



INFORME DE
SOSTENIBILIDAD

Contenido



Introducción

1. Philip Morris International	3
2. Massalin Particulares	5
3. Nuestra filosofía y estrategia global	7
4. Liderar con integridad	9



Impacto del producto

1. Medioambiental	16
- Disminución de residuos y comunicación con consumidores	
2. Social	19
- Impacto de nuevos productos	
- Ventas, marketing y comunicación con consumidores	
3. Gobernanza	20
- Ciencia detrás de las nuevas alternativas	



Sostenibilidad

1. Estrategia global	11
2. Estrategia local	14
3. Contribución a los objetivos de desarrollos sostenible	15



Impacto operacional

1. Medioambiental	21
- Reducción de nuestra huella ambiental	
- Gestión del agua	
- Disminución de residuos	
- Cuidado de la biodiversidad	
2. Social	24
- Bienestar de nuestra cadena de valor	
- Salud y seguridad en los espacios de trabajo	
- Inclusión y diversidad	
- Desarrollo de nuestros colaboradores	
- Bienestar de colaboradores	
- Estándares de marca empleador	
3. Gobernanza	38
- Integridad en la forma de hacer negocios	
- Prevención del comercio ilícito	
- Prácticas fiscales justas	

Introducción

1. Philip Morris International

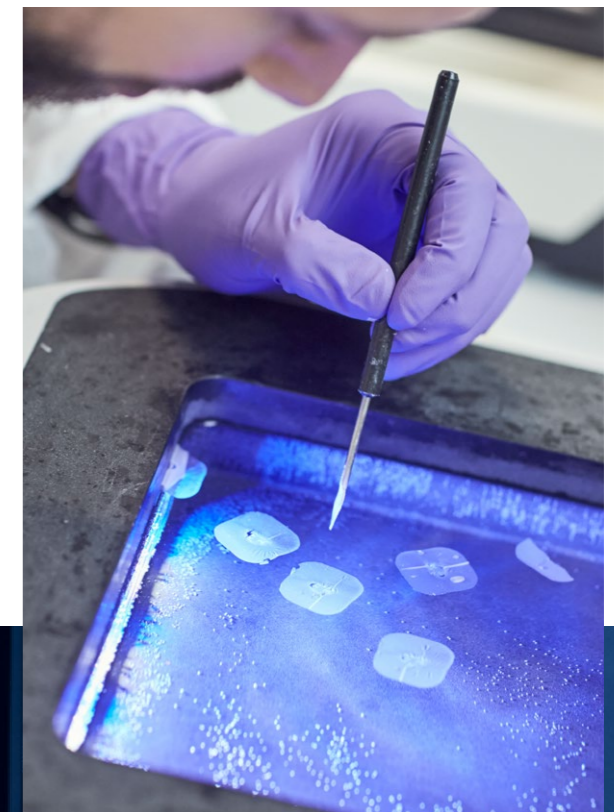
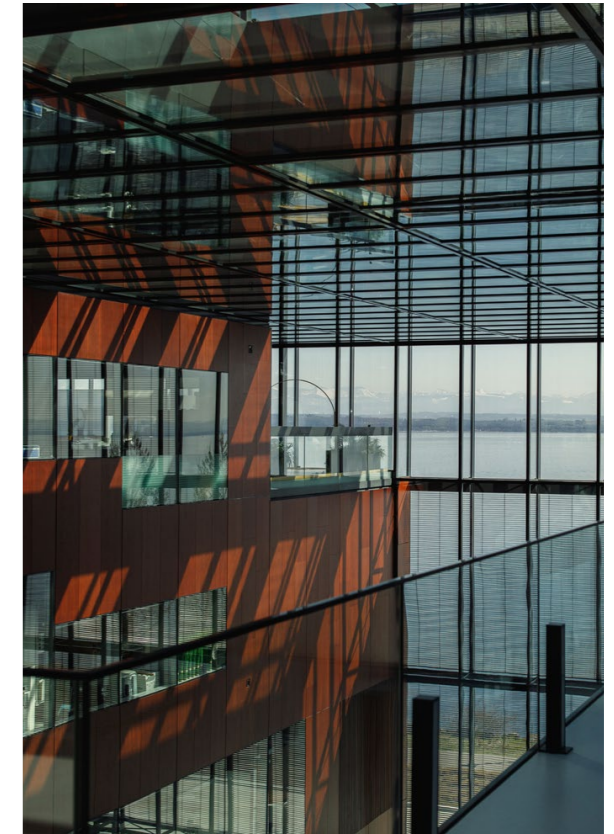
Philip Morris International (PMI) es una de las compañías tabacaleras líderes en el mundo. Tiene sede en la ciudad de Nueva York y cotiza en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE: PM).

PMI, la casa matriz de Massalin Particulares, está trabajando desde hace más de 20 años en transformar nuestro negocio hacia un futuro libre de humo. Esto implica que, en algún momento, podamos reemplazar los cigarrillos tradicionales por productos alternativos, que eliminen la combustión y tengan el potencial de reducir el riesgo de daño para la salud de los consumidores adultos. El objetivo es que estos productos libres de humo representen una alternativa para fumadores adultos, que de otra manera continuarían fumando, y que tengan el potencial de reducir el riesgo de daño para su salud.

Desde 2008, **PMI lleva invertidos más de 10.700 millones de dólares** en desarrollar, fundamentar científicamente y comercializar productos innovadores libres de humo para adultos que de otro modo seguirían fumando. Nuestra meta es terminar por completo con la venta de cigarrillos. Para eso, contamos con un equipo de expertos compuesto por más de 1500 científicos, ingenieros, técnicos y personal de apoyo que ponen a disposición sus conocimientos, ideas y experiencias.

Hoy en día, somos la empresa tabacalera internacional líder en la producción y comercialización de cigarrillos tradicionales y productos libres de humo.

De acuerdo con estimaciones propias, a junio 2023, existen 27.2 millones de usuarios de IQOS, de los cuales el 75%, es decir 19.4 millones de usuarios, dejó de consumir cigarrillos tradicionales para migrar a nuestros productos alternativos.



IQOS Dispositivo de tabaco calentado

Nuestro principal producto sin humo, IQOS, calienta el tabaco —en lugar de quemarlo— y produce un aerosol que contiene nicotina. Esto significa que no hay combustión, y por lo tanto no hay humo.

Nuestro modelo base consta de tres componentes principales: una unidad de tabaco, un soporte y un cargador. La unidad de tabaco es un producto innovador diseñado específica y exclusivamente para su uso con el soporte (el dispositivo de calentamiento). Contiene dos secciones de filtro y tabaco especialmente procesado, diseñado para calentarse sin quemarse. Las hojas de tabaco se muelen y se reconstituyen en las llamadas "hojas fundidas". Estas hojas se presan y se convierten en un bloque de tabaco. El usuario introduce la unidad de tabaco en el soporte; una vez activado, el soporte calienta el tabaco a través de una lámina de calentamiento controlada electrónicamente.

Seguimos mejorando nuestro catálogo de productos IQOS, impulsados por los conocimientos de los consumidores y apoyados por la investigación científica.



IQOS
Dispositivo de tabaco calentado

-  IQOS se comercializa en **80 mercados.**
-  De **39 plantas de producción** que tiene PMI, 8 se dedican total o parcialmente a la fabricación de productos libres de humo.
-  PMI cuenta con **2 centros de investigación y desarrollo de productos** libres de humo ubicados en Suiza y Singapur.
-  **19.4 millones** son consumidores adultos de IQOS.



2. Massalin Particulares




Massalin Particulares, afiliada local de Philip Morris Internacional, es la principal compañía tabacalera de Argentina con más de 120 años de presencia en el país. Emplea a más de 2000 personas y ofrece un portafolio de calidad para adultos fumadores que incluye marcas como Marlboro, Philip Morris, Chesterfield y Parliament, entre otras.



En Argentina, la cadena de valor tabacalera representa una importante actividad en términos productivos, económicos, sociales y fiscales. El sector se integra verticalmente desde la producción de la materia prima; el procesamiento de las hojas, el desvenado y despalillado; el picado y obtención de hebras; la manufactura de cigarrillos y demás productos elaborados con tabaco; y la distribución y la comercialización mayorista y minorista.

Argentina es el 8° productor y el 7° exportador mundial de tabaco; y el 2° productor de Latinoamérica. El mercado argentino está dentro de los tres principales mercados a los que Philip Morris Internacional les compra tabaco.

La actividad primaria se concentra en 7 provincias, mientras que el sector industrial se ubica principalmente en la provincia de Buenos Aires. El cultivo del tabaco es el mayor demandante de mano de obra por unidad de superficie del sector agropecuario, con alrededor de 120 jornales por hectárea. Además de las empresas manufactureras y acopiadoras, el sector está constituido por un entramado de más de 150 mil pymes, incluyendo 50 mil productores primarios, 100 empresas de venta mayorista y distribución, 100 mil kioscos en todo el país y más de 10 cámaras y cooperativas provinciales que nuclean los intereses de los productores. **Toda la cadena de valor genera más de 250 mil empleos directos e indirectos.**

-  **+2.000 empleos en Argentina**
-  **+250 mil empleos directos e indirectos**
-  **Argentina es el 8° productor y el 7° exportador mundial de tabaco; y el 2° productor de Latinoamérica**





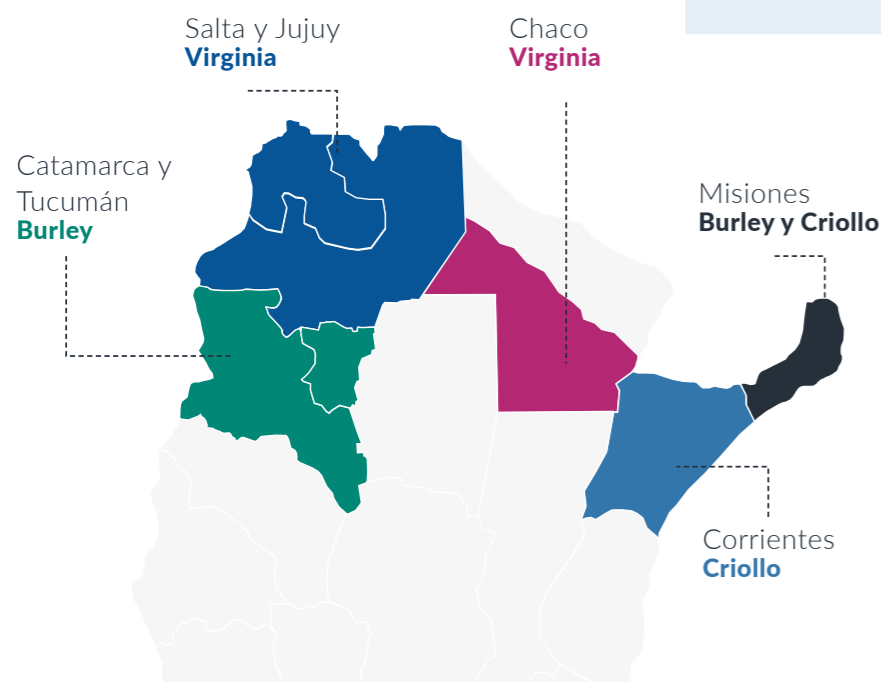
El sector es un dinamizador social en muchas comunidades y territorios del norte argentino. En numerosas localidades, la principal fuente de ingresos es el cultivo de tabaco, el acopio y la primera transformación de la hoja. A su vez, el Fondo Especial del Tabaco, que se recauda en la venta de cigarrillos y vuelve a las jurisdicciones productoras, se utiliza para financiar el desarrollo social y educativo de estas localidades, construir infraestructura, mejorar las técnicas y los procesos de producción e intentar diversificar la matriz productiva. Por ende, este mecanismo resulta fundamental para el desarrollo del sector y de los territorios, pero además funciona como herramienta de redistribución.

En Massalin Particulares, nuestro propósito es liderar el sector de tabaco convencional a nivel local e impulsar la transformación de la industria. Trabajamos con el objetivo de poder, en un futuro, brindar productos alternativos para los fumadores adultos que de otra

manera continuarían fumando. Nuestra estrategia de sostenibilidad está compuesta por tres pilares estratégicos: medioambiental, social y gobernanza.

A continuación, presentamos nuestro capítulo local, que recopila las principales actividades y sus resultados. Su contenido fue revisado por diferentes áreas estratégicas de la compañía, así como por los integrantes del Equipo Directivo. Agradecemos la participación de todas las personas que intervinieron en su desarrollo. Este informe es resultado del compromiso de todos.

Nos enorgullece mirar atrás y observar cuánto hemos avanzado en el camino hacia un negocio sostenible; sin embargo, reconocemos que hay mucho por recorrer aún y por eso día tras día trabajamos en ello.



Te invitamos a conocer nuestro progreso. Podés enviarnos tus comentarios y sugerencias relacionadas con el Informe al correo electrónico: institucionales.massalin@pmi.com

Conocer tu opinión nos impulsa a seguir mejorando.

3. Nuestra filosofía y estrategia global

Hoy en día, **somos la única empresa dentro de la industria tabacalera a nivel internacional que se ha comprometido a ser completamente libre de humo.** Alentamos a fumadores adultos a que cambien a productos alternativos potencialmente menos dañinos para la salud.

Cumplir con nuestro propósito requiere de objetivos ambiciosos y de decisiones firmes. La transformación hacia un futuro libre de humo significa más que reemplazar un producto por otro. Requiere de revisiones sustanciales en todo nuestro modelo comercial y nuestra propuesta de valor, cosa que involucra cambios importantes en nuestras operaciones, en nuestra cadena de suministro y en las formas en que interactuamos con la sociedad.



Transformación de producto

Innovar para ofrecer productos alternativos con el potencial de reducir el riesgo de daño a la salud de los consumidores adultos.



