

Informe integrado de 2020

Contenido

Visión global

Acerca de Philip Morris International	2
Acerca de este informe	3
Puntos destacados de 2020	4
Carta del presidente ejecutivo: Liderar con un propósito	5
Carta del director ejecutivo: Impulsar juntos el cambio	6
Una visión global de la respuesta de PMI a la COVID-19 en 2020	7
Nuestra huella en el mundo	8
Transformar nuestro negocio	9
Carta de la directora de Sustainability: Transformar más allá de la nicotina	14
Nuestro entorno comercial	17
Megatendencias	20
Sostenibilidad en PMI	22
Nuestra hoja de ruta para 2025	27
Crear valor	29
Gobierno y gestión	30
Gestión de riesgos	32

Rendimiento

Integrar los resultados financieros y no financieros: observaciones finales del director financiero	127
Resultados de PMI en valoraciones, índices y clasificaciones ASG	128
Tablas de rendimiento	129
Glosario y acrónimos	143
Previsiones y advertencias	145
Informe de auditoría independiente	146

Imagen de portada: La portada es un homenaje a nuestros empleados, cuya continua pasión, dedicación y perseverancia frente a la adversidad permitieron a nuestra empresa seguir avanzando hacia sus ambiciones en el 2020.

PILAR 1



Innovar para mejorar los productos

Impacto de los productos en la salud	34
Acceso a los productos sin humo	41
Temas del nivel 2	50

PILAR 2



Operar con excelencia

Prácticas de marketing y ventas responsables	52
Gestión sostenible de la cadena de suministro	59
Respeto de los derechos humanos	69
Temas del nivel 2	76

PILAR 3



Cuidar de las personas con las que trabajamos

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco	78
Salud, seguridad y bienestar en el trabajo	91
Temas de segundo nivel	97

PILAR 4



Proteger el medioambiente

Protección climática	99
Prevención del vertido de basuras	112
Diseño ecológico y circularidad del producto	116
Temas de segundo nivel	126

Acerca de Philip Morris International

Philip Morris International (PMI) está liderando una transformación en la industria del tabaco para crear un futuro sin humo y, en última instancia, reemplazar los cigarrillos por productos sin humo en beneficio de los fumadores adultos que, de otra manera, continuarían fumando, la sociedad, la empresa y sus accionistas. PMI es una empresa tabacalera internacional líder dedicada a la fabricación y venta de cigarrillos, así como de productos sin humo, dispositivos y accesorios electrónicos asociados y otros productos que contienen nicotina, en mercados fuera de EE. UU. Además, PMI envía versiones de su dispositivo de la Plataforma 1 IQOS y consumibles a Altria Group, Inc. para la venta bajo licencia en EE. UU., donde estos productos han recibido autorizaciones de comercialización de la Administración de Alimentos y Medicamentos de EE. UU. (FDA) por la vía de solicitud de productos de tabaco previa a la comercialización (PMTA). La FDA también ha autorizado la comercialización de una versión de IQOS y sus consumibles como producto de tabaco de riesgo modificado (MRTP) al determinar que una orden de modificación de exposición para estos productos es adecuada para promover la salud pública. PMI está construyendo un futuro sobre una nueva categoría de productos sin humo que, aunque no están exentos de riesgos, son una opción mucho mejor que seguir fumando. A través de capacidades multidisciplinarias en el desarrollo de productos, instalaciones de vanguardia y fundamentación científica, PMI tiene como objetivo garantizar que sus productos sin humo satisfagan las preferencias de los consumidores adultos y los rigurosos requisitos reglamentarios. El catálogo de productos sin humo de PMI incluye productos de vapor de calentamiento sin combustión y que contienen nicotina. A 31 de diciembre de 2021, IQOS estaba a la venta en 64 mercados de ciudades clave o en todo el país y PMI estima que aproximadamente 12,7 millones de adultos en todo el mundo ya se han cambiado a IQOS y han dejado de fumar.

