, empresa líder de productos lácteos con sede en Arabia Saudita, con la que PepsiCo estableció una joint-venture de productos lácteos.
- Amacoco, la empresa de agua de coco más importante de Brasil

### **Sostenibilidad Medioambiental**

PepsiCo está comprometida con proteger los recursos naturales de la Tierra a través de la innovación y de un uso más eficiente de la tierra, la energía, el agua y los envases en sus operaciones. La compañía se replantea continuamente el modo en que se abastece, produce, envasa y entrega sus productos buscando nuevas maneras de minimizar el impacto en el medioambiente, incluyendo la conservación de energía y el uso del agua, y reduciendo el volumen de sus envases. PepsiCo colabora también con agricultores locales, organizaciones medioambientales y científicos para entender cómo puede producir sus productos de un modo más ecológico.

Como parte de su promesa, PepsiCo ha anunciado una serie de objetivos medioambientales globales, incluyendo:

- Proveer acceso de agua potable a tres millones de personas en los países en vías de desarrollo para finales del 2015.
- Reducir el peso de los envases en casi 160 millones de kilos evitando la creación de un 500 mil millones kilos de residuos en los vertederos para el 2012.
- Trabajar para eliminar todos los residuos sólidos provenientes de las instalaciones de PepsiCo en los vertederos. \*
- Conseguir una reducción absoluta en las emisiones de gas de efecto invernadero en las operaciones locales. \*

Para más información sobre los compromisos de productos más saludables de PepsiCo y su enfoque para proporcionar un crecimiento sostenible al invertir en un futuro más saludable para las personas y nuestro planeta, visite Resultados con Responsabilidad en [www.pepsico.com/purpose.html](http://www.pepsico.com/purpose.html).

\*Excluye el impacto de adquisiciones importantes, como la adquisición de The Pepsi Bottling Group Inc., PepsiAmericas Inc. y Lebedyansky, debido a la dificultad de obtener datos para el periodo anterior a la adquisición. PepsiCo continua trabajando para recolectar y agregar estos datos e intentar incorporarlos en los informes externos tan pronto se recojan, agreguen y verifiquen.