Transformación externa

Mantener un diálogo continuo con nuestros grupos de interés.



Transformación interna

Modificar nuestra organización interna y nuestra cadena de valor.



La FDA y Philip Morris International

En los Estados Unidos de América, para comercializar un nuevo producto de tabaco, los fabricantes deben presentar una solicitud de autorización a la FDA (Administración de Medicamentos y Alimentos). Esta solicitud es conocida como PMDT, por sus siglas en inglés. Al final del proceso, la FDA puede negar la solicitud o permitir que el nuevo producto entre al mercado.

De igual forma, puede solicitarse a la FDA una autorización para que un determinado producto contenga información, dirigida a consumidores adultos, en la que se establezca que dicho producto representa una exposición reducida a los tóxicos del humo o que representa un menor riesgo a la salud. Esta autorización requiere un detallado proceso de evaluación de la evidencia disponible sobre el producto por parte de la FDA, y concluye con la aprobación o negación de la autorización de comercialización bajo la categoría de Producto de Tabaco de Riesgo Modificado (MRTP por sus siglas en inglés).



IQOS, de Philip Morris International, ha logrado pasar por ambos procesos de manera satisfactoria:

PMTA

En abril de 2019, la FDA aprobó la comercialización de IQOS y tres variantes de unidades de tabaco para calentar en el mercado de los EE.UU. por considerarlos adecuados para la protección de la salud pública en ese país. En conclusión, la FDA determinó que IQOS no es un producto más dañino que los cigarrillos tradicionales.

MRTP

En julio de 2020, través de la orden de "modificación de exposición", la FDA otorgó a IQOS la clasificación de Producto de Tabaco de Riesgo Modificado, por considerarlo adecuado para la promoción de la salud pública.

La conclusión de la FDA al respecto de la evidencia científica disponible sobre IQOS, que permitió la orden, fue la siguiente:

- IQOS calienta el tabaco y no lo quema. Esto reduce significativamente la producción de químicos nocivos y potencialmente nocivos, en comparación con el humo del cigarrillo.
- Los estudios también demostraron que, al cambiar completamente de los cigarrillos tradicionales al IQOS, se reduce la exposición del cuerpo humano a químicos nocivos y potencialmente nocivos.
- Los aerosoles de IQOS contienen niveles considerablemente menores de carcinógenos potenciales y químicos tóxicos que pueden dañar los sistemas respiratorio y reproductivo.

4. Liderar con integridad

En Philip Morris Internacional y Massalin Particulares tenemos como prioridad liderar el negocio de manera ética y con integridad. Definimos claramente los valores y principios rectores con los que decidimos hacer negocios y, por ende, las expectativas que tenemos con relación a la ética, tanto para nosotros como para nuestros proveedores. Buscamos asegurar el cumplimiento de estas expectativas con sistemas de gobierno, gestión y control.

Para nosotros, conducir nuestro negocio con integridad implica cumplir no sólo con las leyes de los países en los que operamos, sino también con el Código de Conducta de la compañía ("Código"), otras políticas de la compañía y otros compromisos.

Nuestro Código define las reglas con las que organizamos nuestra operación y describe los valores en los que nos basamos para aplicar el buen criterio ético.

La honestidad, el respeto y la equidad son valores éticos fundamentales. Ellos encarnan nuestro compromiso de actuar con integridad en nuestro lugar de trabajo, en nuestro mercado, para nuestros accionistas y para nuestras comunidades. Nos guían como individuos y colectivamente como empresa. Están con nosotros todos los días y en todas partes, y forman parte del "Modo PMI" de hacer negocios. Honramos este compromiso independientemente de los desafíos y presiones que enfrentamos. Actuar con integridad y en pleno cumplimiento de la ley, las regulaciones y nuestras propias políticas es indispensable para asegurar un futuro próspero para PMI.

Nuestro Código fue elaborado con el compromiso de contribuir a un futuro libre de humo con integridad en cada uno de los siguientes aspectos de nuestro negocio: i) en los lugares de trabajo, ii) en los mercados iii) para nuestros accionistas y iv) para las comunidades en las que realizamos operaciones.

El Código establece estándares y expectativas claras. Las áreas de riesgo clave abordadas en este documento incluyen, entre otras:

- | | |
|---|--|
|  Antisoborno y anticorrupción |  Prácticas anticompetitivas |
|  Conflictos de intereses |  Seguridad de protección de la información y privacidad de datos |
|  Marketing y ventas responsables |  Integridad científica |
|  Responsabilidad de la cadena de suministro |  Integridad en el lugar de trabajo |





Las políticas internas de PMI proporcionan orientación más específica sobre estos y otros temas.

Nuestro extenso programa de Ética & Cumplimiento incluye, entre otros objetivos:

- Capacitar a nuestros empleados sobre nuestro Código de Conducta y nuestras políticas de cumplimiento.
- Proporcionar asesoramiento y recursos para que nuestros empleados denuncien, hagan preguntas, compartan ideas o informen problemas e inquietudes.
- Realizar investigaciones y actuar sobre informes de sospechas sobre problemas de cumplimiento.
- Completar las evaluaciones de riesgos de cumplimiento.

En 2022, comenzamos el proceso de actualización y mejora de nuestro Código para alinearlos más estrechamente con la transformación empresarial de PMI.

Evaluamos nuestro programa de Ética & Cumplimiento periódicamente, incluyendo, por ejemplo, una encuesta global en línea para comprender las experiencias y actitudes de los empleados relacionados con la conducta empresarial ética. Durante los últimos 15 años, PMI ha realizado este tipo de encuesta a su población global de empleados cada dos o tres años. También trabajamos regularmente con terceros para evaluar elementos de nuestro programa de Ética & Cumplimiento.

Además, planeamos expandir nuestra capacidad de análisis de datos y aprovechar nuestros resultados con los hallazgos de las ciencias del comportamiento, para de esta forma mejorar la toma de acciones preventivas.

Sostenibilidad

1. Estrategia global

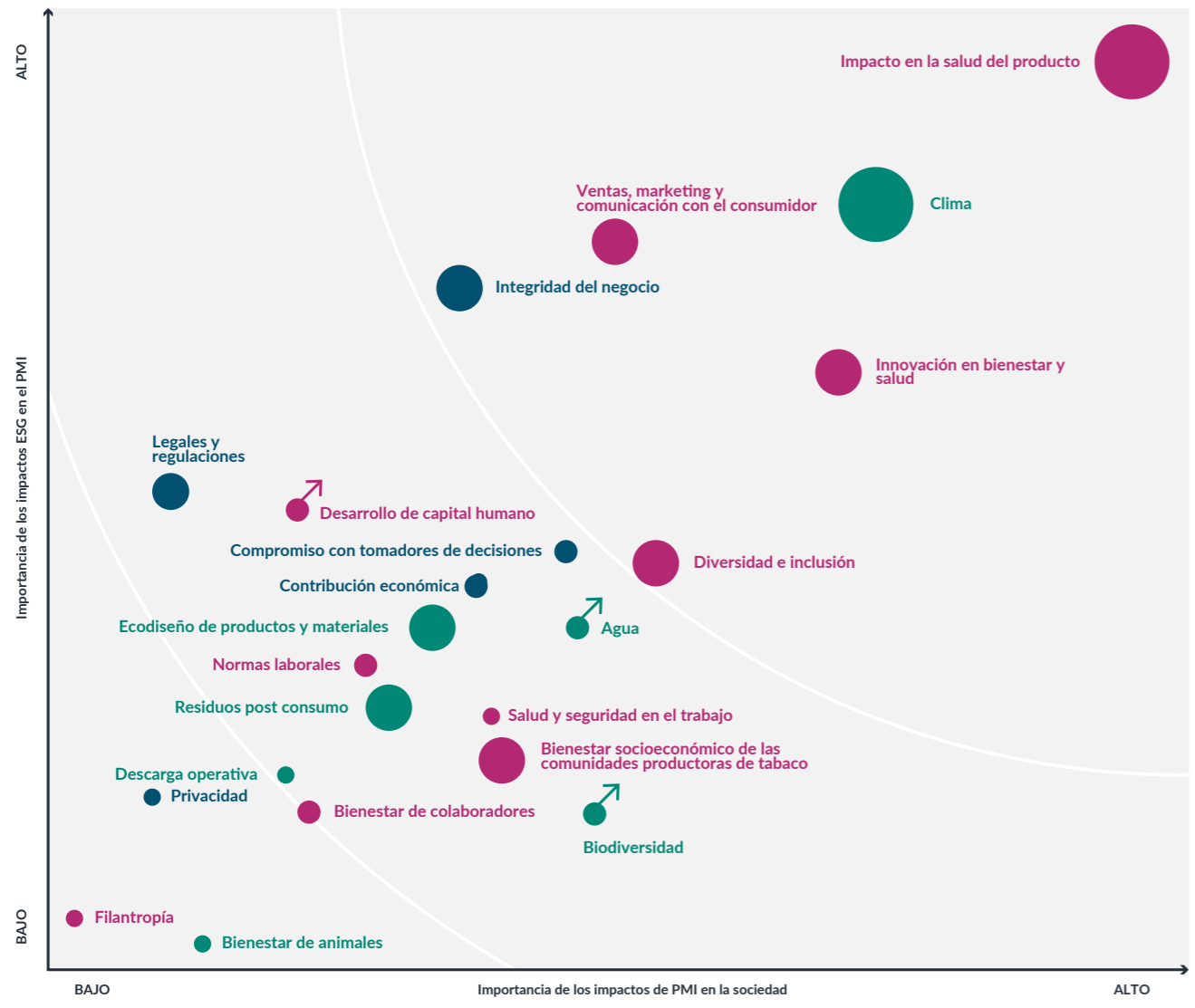
En 2021, Philip Morris Internacional realizó un análisis de materialidad para rediseñar el marco de su estrategia de sostenibilidad a nivel global.

La matriz resultante del análisis de materialidad muestra dos ejes de impacto social y medioambiental: **el impacto del producto** (lo que producimos) y **el impacto de nuestras actividades** (cómo operamos). El nuevo marco de la estrategia de sostenibilidad separa estos dos tipos de impacto y resalta los factores **ambientales, sociales y de gobernanza** para estas dos categorías.