Para obtener más información, visite www.PMI.com y www.PMIscience.com

Hitos principales

1847

El Sr. Philip Morris abre una tienda en Bond Street, Londres, donde se venden tabaco y cigarrillos ya preparados

1902

Se constituye Philip Morris & Co., Ltd. en Nueva York

1908

Marlboro, que se convertiría en la marca más famosa de la compañía, se establece y se registra como una marca comercial

1919

Se constituye una nueva empresa en Virginia con el nombre de Philip Morris & Co. Ltd., Inc. y comienza a elaborar cigarrillos en su fábrica de Richmond a finales de la siguiente década

1963

La entidad adquiere Fabriques de Tabac Réunies en Neuchâtel, Suiza, una empresa familiar que en 1957 ya había empezado a fabricar cigarrillos Marlboro bajo licencia

1972

Marlboro se convierte en la marca de cigarrillos más vendida del mundo

1985

Philip Morris Companies Inc. se convierte en un grupo de empresas y adquiere General Foods. A lo largo de la siguiente década, se producen otras adquisiciones en el sector alimentario, como Kraft Foods y Jacobs Suchard

1987

Phillips Morris International Inc (PMI) se constituye como empresa de explotación de Philip Morris Companies, Inc.

2001

El Centro de Operaciones de PMI se traslada de Nueva York a Lausana, Suiza

2003

Philip Morris Companies Inc. pasa a llamarse Altria Group, Inc. y sigue siendo la empresa matriz de Kraft Foods Inc., Philip Morris International, Philip Morris USA y Philip Morris Capital Corporation

2008

PMI se separa de Altria Group, Inc.

2009

PMI presenta su nuevo centro de investigación y desarrollo en Neuchâtel, Suiza

2014

PMI prueba en Italia y Japón su producto de calentamiento sin combustión, IQOS

2016

PMI anuncia su ambicioso propósito de ofrecer un futuro sin humo, orientando sus recursos hacia el desarrollo y la comercialización responsable de alternativas de no combustión menos dañinas y científicamente probadas

2020

El Consejo de Administración de PMI adopta la Declaración de Propósitos de PMI, que reafirma el compromiso de la empresa de ofrecer un futuro sin humo

Acerca de este informe

Nos complace compartir nuestro segundo Informe integrado, que sigue al primer Informe integrado publicado en junio de 2020 y constituye nuestra sexta publicación anual consecutiva. La evolución de los informes hacia la presentación de informes integrados y su alineación con el Consejo Internacional <IR> nos permite detallar mejor nuestra transformación del negocio y captar de forma más completa el progreso de nuestra empresa en el cumplimiento de su propósito.

El contenido del informe está conformado por una evaluación formal de la importancia de la sostenibilidad, actualizada en 2019, que incorpora diversas perspectivas de las partes interesadas y nuestro impacto en el desarrollo sostenible. Hemos estructurado los temas de sostenibilidad en torno a cuatro pilares estratégicos de actuación y dos niveles, que constituyen la base de nuestros informes. Este informe proporciona información sobre el contexto, la relevancia, el enfoque de gestión, los objetivos y el rendimiento de cada tema del nivel 1. Los detalles sobre nuestra gestión y actuación en los temas del nivel 2, así como los estudios de casos que arrojan luz sobre la labor realizada a nivel nacional, están disponibles en [PMI.com](https://www.pmi.com).

A menos que se indique lo contrario, el alcance de los datos de este informe abarca nuestras operaciones en todo el mundo durante todo el año natural de 2020 o refleja la situación a 31 de diciembre de 2020. Si no se especifica lo contrario, los datos proceden de las estimaciones de PMI.

PricewaterhouseCoopers SA (PwC) ha proporcionado una auditoría independiente sobre determinados indicadores de transformación del negocio, disponibles en las páginas 15 y 130. Para obtener más detalles, consulte el Informe de Verificación Independiente en la página 146. La verificación externa de nuestros datos medioambientales y de salud y seguridad puede encontrarse en [PMI.com](https://www.pmi.com).

Este informe se ha realizado con la supervisión del Consejo de Administración de PMI y ha sido revisado por su presidente ejecutivo, así como por miembros de la dirección de la empresa PMI, incluidos nuestro director general, nuestro director financiero y el vicepresidente principal y consejero general.

Este informe se ha elaborado de acuerdo con los estándares de la Iniciativa Mundial para la Presentación de Informes (GRI): Opción de base: También adecuamos nuestros informes a los principios y normas del Pacto Mundial de la ONU (PMNU) e indicamos nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. Los principios del PMNU y los ODS se comparan con los indicadores de nuestro índice, [GRI Index](#). Además, en nuestro índice [SDG Index](#), analizamos la adecuación del trabajo y nuestras aspiraciones a los ODS y sus metas correspondientes.

