

LOS COMPRADORES DE JCPENNEY ESTÁN INVITADOS A PARTICIPAR EN LA CAMPAÑA “PAIR UP” (SÚMESE) DURANTE ESTA TEMPORADA DE REGRESO A LA ESCUELA MEDIANTE LA PROMOCIÓN ESPECIAL “COMPRES UNO, DONE UNO”

Un estudio nacional encargado por JCPenney concluye que hay niños de bajos ingresos que necesitan ropa básica

Por cada paquete de ropa interior y calcetines para niños que se vendan, el minorista donará un paquete a la Young Men's Christian Association (YMCA), hasta alcanzar los 750,000 pares

PLANO, Texas (27 de julio de 2017) - En esta temporada de regreso a la escuela, JCPenney invita a sus clientes a “sumarse” al participar en la promoción especial “compre uno, done uno”, la cual proporcionará a los niños necesitados ropa interior básica. Del 1.º al 15 de agosto, por cada paquete de calcetines y ropa interior para niños que se vendan en JCPenney, el minorista donará un paquete a la Y, hasta alcanzar los 750,000 pares. La campaña “Pair Up with JCPenney” (Súmete a JCPenney) del minorista responde a las conclusiones de un estudio nacional encargado por JCPenney, *American Youth: The Need for Basic Necessities*, que pone al descubierto una necesidad invisible: muchos niños con necesidades insatisfechas en todo el país no cuentan con artículos de vestir esenciales, lo cual puede afectar sus logros académicos.

“Hoy en día, muchos niños van a la escuela sin contar con ropa básica, como calcetines y ropa interior. Cuando los niños no tienen estos artículos, a menudo se sienten inseguros, avergonzados y no quieren participar plenamente en las actividades escolares”, afirmó Marci Grebstein, Directora de Marketing de JCPenney. “Como una de las mayores empresas de ropa en el país, sabíamos que podíamos comenzar a marcar una diferencia si abordábamos esta urgente necesidad. Cuando nuestros clientes compren un paquete de calcetines o ropa interior para niños esta temporada de regreso a la escuela, se sumarán a nuestros esfuerzos por marcar una diferencia a fin de garantizar que más niños cuenten con lo necesario para tener éxito este año escolar”.

A principios de este año, JCPenney encargó un estudio que incluyó una encuesta para padres de niños en edad escolar, junto con entrevistas personales con organizaciones y líderes intelectuales importantes con el objetivo de obtener un conocimiento profundo de las experiencias y perspectivas clave sobre la necesidad de ropa básica. Principales conclusiones del estudio nacional *American Youth: The Need for Basic Necessities**:

- El 40 % de los padres de bajos ingresos se preocupan porque su hijo tenga suficientes calcetines y ropa interior.
- De los padres que indicaron que enviaban a sus hijos a la escuela sin calcetines o ropa interior, el 51 % informó que lo hicieron porque no podían permitirse proporcionar a sus hijos suficientes pares de calcetines o ropa interior para toda la semana.

- El 55 % de los padres cuyos hijos no tenían ropa interior y calcetines para usar dijeron que estos deseaban ausentarse, o se negaban a ir a la escuela, porque estaban avergonzados por no tener estos artículos.
- Casi la mitad de los padres que viven en la pobreza indican que los calcetines (48 %) y la ropa interior (46 %) están entre los artículos más difíciles de encontrar en las tiendas de segunda mano y las ventas de garaje, y no suelen ser artículos que reciban de parte de amigos y familiares.
- Alrededor de la mitad de los padres compartió que sus hijos necesitan nuevos calcetines (55 %) y ropa interior (48 %) cada dos meses.

La iniciativa “Pair Up with JCPenney” se basa en la asociación benéfica emblemática del minorista con la Y. A través de su colaboración con la Y, JCPenney busca fortalecer a las comunidades donde sus clientes y asociados viven, trabajan y compran al respaldar el trabajo de la Y para ayudar a los niños, las familias y las comunidades a alcanzar todo su potencial. Para ayudar a asegurar que los niños tengan lo necesario para tener éxito, The JCPenney Foundation hizo una contribución de \$1 millón a la Y a principios de este año para apoyar a los programas nacionales de la primera infancia, extraescolares y preescolares de la organización.