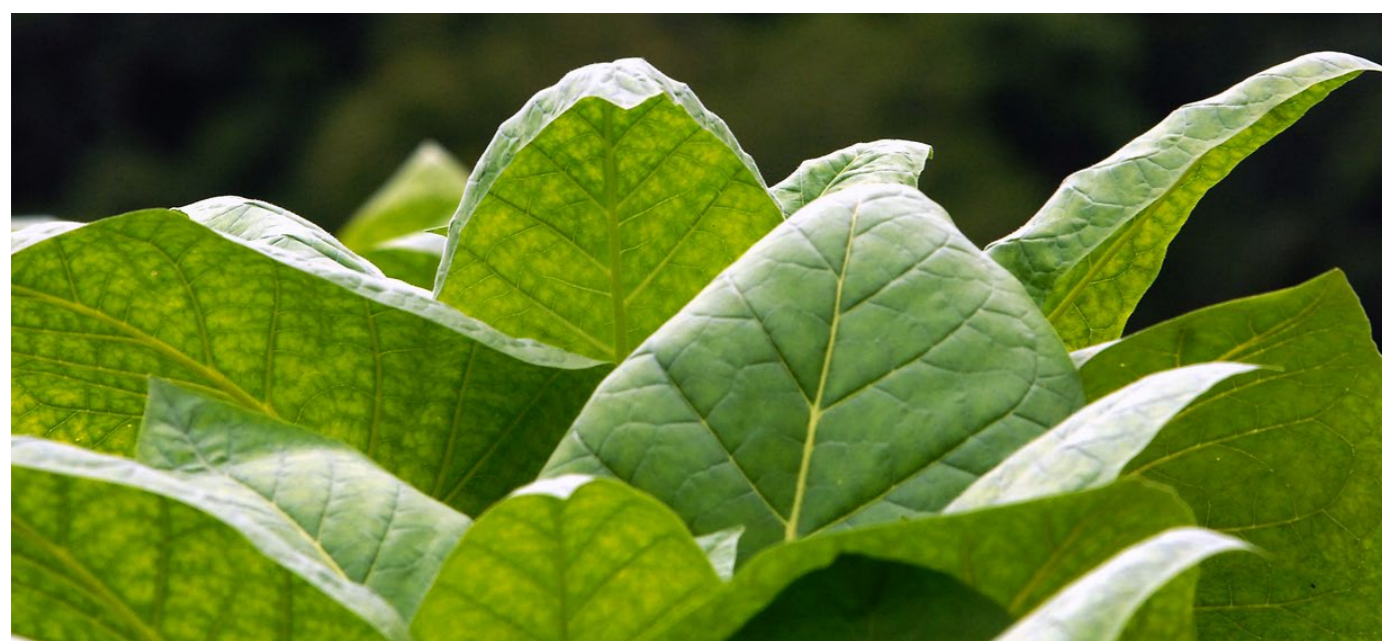
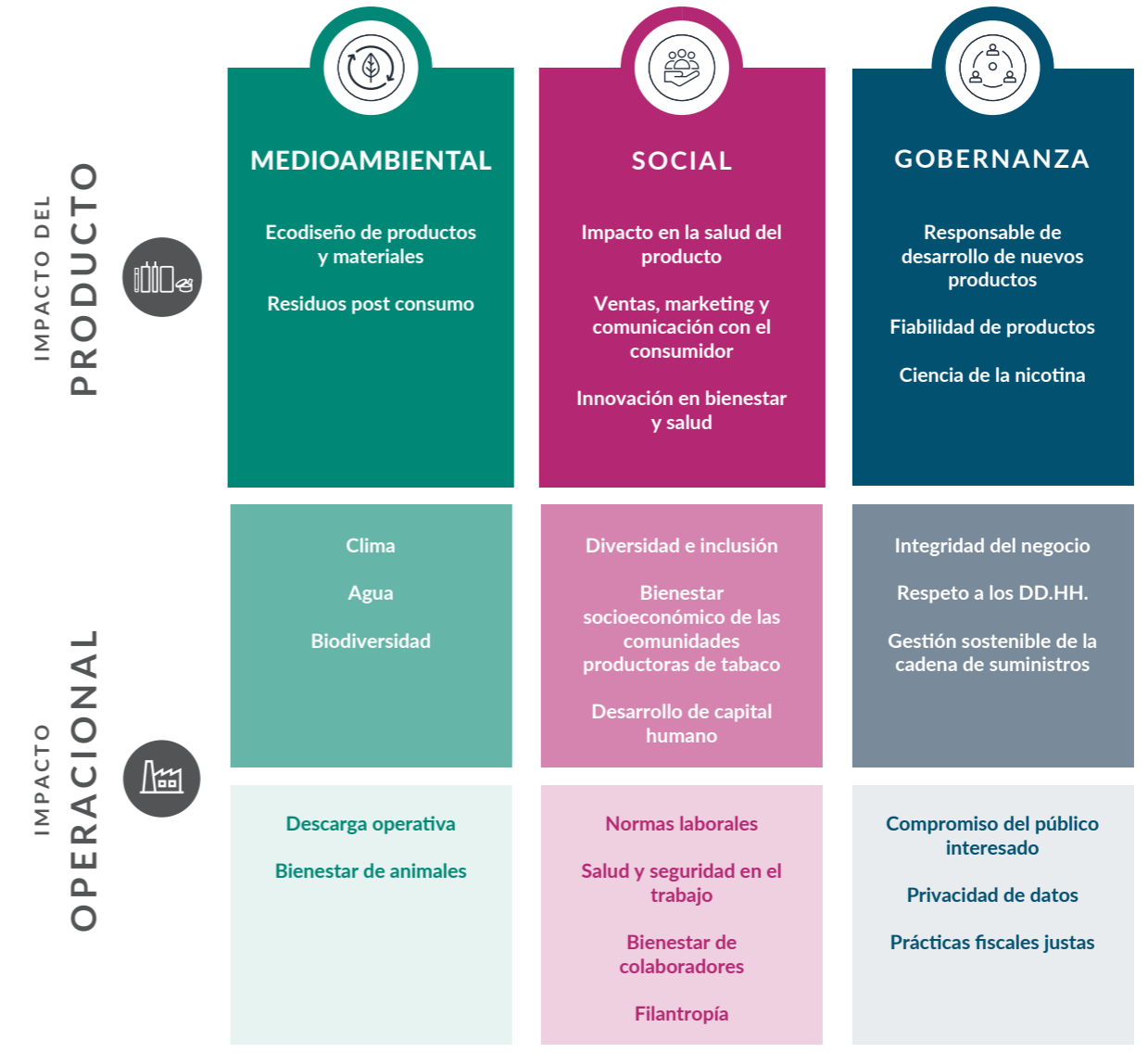
Aunque los dos ejes están claramente interrelacionados, estructurándolos de esta manera podemos ver cómo se cristalizan nuestras acciones. Esto otorga claridad a la organización en relación a cómo alocar los recursos de la mejor manera, cómo incorporar la estrategia de sostenibilidad al negocio y cómo llevarlo a cabo de manera eficiente. Adicionalmente, ayuda a nuestros públicos de interés a comprender nuestro enfoque de sostenibilidad.



Matriz del análisis de materialidad



Estrategia de sostenibilidad global



2. Estrategia local

En Massalin Particulares, entendemos la sostenibilidad como un eje que atraviesa toda nuestra gestión. Somos conscientes de que la única forma de ser realmente sostenibles es pensando en el largo plazo y en toda la cadena de valor.

Al momento, el mercado argentino no comercializa productos libres de humo. Sin embargo, **trabajamos todos los días para compartir los hallazgos científicos en torno a las alternativas libres de humo.** Queremos hacer entender su importancia a los **7 millones de fumadores que hay en el país.**

Massalin Particulares definió prioridades y áreas de trabajo en relación con la estrategia global que estableció Philip Morris Internacional.



IMPACTO DEL PRODUCTO



Medioambiental

- Disminución de residuos y concientización de consumidores



Social

- Impacto de nuevos productos
- Ventas, marketing y comunicación con consumidores



Gobernanza

- Ciencia detrás de las nuevas alternativas



IMPACTO OPERACIONAL



Medioambiental

- Clima
- Agua



Social

- Bienestar de las comunidades tabacaleras
- Seguridad y salud en el lugar de trabajo
- Inclusión y diversidad
- Desarrollo de capital humano
- Bienestar de los colaboradores



Gobernanza

- Integridad del negocio
- Cadena de valor sostenible
- Relacionamiento con públicos de interés
- Prácticas fiscales justas

3. Contribución a los objetivos de desarrollos sostenible

La sostenibilidad es un pilar fundamental en la estrategia de Philip Morris Internacional y de Massalin Particulares, su afiliada local. Conscientes de los desafíos mundiales a los que buscamos dar respuesta, vinculamos nuestros temas y compromisos a los diferentes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Con la intención de generar compromisos profundos y acciones concretas, relacionamos cada uno de los temas de nuestra estrategia de sostenibilidad a los objetivos y metas correspondientes.

Con base en nuestro análisis de materialidad y en la hoja de ruta de sostenibilidad que tenemos a nivel global, analizamos aquellos ODS a los que creemos que podemos contribuir más.



Salud y bienestar: nos hemos comprometido a reemplazar los cigarrillos convencionales por alternativas de riesgo reducido para los adultos fumadores que de otra manera continuarían fumando.



Educación de calidad: creemos que la educación es el principal activo de una sociedad. Trabajamos en el fortalecimiento educativo de nuestros colaboradores y de las comunidades en las que operamos.



Igualdad de género: nuestros colaboradores son el motor que hace que todos nuestros objetivos y metas sean posibles. Por ello, promovemos un ambiente de trabajo respetuoso, libre de discriminación y con igualdad de oportunidades para todos.



Agua limpia y saneamiento: reconocemos el agua como un recurso invaluable y compartido, el cual es importante para nuestras operaciones y es vital para las comunidades en las que operamos.



Energía asequible y no contaminante: impulsamos proyectos tendientes a reducir las emisiones de CO2 en todos nuestros procesos.



Trabajo decente y crecimiento económico: ofrecemos condiciones de trabajo adecuadas que respetan los derechos humanos y nos aseguramos de que nuestros proveedores cumplan con los mismos estándares.



Industria, innovación e infraestructura: promovemos la industrialización sostenible aplicando los más altos estándares en nuestras plantas en el país.



Producción y consumo responsables: reducimos de manera eficiente el impacto del ciclo de vida de nuestros productos, desde el cultivo y la producción hasta su disposición final.



Acción por el clima: integramos programas con las más altas tecnologías para contribuir a mitigar el riesgo climático. Queremos llevar a cero nuestras emisiones de carbono.



Vida ecosistemas terrestres: promovemos el cuidado de los ecosistemas terrestres en los que se insertan nuestras operaciones.

Impacto del producto

1. Medioambiental

Disminución de residuos y comunicación con consumidores

Estamos comprometidos con mejorar el impacto ambiental que generan los residuos de nuestros productos. Por eso, desde Massalin Particulares, **promovemos iniciativas de concientización sobre el correcta disposición de las colillas de cigarrillos.**

Hacia fines de 2022, bajo el lema **“Nuestro mundo no es un cenicero”**, implementamos una campaña destinada a consumidores y a toda la cadena de distribución. Nuestro objetivo era promover la correcta disposición de las colillas, reforzando el mensaje de que su lugar no es en la calle y mucho menos en la naturaleza. La campaña incluyó comunicación en puntos de venta, comunicación uno a uno con consumidores y entrega de ceniceros portátiles en ciudades de playa y de montaña.

Por otro lado, desde Marlboro, la marca líder en nuestro portfolio, pusimos el foco en la libertad individual y el poder colectivo. En línea con esta dirección, la marca Marlboro realizó durante 2022 una campaña de comunicación bajo el lema **“Mantengamos la Argentina Única”**. El objetivo de esta acción fue generar conciencia en los consumidores adultos, de manera que tiren las colillas de los cigarrillos a la basura sin ensuciar los espacios públicos. Nos comunicamos con nuestros consumidores y los retailers a través de diversas piezas digitales.

NUESTRO COMPROMISO CON LA SUSTENTABILIDAD MARLBORO TAMBIÉN SIGNIFICA LIDERAZGO RESPONSABLE.

- CUIDAMOS EL MEDIO AMBIENTE.**
Buscamos reducir el impacto ecológico en cada paso de nuestro proceso productivo, optimizando el consumo energético y migrando hacia alternativas renovables más limpias.
- DISMINUIMOS LA CANTIDAD DE RESIDUOS.**
Gestionamos la correcta disposición de los residuos, reutilizando, reciclando siempre la mayor cantidad posible.
- PRESERVAMOS LA BIODIVERSIDAD.**
Apoyamos y participamos de programas de conservación de las especies e impulsamos la reforestación de nuestras zonas de influencia.

LA MARCA MÁS ELEGIDA DEL MUNDO Y TODO SU COMPROMISO PARA CUIDARLO.

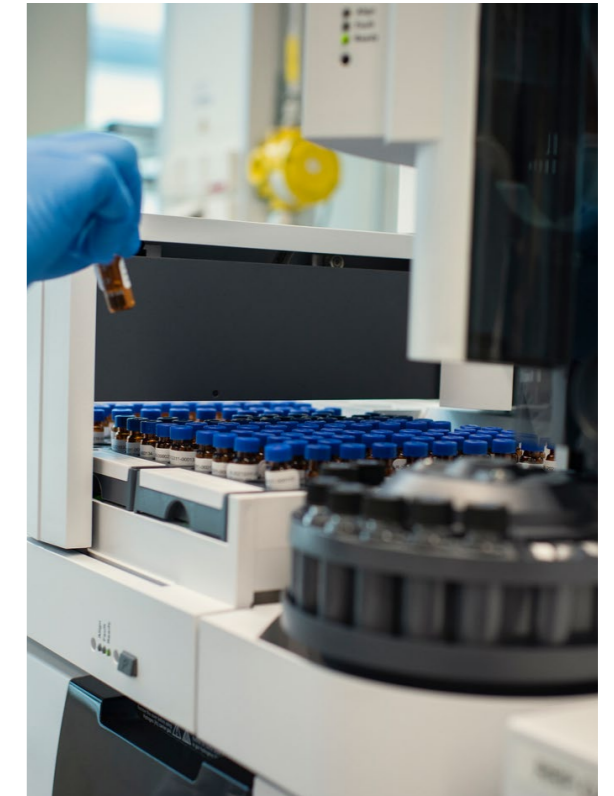
Conocé más en GoOpen

2. Social

Impacto de nuevos productos

Durante más de una década, PMI se ha apoyado en la tecnología y la ciencia para desarrollar, evaluar y comercializar alternativas menos dañinas a los cigarrillos. Transformamos nuestro negocio para alcanzar un objetivo ambicioso: **reemplazar, lo más pronto posible, para aquellos fumadores adultos que deseen continuar consumiendo productos de tabaco, los cigarrillos por productos libres de humo y científicamente sustentados.**

PMI está trabajando activamente en su propósito. Apunta también a definiciones amplias de estilo de vida, con foco en el bienestar del consumidor, a través de la extensión de su propuesta de valor y de su capacidad innovadora para comercializar productos que van más allá del tabaco y la nicotina.



¿Por qué la reducción de daño de tabaco tiene sentido?



Las actuales medida fiscales y regulatorias no están acelerando la cesación.



Los marcos normativos diferenciados son imprescindibles.



Los resultados positivos en salud pública pueden acelerarse de manera significativa.



Los intereses de 1000 millones de fumadores deberían ser el centro de la discusión.



Los productos científicamente sustentados pueden hacer que los consumidores dejen de fumar cigarrillos mucho más rápido que mediante las medidas restrictivas solamente.



Debemos dejar de debatir sobre si los productos de reducción del daño deben estar disponibles, sino con qué rapidez y cuál es la mejor manera de ayudar a los hombres y mujeres adultos que de otra manera continuarían consumiendo productos de tabaco.

Seis años de progreso en nuestra transformación libre de humo.

Aunque actualmente los cigarrillos se mantienen como la parte más extensa del negocio de PMI en la mayoría de los países, eso está cambiando rápidamente.

- 

Los productos libres de humo representaron casi el 35 % de los ingresos netos totales en el primer trimestre de 2023. Esto nos encamina a alcanzar nuestra ambición del 50 % para 2025.
- 

Al 31 de junio nuestros productos libres de humo están disponibles en 80 mercados. PMI espera convertirse en una compañía mayoritariamente libre de humo para 2030.
- 

Nuestro objetivo es que los productos sin humo representen más del 50% de los ingresos netos en 2025. Y creemos que, con los marcos regulatorios apropiados, el diálogo y el apoyo de la sociedad civil, las ventas de los cigarrillos pueden acabar dentro de 10 a 15 años en muchos países.

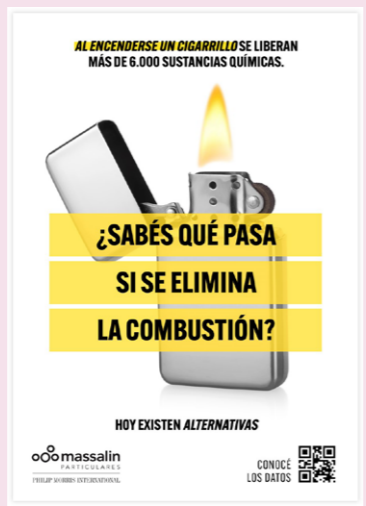


Para generar conciencia de esta nueva categoría de productos menos dañinos que los cigarrillos, **hemos creado la campaña de conocimiento "Sin humo por**

favor", la cual está presente en medios de comunicación tradicionales y canales digitales propios (sitio web y redes sociales).



El objetivo de esta campaña es educar a la sociedad sobre las nuevas alternativas. También busca derribar mitos en torno a los principales problemas relacionados con fumar, para que, quienes deciden continuar consumiendo productos de tabaco, sepan que existen opción menos dañinas que los cigarrillos convencionales.



Ventas, marketing y comunicación con consumidores

En PMI, estamos convencidos de que quien no fuma no debe empezar a hacerlo, y que quien fuma debería dejarlo. Por este motivo impulsamos prácticas de marketing y ventas que tienen el claro objetivo de comercializar de manera responsable y brindar información clara sobre nuestros productos, incluyendo los riesgos que conlleva consumirlos.

Cada año, nos proponemos un desafío: asegurarnos de que nuestros productos no lleguen a menores de edad. Lo atacamos con el programa Prevención de acceso a menores, que se ha desarrollado a nivel global y se implementa anualmente. Involucra no solo a kiosqueros, sino a cada uno de los miembros que forman parte de nuestra cadena de distribución antes de llegar a nuestro consumidor final. La última campaña sobre este tema se ejecutó en Argentina en el trimestre final de 2022 y se implementó a través de canales offline y online. Nos apoyamos en nuestras herramientas digitales para lograr una gran escalabilidad de comunicación, y medir así la participación de nuestra comunidad en cada uno de los desafíos. Además, dicha campaña se complementó con diferentes materiales de comunicación distribuidos en todos los puntos de venta donde comercializamos nuestros productos.

FRENÁ. Y pedí **identificación** a tus clientes.

REVISÁ...

- ✓ Foto clara
- ✓ Fecha de nacimiento

SEGUÍ. Realizá la venta. Juntos podemos crear una **mejor experiencia** para todos.

Te pedimos que mantengas nuestros productos fuera del alcance de tus clientes menores de edad.

UKRA



3 sencillos pasos para vender responsablemente

Empezar acá >

3. Gobernanza

Ciencia detrás de las nuevas alternativas

Una de las principales responsabilidades que tenemos como compañía es compartir la ciencia que sustenta a las alternativas libres de humo. Aunque el público principal del equipo de relacionamiento científico son los profesionales de la salud, los científicos y los expertos en políticas sanitarias, también interactúa con personas no científicas dedicadas a esta temática, como los medios de comunicación, los socios comerciales y los reguladores.

Llevamos a cabo las actividades de relacionamiento científico de manera legal, ética y precisa. Buscamos difundir la ciencia del THR y de los productos alternativos, respaldando nuestra misión de ofrecer un futuro libre de humo.

Las actividades de relacionamiento científico no tienen fines comerciales. Su propósito de ninguna manera es, ni pretende ser, apoyar el marketing o la promoción comercial de nuestros productos, sino aumentar la conciencia y la comprensión de la ciencia del THR y los productos libres de humo. Sin embargo, nuestro compromiso científico no tiene como objetivo ni está diseñado para alentar a los profesionales sanitarios o a terceros a recomendar la adopción de estos productos.



Impacto operacional

1. Medioambiental

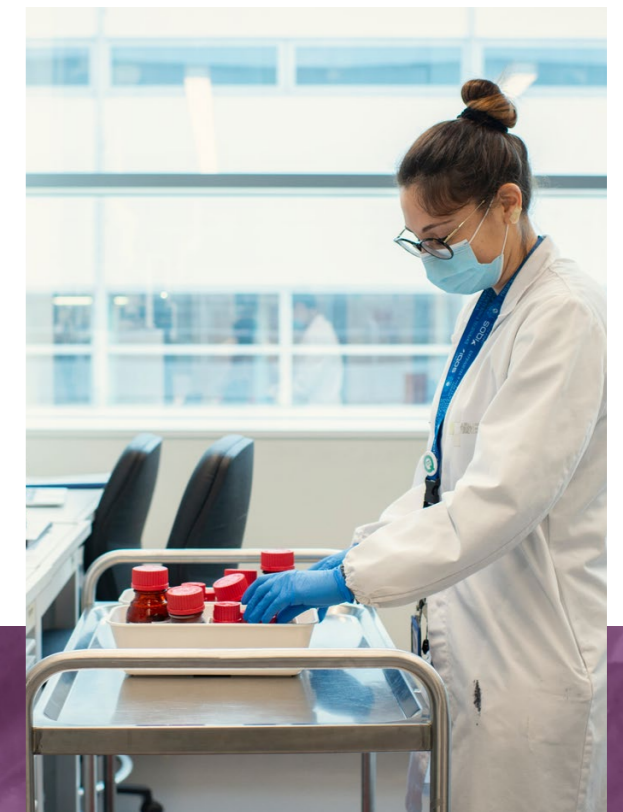
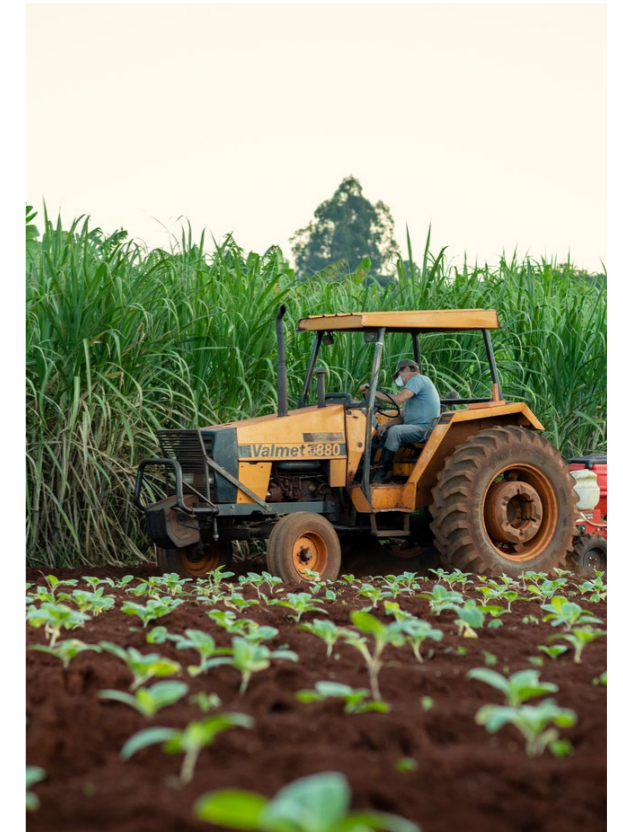
Reducción de nuestra huella ambiental

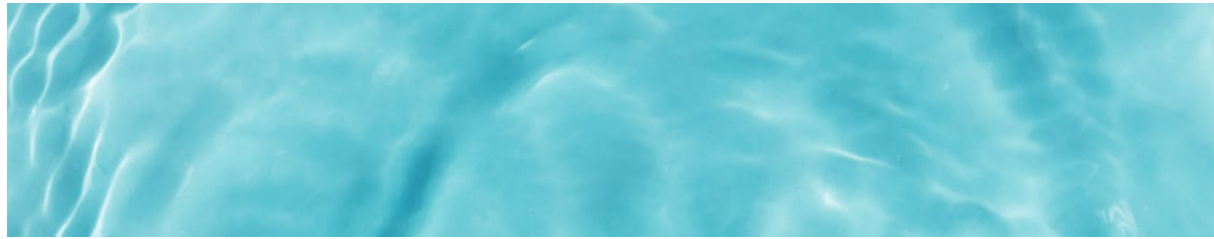
Para lograr nuestro ambicioso objetivo a nivel global — neutralidad de carbono en nuestras operaciones para 2025—, combinamos dos principios: **buenas prácticas de gestión de energía e inversión en la optimización y eficiencia de los procesos.** Cuando las emisiones resultan inevitables, las compensamos con bonos de CO2 disponibles en el mercado.

El uso eficiente de la energía es clave en la reducción de la huella de carbono. Por eso, en la planta de Merlo, contamos con un grupo de especialistas enfocado en la reducción de pérdidas de energía y en la utilización de nuevas tecnologías.

En 2022, implementamos mejoras en la red de condensados de vapor, recuperando energía térmica; incorporamos sistemas en las máquinas productivas para que, ante paradas prolongadas, se apaguen automáticamente; e instalamos sensores de movimiento en áreas de poco tránsito para evitar iluminar áreas que no lo requieren. **De esta forma, redujimos el consumo de energía eléctrica en más de 2000 KW.**

Reemplazar el uso de energía fósil es clave para reducir la huella de carbono. Por eso, el 14 % de la energía eléctrica consumida en la planta de Merlo proviene de fuentes renovables. Además, para compensar las emisiones de CO2, se adquirieron bonos de energías renovables con certificación internacional (IREC). **Estas medidas, combinadas con una mayor eficiencia en los procesos, lograron que en 2022 la planta de Massalin Particulares alcanzara el objetivo de ser neutral en carbono.**



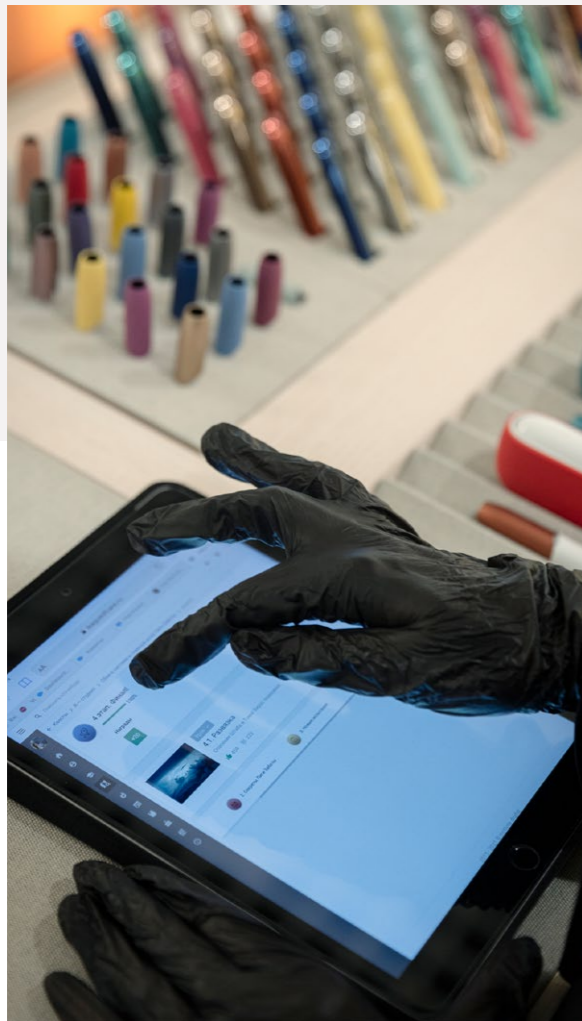


Gestión del agua






Las Naciones Unidas, en su último informe sobre el estado de cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, destacaron el aumento en la demanda de agua. Esto se debió al rápido crecimiento de la población, a la urbanización y a la creciente presión generada por la agricultura, la industria y el sector energético.

Sin duda, el agua es un recurso vital. Mejorar la calidad del agua es esencial para proteger la salud humana y de los ecosistemas. En PMI somos conscientes de estos desafíos. Por eso, llevamos adelante numerosas acciones tendientes a **reducir el consumo de agua, garantizar la calidad del vuelco de los efluentes industriales y concientizar a nuestros colaboradores y nuestra comunidad sobre el uso responsable del recurso hídrico.**

En 2022, Massalin Particulares se convirtió en la primera empresa argentina en certificar la norma internacional Alliance for Water Stewardship sobre el uso responsable del agua (Ver informe Performance AWS 2022 <https://www.pmi.com/markets/argentina/es/inico/>).



Nuestro compromiso con la gestión sostenible del agua está centrado en 5 ejes fundamentales:

-  Buena gobernanza del agua
-  Balance hídrico sostenible
-  Buena calidad del agua
-  Áreas de relevancia ambiental relacionadas con el agua
-  Agua potable, saneamiento e higiene para todos

La planta de ubicada en la localidad de Merlo centró sus metas en la reducción del consumo y el aprovechamiento de aguas residuales, como también en el incremento de la eficiencia de los equipos e instalaciones. Durante 2022, **numerosos proyectos nos han permitido reducir el consumo de agua en más de 15.000 m³**, como el reemplazo de la antigua red de incendio; mejoras en la red de distribución de vapor y condensado; el reemplazo de la lavadora de platos del comedor por tecnologías más eficientes; mejoras en sanitarios y vestuarios con instalación de cortes automáticos; y la limpieza del arroyo Torres con los brigadistas de la planta, entre muchas otras acciones.

Una de las estrategias para reducir el consumo de agua subterránea es la reutilización del efluente tratado en procesos no productivos. En 2022, 628 m³ del efluente fueron reutilizados en las torres de enfriamiento.

Construir el balance hídrico de la planta nos permite cuantificar los consumos de los distintos procesos o áreas productivas. De esta manera, podemos definir estrategias y planes de acción que tengan un impacto positivo en el manejo del recurso, ya sea para reducir el consumo, maximizar la eficiencia o mejorar la calidad. En 2022, hemos instalado nuevos caudalímetros e implementado nuevos sistemas de registro de datos de consumo de agua. Esto nos ha permitido mejorar la calidad de la información disponible y reducir el porcentaje de incertidumbre.