“Como una organización sin fines de lucro líder, la Y se dedica a cultivar el crecimiento de cada niño y adolescente, incluidos los nueve millones que participan en los programas de la organización. Hemos visto de cerca cómo la falta de artículos esenciales, desde alimentos saludables y útiles escolares hasta calcetines y ropa interior, puede afectar su capacidad de concentración y aprendizaje, haciendo más difícil que alcancen todo su potencial”, explicó Bela Moté, Directora Nacional de Desarrollo de Carácter de la Y-USA. “Estamos encantados de ver a nuestro socio JCPenney generar conciencia y apoyo nacional a esta importante cuestión, y esperamos poder proporcionar los artículos básicos que tanto necesitan y que contribuyen a la autoestima y la confianza de los niños.

Esta temporada, los clientes de JCPenney que compren ropa interior y calcetines para niños pueden elegir entre una variedad de marcas propias y nacionales líderes, incluidas Total Girl®, Arizona, GoldToe®, Maidenform® y otras. Para aumentar la concientización acerca de la necesidad de ropa básica entre los niños en edad escolar, el minorista ha lanzado jcpennypairup.com, junto con un [anuncio de servicio público](#), que JCPenney difundirá a través de YouTube y sus canales de redes sociales.

Además de apoyar a la Y a través del programa “Pair Up”, el minorista planea organizar varios eventos de voluntariado de JCPenney en las organizaciones Y locales de todo el país. Estos eventos darían a los asociados de JCPenney la oportunidad de asesorar e interactuar con los niños de la Y a través del establecimiento de metas para el año escolar y la decoración de los anuncios para el regreso a la escuela. Los niños recibirían mochilas, que contendrán un paquete de calcetines y un suministro limitado de tarjetas de regalo.

**American Youth: The Need for Basic Necessities*(Juventud estadounidense: La necesidad de artículos básicos esenciales), Morar Consulting, abril de 2017.

Acceda a un informe sobre los resultados del estudio *American Youth: The Need for Basic Necessities* en jcpennypairup.com y jcpnewsroom.com/news-releases/2017/0727_pair_up_bts.html.

Relaciones con los medios de JCPenney

972-431-3400 o jcpnews@jcp.com

[@jcpnews](#)

Acerca de JCPenney:

J. C. Penney Company, Inc. (NYSE: JCP), uno de los más grandes minoristas de ropa y mobiliario de hogar del país, se encuentra en una misión para garantizar que todas las experiencias de compra hagan que el tiempo, dinero y esfuerzo de sus clientes valgan la pena. Ya sea al comprar en jcp.com o al visitar una de las más de XXX tiendas a lo largo de los Estados Unidos y Puerto Rico, los clientes encontrarán una amplia variedad de productos de una cartera destacada de marcas propias, exclusivas y nacionales. El apoyo a esta propuesta de valor representa el espíritu guerrero de los más de 100,000 asociados de JCPenney alrededor del mundo, que se concentran en las tres prioridades estratégicas de la empresa: fortalecer las marcas propias, convertirnos en un minorista de clase mundial a través de múltiples canales e incrementar los ingresos por cliente. Si desea obtener más información, visite jcp.com.

Acerca de la Y:

La Y es una de las principales organizaciones sin fines de lucro del país que fortalece a las comunidades a través del desarrollo, la vida saludable y la responsabilidad social de los jóvenes. En todo Estados Unidos, existen 2,700 sucursales de la Y que involucran a 22 millones de hombres, mujeres y niños —sin importar su edad, ingreso u origen— para nutrir el potencial de los niños y adolescentes, mejorar la salud y el bienestar de la nación y brindar oportunidades para retribuir y apoyar a los vecinos. En más de 10,000 comunidades, la Y tiene relaciones y presencia física de larga data con el objetivo no solo de prometer, sino de ofrecer un cambio personal y social duradero. Para obtener más información sobre la Y, visite <http://www.ymca.net/forabetterus/>.