También trabajamos conjuntamente con organismos de control, industrias del área de influencia, vecinos, universidades, proveedores de agua y servicios de saneamiento, entre otros actores claves. El objetivo fue identificar intereses comunes y oportunidades de gestión conjunta. En 2022, participamos como jurados del programa Agua en Debate y trabajamos para implementar el programa en las escuelas del municipio de Merlo. Además, seguimos con nuestro plan de reforestación con especies nativas.




Riego por goteo

El riego por goteo es una técnica de irrigación que permite el uso eficiente del agua y maximiza los recursos hídricos. Consiste en la aplicación de agua directamente al suelo, cerca de las raíces de las plantas de tabaco, a través de cintas perforadas. Esto reduce la evaporación y la escorrentía.

En 2021, identificamos una oportunidad en la conversión a riego por goteo de los campos de nuestros productores tabacaleros. Massalin Particulares probó esta técnica en 3 fincas mecanizadas en Salta y Jujuy, cubriendo 15

hectáreas. En 2022, la superficie se extendió a 71,6 hectáreas en cinco fincas, lo cual habla de la importancia y necesidad de incorporar esta tecnología al sistema productivo tabacalero, teniendo en cuenta que el mismo sigue el camino de la mecanización. Ayudamos a los agricultores a acceder a equipos de riego por goteo; estos equipos no solo permiten ahorrar agua, sino también tiempo y costos, a la vez que aumentan el rendimiento y la calidad del tabaco.

Aunque este ensayo todavía está en progreso, hasta la fecha ha demostrado una reducción en el uso general de fertilizantes y agua. Esto disminuye, consecuentemente, las emisiones de GEI asociadas con los fertilizantes, y previene también la pérdida excesiva de nutrientes y la escorrentía agrícola.

 **Estimamos que, en el año 2022, el ahorro de agua por la conversión a riego por goteo fue de 72.295 m³.**

Disminución de residuos

En Massalin Particulares, asumimos el compromiso de reducir la generación de residuos. Una de nuestras estrategias es promover una economía circular con nuestros proveedores, reutilizando diversos materiales como los pallets, los bujes de las bobinas de papel y las cajas de cartón donde recibimos el tabaco, entre muchos otros.

Además, trabajamos con nuestros proveedores en alternativas de embalaje más sostenibles, que reduzcan la generación de plásticos de un solo uso. El objetivo es disminuir las pérdidas durante la producción y evitar la generación de residuos en todas sus formas. Por eso formamos equipos especializados en identificación de pérdidas que trabajan en la optimización de los procesos.

Menos del 1 % de los residuos generados son enviados a un relleno sanitario. Los residuos reciclables son enviados a reciclar, los residuos orgánicos son tratados en nuestras propias composteras, el tabaco es utilizado para enmienda orgánica del suelo y el scrap de producción es utilizado junto con otros residuos sólidos como energía alternativa. Del total de los residuos generados en 2022, el 88 % fueron reciclados y solo el 0.52 % se dispuso en un relleno sanitario.

En 2022, promovimos el uso de vasos y utensilios reutilizables en el comedor y en las áreas de descanso, reduciendo el consumo de plásticos de un solo uso. Además, implementamos la campaña "Botellas de Amor". En un año, más de 65 kg de plástico de un solo uso se transformaron en madera plástica para distintos fines.

2. Social

Bienestar de nuestra cadena de valor

Creemos que, para lograr un futuro sostenible, es imprescindible **promover un ambiente laboral seguro e inclusivo**. Con relación a nuestra cadena de valor, consideramos fundamental propiciar condiciones laborales justas, que garanticen el respeto a los derechos humanos. Además, nos aseguramos de crear valor en las comunidades donde cosechamos tabaco, tomando en cuenta sus necesidades, características y expectativas. Sabemos que podemos tener un gran impacto socioeconómico mediante la creación de puestos de trabajo decentes y la eliminación del trabajo de niñas, niños y adolescentes.

Prevención del trabajo infantil y mejora de condiciones de trabajo

A nivel global, PMI mantiene un enfoque riguroso para prevenir incidentes de trabajo infantil. Este se fundamenta en el programa de Prácticas Laborales Agrícolas (ALP, por sus siglas en inglés), que busca garantizar los derechos humanos y mejorar los medios de vida de los agricultores y trabajadores agrícolas en todo el mundo, generando conciencia y una vida más digna.

En Argentina, junto con Asociación Conciencia, Massalin Particulares implementa desde hace veinte años el programa **Porvenir**. Este programa tiene como meta **garantizar la ausencia de trabajo infantil y adolescente en la cadena de suministro de tabaco de PMI**.

Porvenir NOA

En la edición 2022, logramos atender y mantener alejados de los riesgos del trabajo infantil a 561 niños, niñas y adolescentes. Además, brindamos soporte integral a 273 familias de trabajadores tabacaleros. Esto fue posible mediante el desarrollo de **dos estrategias claves: el acompañamiento familiar y los dispositivos móviles** en 51 fincas del valle de Lerma en Salta y del valle de Los pericos en Jujuy.

Mediante el dispositivo "Grupo adolescente", se brindaron espacios de formación integral a 72 adolescentes de entre 13 y 17 años.

Por último, se propició el empoderamiento de 56 mujeres rurales, trabajando sobre prácticas de salud integral y cuidado personal, familiar y comunitario, como salud sexual y reproductiva, ginecológica, pediátrica y alimentación saludable. Además, se acompañó a las mujeres fortaleciendo sus emprendimientos y gestionando espacios de comercialización para sus productos.

Junto con Asociación Conciencia, en 2021 adaptamos el programa Porvenir a los tiempos de la pandemia. La propuesta fue llevar Porvenir a las fincas tabacaleras de Salta y Jujuy: la nueva modalidad se desarrolla en las mismas fincas donde los hijos de los trabajadores rurales viven. Utilizamos dispositivos móviles y actividades que se realizan mayoritariamente al aire libre. Los dispositivos móviles se instalaron gracias al esfuerzo de Asociación Conciencia y al compromiso de los productores que abastecen de tabaco a Philip Morris Internacional, como así también a la participación otras entidades del sector tales como cámaras de tabaco y cooperativas de Salta y Jujuy. Por estas nuevas estrategias, recibimos un Premio Eikon.



Las actividades en los dispositivos tienen por objetivo brindar un espacio de contención a los menores de edad durante el período de cosecha de tabaco, que coincide con el receso escolar. Su fin es prevenir la exposición al riesgo del trabajo infantil. Son llevadas adelante por equipos de profesionales del área social que buscan promover y desarrollar habilidades y capacidades entre los participantes.

Como complemento a los dispositivos móviles, se trabajó con la estrategia acompañamiento familiar, visitando a aquellos niños, niñas y adolescentes que no tenían la posibilidad de participar de las actividades con dispositivos móviles.



Porvenir NEA

Durante el año 2022, **524 niños, niñas y adolescentes pertenecientes a 264 familias tabacaleras misioneras recibieron acompañamiento personalizado** a través de la estrategia de acompañamiento familiar (AF) y acompañamiento familiar comunitario (ACF). De dicho total, 221 de los niños, niñas y adolescentes pertenecen a 95 familias productoras de tabaco de Massalin Particulares. Sumado a esto, 74 adolescentes se asesoraron y trabajaron en su proyecto de vida. De dicho total, el 50 % de ellos fueron acompañados durante todo el año.

Además, 259 jóvenes, hijos de productores tabacaleros que asisten a escuelas secundarias de EFA, IEA o agrotécnicos, recibieron una beca, asegurando así su continuidad escolar durante el ciclo lectivo 2022.

Para finalizar, el programa Porvenir fortaleció las condiciones de infraestructura de 15 escuelas y 2 espacios socio comunitarios en zonas tabacaleras de Misiones, beneficiando a 1479 estudiantes (159 pertenecen a familias MP) y más de 1160 familias, de las cuales 52 son de agricultores MP (67 niños, niñas y adolescentes).

Mecanización

Apoyamos a los agricultores para que maximicen la eficiencia en sus chacras. Entre otras medidas, sugerimos que contraten solo la mano de obra requerida, hagan un uso cuidadoso de sus insumos, encuentren formas de aumentar los rendimientos por hectárea y mecanicen ciertos pasos del cultivo de tabaco.

El objetivo del proyecto es potenciar y garantizar la sostenibilidad de la producción de tabaco. Para esto, intenta sustituir las tareas manuales del cultivo, buscando mitigar los riesgos asociados al Código de Prácticas Laborales Agrícolas (Código ALP), y contribuyendo además a implementar el programa de conservación de suelos. De esta manera, aumenta la productividad de las fincas de tabaco y mejoran los ingresos de los agricultores

Mecanización NEA

En la campaña 2022, realizamos varios proyectos de mecanización del tabaco Burley en Misiones, alcanzando a 78 productores y 306 hectáreas.

Mecanización NOA

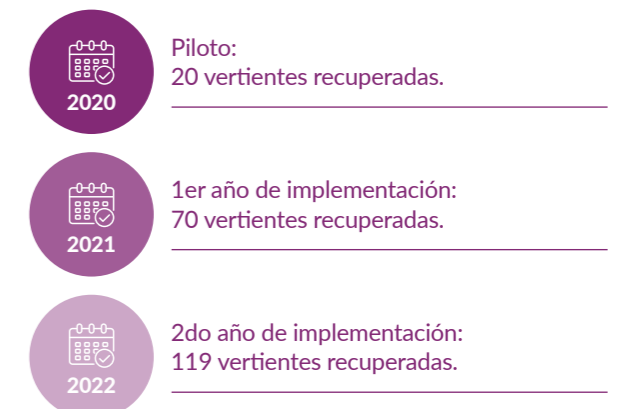
Nueve años después de iniciado el programa, logramos financiar una totalidad de 70 cosechadoras, con algunas más en camino. Actualmente contabilizamos 3548 hectáreas con cosecha mecánica en la región, las cuales representan 62 unidades productivas mecanizadas.

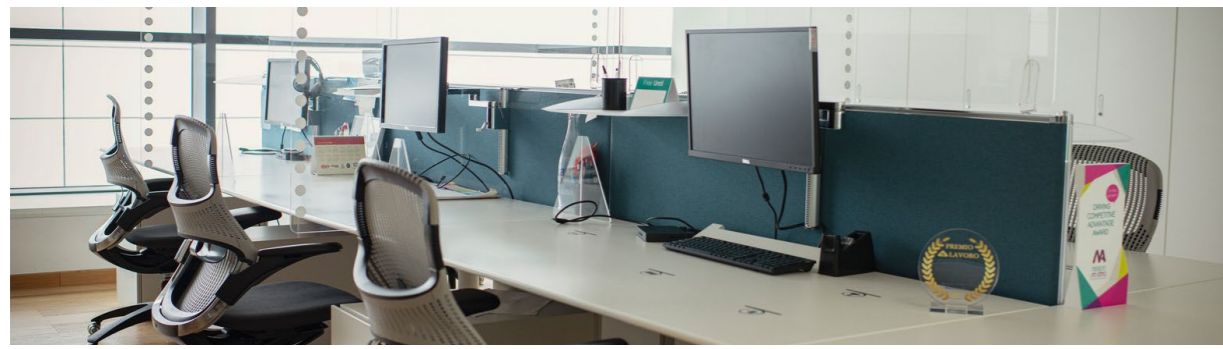
WASH - Proyecto recuperación de vertientes Misiones

PMI busca garantizar que todos los agricultores dentro de su huella tengan, para 2025, acceso básico a agua potable; y, para 2030, a saneamiento e higiene. Por eso desarrolló un marco guiado por el Programa de Monitoreo Conjunto para Abastecimiento de Agua, Saneamiento e Higiene (JMP), establecido por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y UNICEF.

Massalin, en el año 2019, realizó una evaluación interna. Descubrimos entonces que algunos proveedores en áreas rurales de la provincia de Misiones no tenían acceso básico al agua potable. Hemos integrado el monitoreo WASH en nuestro proceso de monitoreo ALP, y hemos implementado un proyecto de protección de vertientes para llevar agua potable segura a estos lugares.

Desde su inicio, con nuestro programa WASH hemos realizado 209 intervenciones. Al proteger las vertientes, tanto los productores como los miembros de la familia tienen acceso básico a agua para bebida.



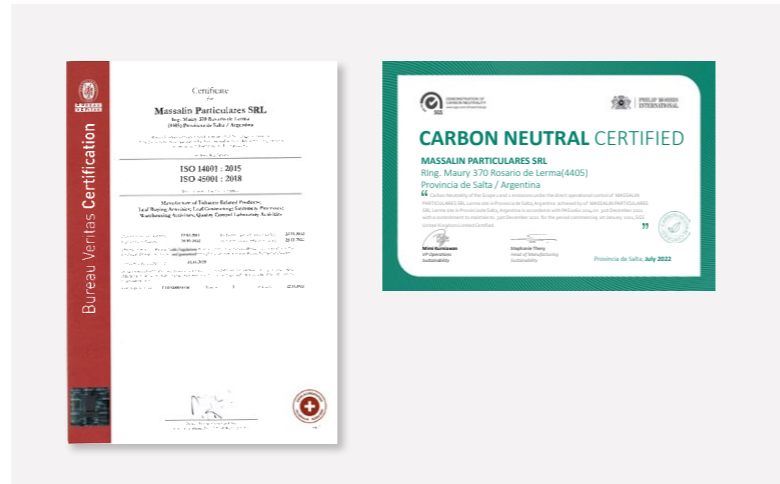


Salud y seguridad en los espacios de trabajo

Rosario de Lerma - Salta

Estamos abocados a trabajar continuamente en mejorar la seguridad y la salud en nuestros espacios de trabajo. Por eso, durante 2022, hemos alcanzado los siguientes hitos en nuestra planta en Rosario de Lerma:

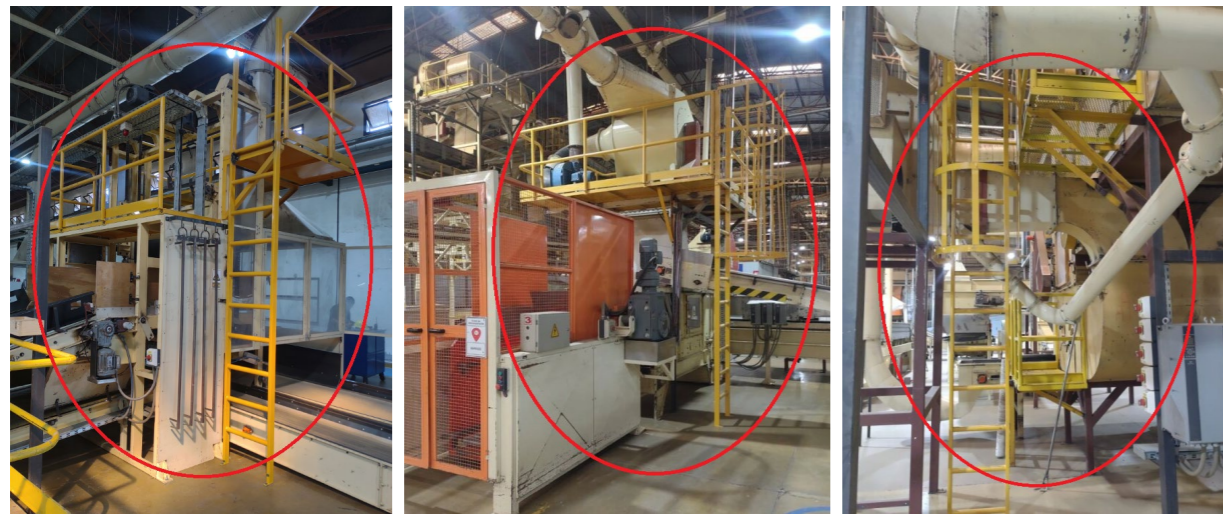
- Obtuvimos la Certificación de Carbono Neutral de las emisiones de alcance 1 y 2.
- Recertificamos ISO 14001 e ISO 45001 sin registrarse no conformidades.
- Se realizaron importantes mejoras en lo que refiere a protección de partes móviles, reducción de polvo ambiente, y prevención de riesgos generales.



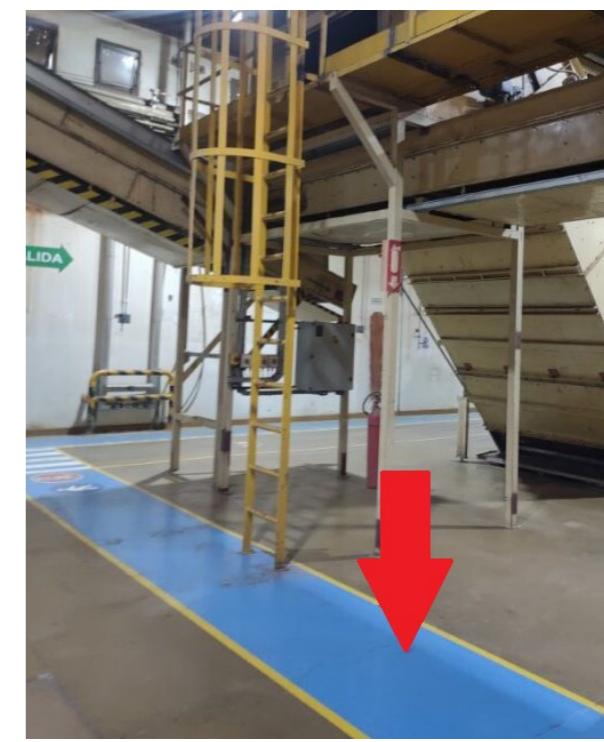
Cerramiento del Sector Prensa y colocación de sensores de parada de máquina por apertura de puerta



Instalación de escaleras verticales, plataformas y barandas



Comenzamos con la implementación del Standard EHS.D.206 PEDESTRIAN & MOBILE EQUIPMENT CIRCULATION



Compra e instalación de ducha lava ojos en laboratorio químico



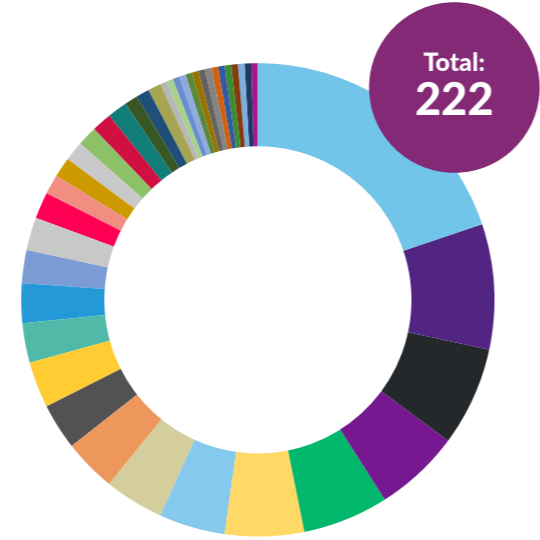
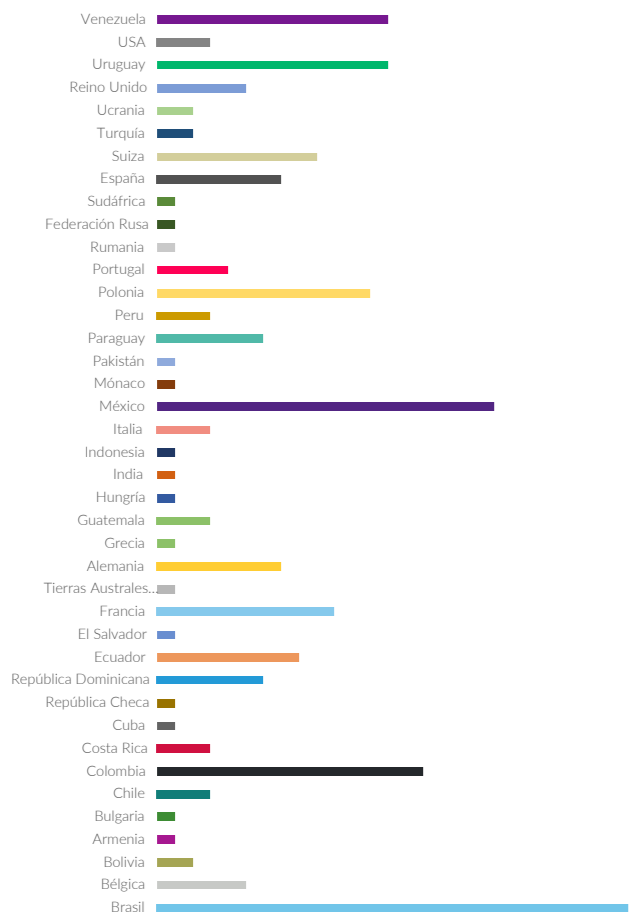
Además, en Lerma, se empezó a trabajar con el Sustainability Culture Assessment, logrando un compromiso entre líderes, supervisores y gerencia para el crecimiento cultural de nuestra organización.





Inclusión y diversidad

La diversidad de nuestros equipos de trabajo nos fortalece como organización. Mejora nuestras capacidades de innovación, creatividad y respuesta, y nos ayuda a resolver conflictos y a desarrollar nuestra operación. Por eso, **buscamos promover un espacio de trabajo seguro e inclusivo para todas las personas.** En Argentina, son más de 200 los colaboradores que provienen de otras nacionalidades y culturas:



En Massalin Particulares, encontramos condiciones estratégicas favorables para emprender el camino hacia la inclusión y la diversidad (I&D):

- **Un marco de referencia sólido.** La estrategia global de I&D está sostenida en tres pilares: promover el bienestar, impulsar la diversidad y fomentar la inclusión.
- **Un proceso de transformación de negocio encaminado,** que vuelve necesaria la innovación que la diversidad trae aparejada.
- **La orientación de lineamientos internacionales** de DD. HH. y empresas.
- El mapeo de nuestra **contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (ODS).**
- **Una base de clientes diversos,** que genera la necesidad de representación internamente.

Si nuestros consumidores son diversos, ¿cómo no lo vamos a ser nosotros?

Equal Salary Certification

Philip Morris International fue la primera compañía internacional en recibir la Global Equal Salary Certification. También recibimos la certificación de Equal Salary por parte de la fundación que lleva su nombre.

Por su parte, Massalin Particulares fue la tercera afiliada a nivel global de PMI en obtener la certificación, en el año 2018. Para nosotros es un orgullo ser reconocidos como una empresa que remunera por igual a hombres y mujeres que hacen trabajos equivalentes.

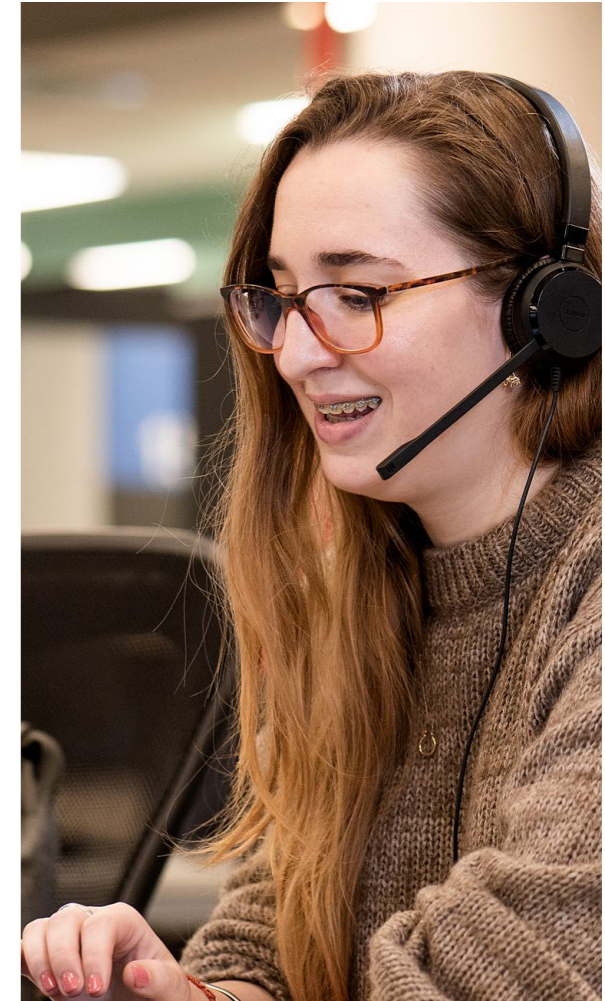
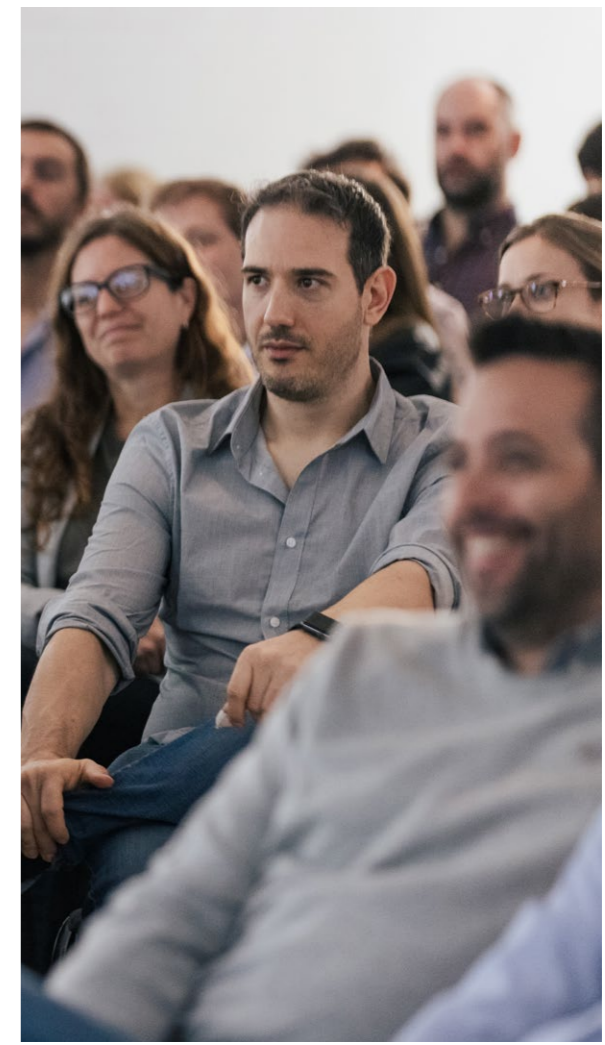
Nuestro equipo directivo está comprometido con que tengamos un salario justo y equitativo entre hombres y mujeres; con la integración de principios y prácticas de Equal Salary; y con la percepción de los empleados de la compañía al respecto.

En 2019, PMI fue la primera compañía internacional en recibir la Global Equal Salary Certification. Esta certificación independiente confirma que nuestras intenciones se transforman en políticas y prácticas reales y robustas.

El senior management se comprometió a afianzar esta visión en el período 2022 - 2025. Por lo tanto, en 2021, realizamos el proceso de recertificación, que requirió de un análisis estadístico de información salarial y una auditoría.

Estamos orgullosos de habernos recertificado exitosamente. La certificación de Equal Salary es prueba de que, para Massalin Particulares, el talento es clave para el desarrollo; y de que remunerarlo de acuerdo con los logros y no de acuerdo al género es fundamental para lograr el éxito de la compañía.

Target del 40% en posiciones de liderazgo a nivel global y 38% en MP.



Iniciativas relacionadas a inclusión y diversidad

Estamos comprometidos con crear un ambiente y una cultura de trabajo inclusivos. Creemos que esa es la mejor forma de potenciar nuestro talento colectivo.

Hacia principios de 2022, en colaboración con una consultora externa especialista en materia de inclusión y diversidad, realizamos un diagnóstico profundo de nuestros procesos, procedimientos y prácticas internas.

Este análisis nos permitió detectar nuestras fortalezas y las oportunidades de mejora, siendo estas últimas un complemento clave para armar nuestro plan de acciones durante el año 2022.

Mencionamos debajo algunas de las iniciativas que implementamos:

Impulsar la Diversidad

- **Composición del Comité Local de Inclusión y Diversidad (8 integrantes).** Ahí se asignaron proyectos específicos de trabajo y se determinaron indicadores para medir los avances. Este comité se reúne mensualmente para verificar el status de las acciones y compartir ideas y buenas prácticas.
- **Focus groups de mujeres.** La consultora externa, que realizó el diagnóstico de situación, facilitó dos espacios de intercambio de ideas, inquietudes y necesidades, a fin de profundizar el análisis y definir acciones con mayor foco estratégico.
- **Proceso de selección y entrevistas.** Se diseñó un módulo informativo llamado "Cómo mitigar los sesgos inconscientes y cuáles son las limitaciones legales", el cual luego se compartió a los tomadores de decisión como material de apoyo en las entrevistas.
- **Proceso de ingreso de Gerentes de personas.** Incluimos una cápsula sobre I&D con material de formación para la gestión de personas.
- **Proceso de mejora para P&C.** Realizamos un taller, también facilitado por una consultora externa, llamado "Desarrollo de perspectiva de género y cómo reconocer nuestros sesgos inconscientes".
- **Proceso de mejora para gerentes.** Dentro del programa de formación de middle managers, incluimos un módulo dictado por especialistas llamado "Mi camino hacia un liderazgo inclusivo".
- **Proceso de revisión de talento.** Se incluyó la figura de "custodia" con perspectiva de género en las conversaciones de desarrollo, a fin de garantizar que sean espacios donde se tomen en cuenta los indicadores de equidad de género y los objetivos.
- **Entrevista de salida.** Incluimos preguntas específicas de I&D, para lograr segmentar mejor los resultados y encontrar patrones que pudieran ayudarnos a relevar más información y definir acciones específicas.
- **Espacio de Mujeres en Merlo.** Hito en el área de Operaciones. Se inauguró este espacio de relacionamiento y formación para las mujeres de la planta. Allí comparten experiencias, necesidades e inquietudes, y se desarrollan iniciativas específicas en pos de generar un espacio de trabajo cada día más inclusivo para ellas.
- **Espacio abierto para todos los empleados/as "Sobre la Mesa".** Facilitado también por una consultora externa, dictamos un taller de concientización y formación llamado "Gestionando mis sesgos inconscientes".
- **Campaña "Desarrollo de mujeres" en Operaciones.** Se filmaron tres videos testimoniales de mujeres compartiendo sus experiencias en Operaciones, los cuales fueron publicados internamente y en LinkedIn. El objetivo principal fue mostrar historias reales de oportunidad de desarrollo de mujeres, y de inspiración para otras.



Promover el bienestar

- **Charla abierta virtual sobre seguridad psicológica** con INECO, con 211 asistentes y un NPS 50.
- **Videos "Aquí Estoy",** cápsulas que ayudan a desarrollar bienestar psicológico.
- **Cursos de RCP presencial y virtual,** con 270 asistentes y un NPS de 100.
- **Concurso para fomentar la toma de vacaciones a mitad de año.** 52 personas participaron del concurso, y 269 cargaron sus vacaciones durante el concurso.
- **Kid's Day.** Asistieron 125 adultos y 185 niños, con un NPS de 94
- **Beneficio de guardería para cuidador secundario ('23).**
- **Se fomentó el uso del Gympass y EAP** (206 personas usan actualmente Gympass)
- **Charla de educación financiera.**
- **Charla de emoción-mente-cuerpo.**
- **Nuevas licencias extendidas** por pérdida gestacional e hijo prematuro.
- **Beneficio de parentalidad diferida.**

Fomentar la inclusión

- **Workshops (2) dictados por E&C en Leaf** para el 54 % de los shop floor workers (hombres y mujeres) sobre situaciones de acoso y qué hacemos para minimizarlas.
- **Calendario de efemérides.** Desarrollamos piezas específicas donde llevamos al frente fechas representativas, brindando información y estadísticas internas para seguir generando awareness:
 - Mes del Orgullo
 - Sumale el pronombre a la firma de tu mail
 - Compartí tu foto en pos de la Diversidad
 - Webcast I&D Shelly McNamara
 - Día del Orgullo LGBTQ+
 - Equal Pay Certification
 - Día del Activismo por la Diversidad Sexual
 - Día Internacional de la Igualdad Salarial – Hablemos de Equal Salary
 - Encuentro ERG Embrace sobre Diversidad y Riqueza Cultural
 - Día del Respeto a la Diversidad Cultural
 - Primera Marcha Orgullo LGBTQ+ en Argentina
 - Día Internacional contra la Violencia de Género (25/11)
 - Día Internacional de la Discapacidad
 - Día de los DD. HH.



Desarrollo de nuestros colaboradores

Estrategia

Creemos que cada uno es dueño de su desarrollo. Liderar, crear y comprometerse dependen mayoritariamente de cada uno; en eso se basa nuestra estrategia de talento. Los líderes deben generar las condiciones, y el equipo de People & Culture de Integrated Talent Management debe asegurar el armado y la implementación de la estrategia organizacional.

Contamos con 3 pilares, a través de los cuales buscamos tener un sano balance entre el talento que incorporamos externamente y aquel que desarrollamos internamente:

- **BUY.** Atraer el talento que necesitamos, reclutar externamente las especialidades que debemos incorporar a la organización con rapidez.
- **BUILD.** Desarrollar el talento internamente mediante evaluaciones, programas, entrenamientos y nuevas experiencias.
- **EXIT.** Aprender de la salida de los colaboradores, sea voluntaria o involuntaria, mediante entrevistas de salida.

El profesionalismo, la dedicación y el talento de nuestros equipos de trabajo nos permiten cumplir objetivos y co-construir la transformación que el negocio y la sociedad demandan. Brindamos a los colaboradores oportunidades para aprender, crecer y contribuir.

Queremos ser un lugar de trabajo en el que nuestros colaboradores puedan crecer y desarrollar sus carreras. Asimismo, buscamos la manera en que las personas con las que trabajamos se apropien de cada uno de nuestros principios y prácticas, para asegurar que todos transitemos en la misma dirección.

Atracción

En PMI, queremos atraer el talento experto en especialidades que necesitamos incorporar a la organización con agilidad. El trabajo de atracción incluye:

- **Gestión de la marca empleadora:** queremos entender qué es lo que busca el talento y asegurarnos de que exista en nuestra propuesta de valor. Para eso, recurrimos a una narrativa sólida, alineada a la narrativa global de #MakeHistory, alcanzando un #FuturoLibreDeHumo; a colaboradores embajadores de la organización en LinkedIn; a un programa de referidos; y a la participación en certificaciones y rankings.



- Acceso a los candidatos adecuados: una pipeline de talento superior tanto a nivel interno como externo.
- La tecnología como facilitadora: soporte digital para un proceso global exitoso y consistente.
- La alineación y estandarización de procesos: facilitamos el soporte de hubs regionales o globales, cosa que le da más agilidad al proceso y una mejor experiencia para el candidato.



Programa de Early Careers

En PMI tenemos, con la sociedad y los jóvenes, el compromiso de dar oportunidades y formar profesionales. Partimos de la siguiente idea: si nuestros consumidores son diversos, ¿cómo no lo vamos a ser nosotros? En esta línea surgió, hace más de 20 años, el programa Inkompas.

De esta manera, hemos contratado a más de 500 pasantes. El programa está orientado a jóvenes estudiantes, a quienes acompañamos en sus primeros pasos y les brindamos las herramientas para que puedan desarrollarse. Los Inkompas que ingresan lideran proyectos que tienen impacto en el negocio, tienen un coach asignado y pueden empezar a transitar la diferencia entre el estudio académico y la práctica profesional.

Una vez finalizado el programa, intentamos alinear sus expectativas con las necesidades organizacionales y buscamos ofrecer una posición permanente. El objetivo es que puedan seguir desarrollándose y se conviertan en futuros líderes de PMI; pero, para aquellos cuyo camino siga por fuera de la compañía, nos aseguramos de que hayan tenido una experiencia que aporte a su empleabilidad en términos generales.

Hoy en día, contamos con muchos líderes que comenzaron su experiencia en PMI en el programa Inkompas, incluso directores y expatriados que desarrollan sus responsabilidades desde distintas partes del mundo.

Desarrollo

En PMI, el desarrollo de una carrera surge de los intereses y ambiciones de los empleados, y de cómo y dónde la organización los ve desarrollándose.

Esta última parte surge de la revisión de talento (*talent review*), en la cual se identifica el potencial de desarrollo de cada empleado y se definen los planes de sucesión para posiciones críticas. Este ejercicio concluye en una conversación de cada supervisor con sus reportes directos, donde se transparenta el *assessment* de potencial, se establecen las posibles nominaciones dentro del plan de sucesión y se acuerdan las acciones de desarrollo en pos de los próximos pasos de carrera.

Estamos yendo hacia un modelo donde la gestión depende de cada empleado. El manager es un habilitador y facilitador, y P&C vela por el cumplimiento de los acuerdos de la *talent review* cuando surgen movimientos o incorporaciones.

Asimismo, buscamos brindar oportunidades y herramientas para que cada empleado gestione su carrera.



DESCUBRÍ:

- Descubrite a vos mismo mientras trabajás en un entorno empresarial real.



APRENDÉ:

- Trabajá en proyectos reales que tengan un impacto comercial real. Sé dueño de tu proyecto.
- Desarrollá habilidades que te puedan llevar a donde quieras.
- Colaborá con diferentes personas, equipos y afiliados como parte de su proyecto.



OPORTUNIDAD:

- Tu CV contará con la experiencia de una empresa global.
- Desarrollarás relaciones con personas alrededor del mundo.

¿Qué herramientas hay?

- Entrenamientos ad-hoc según las necesidades específicas de cada empleado. Son gestionados por el empleado con su supervisor, y si es necesario pueden involucrar a P&C.
- Opensourcing: un portal donde se postean las búsquedas internas locales y globales y los empleados pueden postularse proactivamente sin necesidad de contar con la aprobación de su supervisor ni de P&C.
- Portal de self-learning.
- Plataforma de idiomas on-line.
- Guía de experiencias de desarrollo, disponible para line managers.
- Entrenamiento de career planning.
- Comunidad de líderes y de mandos medios.
- Programas globales para desarrollo de líderes.
- Programa de mentoreo global.

Exportadores de talento

En línea con las posibilidades de desarrollo, podemos observar cómo, entre 2010 y 2022, hubo 254 asignaciones internacionales (de entre 18 meses a 3 años) para 135 empleados. Esto implica un promedio de 2 asignaciones cada uno.

Finalización de estudios secundarios

En 2019, la empresa realizó un análisis para entender las necesidades de nuestros empleados y poder acompañar y apoyar su crecimiento. En ese análisis se identificó que el 60 % de obreros no había finalizado sus estudios secundarios. Por eso **se generó un acuerdo con el Ministerio de Educación de Salta, para que los empleados pudieran terminar sus estudios de manera virtual, de forma gratuita y con reconocimiento oficial.**

A lo largo del año, se buscan distintas instancias para incentivar a los empleados a que formen parte del programa y se animen a terminar. En 2022 se graduaron 3 nuevos empleados, y pudimos darles un espacio de reconocimiento en el evento de fin de cosecha, ayudando así no solo a valorar su esfuerzo, sino también a proveer un ejemplo para sus compañeros.

Con los nuevos graduados de 2022, ya llevamos 7 graduados. Nos da mucho orgullo poder seguir fomentando estas iniciativas.

Siguientes pasos

Nuestros equipos de trabajo son nuestro activo más importante. Por eso, continuaremos actualizando y mejorando nuestras prácticas de reclutamiento y selección: queremos convocar a talentos de excelencia. Pondremos el foco en seguir promoviendo espacios de aprendizaje, donde nuestros colaboradores puedan desarrollarse, tanto a nivel profesional como personal, y donde adquieran habilidades que les servirán para su empleabilidad actual, futura y su vida diaria.



Bienestar de colaboradores

Los beneficios son gran parte de nuestra propuesta de valor. La propuesta de valor es todo lo que ofrece PMI a quienes forman parte de sus equipos: la cultura, la flexibilidad y todo lo que hace a las *total rewards* (compensaciones y beneficios). Cuando elegimos PMI, lo elegimos por todo lo que nos da.

Tenemos el compromiso de construir una organización en la que todos nuestros colaboradores puedan explotar al máximo su potencial. En este sentido, tenemos un profundo compromiso por ofrecer condiciones laborales justas, por encima de las exigencias establecidas por ley, con el foco puesto en equilibrar la vida laboral y personal de nuestros equipos.

Nuestro portfolio de beneficios se define en base a dos elementos: la propuesta de valor que queremos para nuestra empresa, y nuestra estrategia de retención y atracción. Buscamos que nuestros beneficios

acompañen a la cultura de la compañía, a su idiosincrasia, a su demografía y a su perfil de empleados; y además queremos que contribuyan a darles una mejor experiencia de vida.

Los beneficios pasan por un proceso de revisión constante, algunos con mayor dinamismo, y requieren ajustes todos los años (por ejemplo, montos). Cada dos años, aproximadamente, hacemos una revisión del portfolio, a modo de realizar una *health check* para entender si hay algo que tengamos que tener en cuenta o modificar cuando nos comparamos con el mercado.

Feedback: respecto del portfolio actual, no solo realizamos un *health check* externo, sino que también analizamos tasas de uso y valoración. Eso nos permite entender la apreciación de cada beneficio y sus posibles modificaciones.



MI FAMILIA

Mi familia refiere a los beneficios de parentalidad y a aquellos relacionados al cuidado de los niños y niñas, entre ellos la vuelta al cole, las licencias adicionales, el reintegro de guardería o niñera, y los descuentos en *biocells* (bancos de células madre).



MI SALUD

Mi salud refiere a todos los beneficios que tienen que ver con nuestro cuidado y bienestar, como la obra social, el servicio médico, los chequeos médicos, los descuentos por compra de medicamentos, las charlas saludables y la contratación del *gympass*. También contamos con un beneficio en criopreservación de embriones.



MI ECONOMÍA

Mi economía engloba todos los descuentos que tenemos relacionados a diferentes rubros. Entre ellos está el reconocimiento por trayectoria, el bono de Reyes, el bono de indumentaria, el presente de Pascua, la caja navideña, la gratificación por gastos de auto, el auto beneficio, estacionamiento, remate de unidades, combis, plan de pensión, seguro de vida, asistencia SOS PMI internacional, café, snacks, comedor, préstamos por emergencia, cuenta sueldo y un monto extra de reintegro de medicamentos.



MI TIEMPO

Mi tiempo contempla los beneficios vinculados con la flexibilidad y el balance entre vida laboral y personal, entre ellos las vacaciones, las licencias, el *flex time* y el día de cumpleaños.

Iniciativas 2022:

- **Seguro de Vida Beneficio para Empleados** CLA permanentes y cíclicos (nómina general, mecánicos y operarios).
- **Rediseño del beneficio de Vend:** esquema híbrido, con opción de usar el crédito en el e-commerce del proveedor y realizar un pedido.
- **Cuatro charlas de bienestar.**
- **Fomento de toma de vacaciones, concientización chequeos médicos, salud mental y cursos de RCP.**
- **Modificaciones a la política de parentalidad:**
 - Nuevas licencias por pérdida gestacional.
 - Adecuación de licencias por nacimientos de niños prematuros.
 - Beneficio de criopreservación de óvulos.

Estándares de marca empleadora

El objetivo principal del proyecto era desarrollar la estrategia, plan y way of working de marca empleadora y EVP local, para atraer y retener talento.

Para eso trabajamos con la metodología Fast Forward y pasamos por las siguientes etapas:



Para la etapa de empatía, lo que hicimos fue lo siguiente:

- Analizamos el *journey map* del ciclo de vida del empleado.
- Analizamos datos de TA & Hiring.
- Analizamos datos de OE & Turnover.
- Tuvimos 22 entrevistas cualitativas sobre los valores sociolaborales más importantes que debería tener su trabajo ideal, y cuáles veían presentes en PMI. Como resultado, obtuvimos los 9 valores sociolaborales más importantes para nuestros empleados.
- Analizamos los verbatim y datos de la Pulse.
- Analizamos los comentarios de *exit interviews*.

Para la etapa de benchmark:

- Realizamos *benchmark* externo para entender no sólo qué es lo que quiere el talento en el mercado y cuáles son sus intereses y prioridades, sino también cómo operan otras compañías y cuáles eran las tendencias de mercado. El *benchmark* externo nos arrojó que los valores sociolaborales que habíamos contemplado son los que efectivamente estaba buscando el mercado.

Para la etapa de revisión y adaptación de la Propuesta de Valor para Empleados Global (EVP Global, por sus siglas en inglés):

- Revisamos la EVP Global para entender cuáles eran sus principales pilares.
- Seleccionamos los pilares de EVP que íbamos a trabajar, que pudieran enfocarse en nuestro contexto actual sin SFP's (Stronger Together & Engless Experiences).
- Asociamos cada uno de los 9 valores sociolaborales más ponderados con cada uno de los pilares de EVP que nos representaba.
- Desarrollamos el concepto y la *claim* detrás de #MakeHistory ("hagamos historia, junt@s"). De esta forma, buscamos construir una identidad de marca fuerte y conectada con los principales valores sociolaborales, que generara mayor *engagement*, que retuviera a los empleados actuales, y que atrayera al talento externo.

Para la etapa de exploración:

- Analizamos las diferentes audiencias que componían nuestra EVP.
- Analizamos las diferentes actividades a realizar.
- Construimos una matriz de impacto para identificar cuáles eran las actividades que podíamos realizar.
- Asignamos responsabilidades para cada actividad y asignamos KPI's para evaluarlas.

Este es el resumen de actividades que realizamos:

RESUMEN ACTIVIDADES POR VALOR SOCIOLABORAL		
OPORTUNIDAD CRECIMIENTO CARRERA <ul style="list-style-type: none"> • Campaña de referidos • Learning Offer • Campaña Tuneo LinkedIn • Inkompass • Testimonios trayectoria: video líderes • Women Development • Equal salary pay certif • Open Sourcing 	TAREAS DESAFIANTES, LOGRO P. <ul style="list-style-type: none"> • Testimonios trayectoria: video líderes • Inkompass • Open Sourcing 	TIEMPO VIDA PERSONAL <ul style="list-style-type: none"> • Comms, Beneficios in & out • I&D Comunicaciones internas y externas
LIBERTAD PARA ORG. TRAB. <ul style="list-style-type: none"> • I&D Comunicaciones internas y externas • Smartwork 	QUE SE VALORE LO QUE HACÉS Y CÓMO LO HACÉS <ul style="list-style-type: none"> • Campaña de referidos • Equal salary pay certif • Welcome kit • Testimonios trayectoria: video líderes • Fiesta fin de año • Campaña Tuneo LinkedIn 	APRENDER NUEVAS TAREAS <ul style="list-style-type: none"> • Inducciones, onboarding • Learning Offer • Inkompass • Open Sourcing
BUENA RELACIÓN CON JEFE DIRECTO <ul style="list-style-type: none"> • Visita Campo • Visita Planta • Inducciones, onboarding 	TRABAJO EN EQUIPO / COLABORAC. <ul style="list-style-type: none"> • BU / AT / OSC • Inducciones, onboarding • Campaña de referidos • Comunidad Ex-Pmiers • Inkompass • Fiesta fin de año 	MEJORAR INGRESOS <ul style="list-style-type: none"> • Comms, Beneficios in & out • Equal salary pay certif • Campaña de referidos • Open Sourcing

En PMI, gestionamos nuestra marca empleadora #MakeHistory apalancándonos en 3 pilares principales: Stronger Together, Revolutionary Change y Endless Experiences. Cada pilar incluye los valores sociolaborales de nuestros empleados y refleja la experiencia de trabajar en la compañía.

Durante 2022, generamos diversas iniciativas para amplificar qué hacemos y cómo lo hacemos. Entre ellas, podemos mencionar la edición de nuestro primer video institucional #MakeHistory; la creación de un Programa de Embajadores de LinkedIn, donde fuimos reconocidos por primera vez como una de las 25 mejores empresas para trabajar en Argentina; el relanzamiento

de nuestro Programa de Referidos, donde reconocemos económicamente a quienes refieran candidatos para posiciones vacantes; y la creación de una Campaña de Desarrollo de Mujeres en Operaciones, donde mujeres líderes compartieron sus experiencias de desarrollo en la empresa.

Finalmente, como la gestión de la marca empleadora es una acción continua, seguimos escuchando qué necesita o valora nuestro talento interno a través de la encuesta Pulse. En paralelo, monitoreamos permanentemente las tendencias del mercado, asumiendo nuevos desafíos para seguir siendo atractivos para el talento externo.



3. Gobernanza

Integridad en la forma de hacer negocios

La integración de la sostenibilidad en nuestra empresa se basa en una estructura formal de gobernanza y gestión con responsabilidades en todos los niveles de la organización.

Dentro del área de sostenibilidad, un conjunto de compromisos públicos está disponible para su descarga en PMI.com. Estos compromisos guían nuestro trabajo y expresan nuestra opinión sobre cuestiones específicas, consideradas críticas desde un punto de vista medioambiental o social.

Prevención del comercio ilícito

Se estima que más de 1 de cada 10 cigarrillos, a nivel global, son provenientes del mercado ilícito. Esto afecta directamente nuestro negocio y a nuestros consumidores adultos. Existen diversos tipos de comercio ilícito, desde las falsificaciones de marcas y el contrabando hasta la evasión fiscal.

Las principales consecuencias de este flagelo son: el impacto directo a los negocios legítimos por la competencia desleal; a la economía, por la informalidad; a la sociedad, por la inseguridad y el desempleo; y al Estado, por las pérdidas multimillonarias en recaudación. Por eso, nosotros colaboramos en la prevención del comercio ilícito en todo el mundo, y buscamos mitigar el impacto sobre nuestros consumidores adultos y sobre las marcas de la compañía.

En la Argentina, nos vemos afectados por los productos de contrabando que ingresan a nuestro país principalmente desde fábricas en Paraguay o en Corea. A su vez, se estima que existen fábricas produciendo productos ilegales que evaden los impuestos aplicables al cigarrillo.

Durante 2022, continuamos con nuestros esfuerzos por prevenir el comercio ilegal y generar conciencia en nuestros consumidores acerca de la existencia de este problema. Generamos campañas de concientización entre nuestros distribuidores y kiosqueros. A ellos les advertimos de la falsificación de nuestras marcas o de los instrumentos fiscales de control que provee el Estado. En las provincias del norte de nuestro país, los lugares más afectados, buscamos que el fumador adulto esté atento a no consumir estos productos. Las iniciativas fueron implementadas en alianza con organizaciones, cámaras y cooperativas del sector.



Prácticas fiscales justas

Para finales de 2017, la industria tabacalera estaba integrada por dos grandes manufactureras de cigarrillos: Massalin Particulares SRL y British American Tobacco.

En diciembre de 2017, se sancionó la Ley 27.430, que reformó la ley de impuestos internos. De esta manera, se estableció un nuevo cálculo para el impuesto interno mínimo, una política ya vigente desde 2009 con el fin de restringir el acceso al cigarrillo. El cumplimiento del impuesto mínimo determina principalmente el cálculo de todos los impuestos que afectan a los cigarrillos.

Pero no todos los jugadores de la industria estuvieron dispuestos a someterse al mandato legal y a readecuar sus negocios. Algunos de ellos se presentaron ante distintas sedes judiciales y lograron, mediante la concesión de medidas cautelares, quedar exentos de cumplir con la Ley 27.430.

Mientras que el resto de la industria tuvo que adecuarse a los incrementos trimestrales del impuesto mínimo, que ajusta por inflación y subas de costos, estas empresas aumentaron muy por debajo.

Esto tuvo como consecuencia un aumento en el consumo de cigarrillos del 8 % entre 2018 y 2022. Todo el crecimiento se confirmó en el segmento que ofrecen esas mismas empresas favorecidas por las medidas cautelares; así pasaron de tener el 10 % en 2017 a más del 40 % para fines de 2022. Es decir: aumentaron su participación cerca de un 500 %.

Este crecimiento de participación en el mercado, sin pagar todos los impuestos, generó pérdidas de recaudación para el Estado de 1.700 millones de dólares hasta 2022.

Permitir esta situación de competencia desigual y desleal a partir de un doble estándar también perjudica severamente a los gobiernos subnacionales, a las provincias tabacaleras y al ANSES. Este es el caso de los fondos distribuidos por el Fondo Especial de Tabaco, que desde 2017 y hasta 2022 perdieron un 60 % en términos reales.

Además, impide alcanzar el objetivo de la ley, que era gravar el consumo de cigarrillos de combustión para reducir su consumo, en cumplimiento de las recomendaciones de la OMS. A la par, socava la eficacia de las políticas públicas de control del tabaco: al verse disminuida la recaudación fiscal, no se cuenta con los recursos para implementarlas o siquiera para el normal funcionamiento del Estado.

En definitiva, las medidas cautelares que habilitaron a una serie de firmas a vender sus productos a un precio ultra bajo afectan gravemente la recaudación fiscal y frenan las inversiones de las empresas con negocios legítimos.



INFORME DE SOSTENIBILIDAD



Philip Morris International está construyendo un **futuro libre de humo**, esto implica reemplazar los cigarrillos convencionales por alternativas que eliminan la combustión.

IQOS es nuestro dispositivo que **calienta tabaco en lugar de quemarlo**



En **Massalin Particulares** tenemos el objetivo de liderar el sector de tabaco convencional e impulsar la **transformación de la industria** con el objetivo de brindar **productos alternativos para los fumadores adultos** que de otra manera continuarían fumando.

Se comercializa en **más de 80 mercados** y tiene **más de 19.4 millones de usuarios**.

IMPACTO DEL PRODUCTO



IMPACTO OPERACIONAL



MEDIOAMBIENTAL	SOCIAL	GOBERNANZA
Disminución de residuos.	Impacto de nuevos productos; Ventas, marketing y comunicación con consumidores.	Ciencia detrás de las nuevas alternativas.
Reducción de nuestra huella ambiental; Gestión del agua; Disminución de residuos; Cuidado de la biodiversidad.	Inclusión y diversidad; Bienestar; Desarrollo; Salud y seguridad; Estándares de marca empleadora.	Integridad en la forma de hacer negocios; Prevención del comercio ilícito; Prácticas fiscales justas.



20
22

INFORME DE
SOSTENIBILIDAD

 institucionales.massalin@pmi.com