También tenemos en cuenta las orientaciones del Consejo de Normas de Contabilidad de Sostenibilidad (SASB). Como reflejo de la transformación de nuestra empresa, el [SASB Index](#) proporciona enlaces al contenido de este informe que se ajusta al Estándar del Tabaco, así como a aspectos de los Estándares de Productos Agrícolas, Ferretería y Equipos y Suministros Médicos. Este informe también recoge algunas recomendaciones del grupo de trabajo sobre la divulgación de información financiera relacionada con el clima, Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), y nuestro [informe a CDP](#) cubre gran parte del resto de recomendaciones. Seguiremos desarrollando informes sobre el cambio climático para reflejar las directrices del TCFD. Por primera vez, para reflejar aún más la importancia de las partes de acuerdo con nuestra declaración de propósitos, [Statement of Purpose](#), también hemos cotejado nuestros datos en un [Índice](#) específico con los del Libro Blanco del Foro Económico Mundial (FEM), Medición del Capitalismo de las Partes Interesadas: Hacia una Métrica Común y una Información Consistente sobre la Creación de Valor Sostenible, publicado en septiembre de 2020.

Puede encontrar información adicional sobre nuestro trabajo de sostenibilidad, así como informes anteriores, en el área de [Sustainability Resources](#) de [PMI.com](https://www.pmi.com).

Cualquier comentario o sugerencia que quiera enviarnos será bien recibido. Por favor, contacte con nosotros en sustainability@pmi.com.



Una tienda IQOS en Atenas, Grecia

Puntos destacados de 2020

Transformación comercial

28.700 millones \$

Ingresos netos

23,8%

De los ingresos netos de los productos sin humo

4,80 \$/acción

Dividendo anual basado en un dividendo trimestral de 1,20 USD/acción, declarado el 9 de septiembre de 2020; 13° año consecutivo con un aumento de dividendos desde que se convirtió en una empresa pública en 2008

495 millones \$

Gasto en I+D, del cual el 99% se dedicó a productos sin humo

Pilar 1: Innovar para mejorar los productos



12,7 millones

Usuarios adultos que se han pasado a IQOS y han dejado de fumar, de un total de 17,5 millones de usuarios de IQOS

64

Mercados en los que se podía comprar el IQOS, de los cuales el 52% eran países no pertenecientes a la OCDE

76%

Del gasto comercial total de PMI dedicado a los productos sin humo

Pilar 2: Operar con excelencia



2

Valoraciones de impacto sobre los derechos humanos realizadas en países de alto riesgo

95%

Del gasto esencial de proveedores no relacionados con el tabaco valorados según los principios del suministro responsable de PMI en nuestra plataforma de diligencia debida de proveedores

>94%

Del volumen total de envíos de PMI (incluidos cigarrillos, unidades de tabaco calentado, otros productos de tabaco y cigarrillos electrónicos) representado por mercados con programas en marcha para prevenir el acceso de los jóvenes

Pilar 3: Cuidar de las personas con las que trabajamos



100%

De los agricultores de tabaco y trabajadores del sector con acceso a equipos de protección personal

0,12

Tasa total de incidentes registrables (TRIR) por cada 200.000 horas trabajadas, que incluye a los empleados de PMI, a los empleados contratados y a los contratistas

37,2%

De los puestos directivos ocupados por mujeres, por encima del 36,1% en 2019

Pilar 4: Proteger el medioambiente



Triple A

Puntuación de CDP por nuestros esfuerzos en la lucha contra el cambio climático, la protección de los bosques y el fomento de la seguridad del agua

-18%

Reducción de las emisiones de CO₂e en toda nuestra cadena de valor (alcance 1+2+3) con respecto a nuestra referencia de 2019

84%

Tasa de reciclaje de los dispositivos IQOS devueltos en nuestros centros de reciclaje centralizados (porcentaje medio ponderado de cada dispositivo que se recicla)

Liderar con un propósito



“La claridad de propósitos es esencial, tanto para las partes interesadas externas como para la alineación interna. La declaración de propósitos, Statement of Purpose, de PMI reafirma el compromiso de nuestra empresa de ofrecer un futuro sin humo y expone nuestro modelo de negocio único y nuestra propuesta de valor”.

Carta del presidente ejecutivo

La principal responsabilidad del Consejo de Administración es respaldar el éxito a largo plazo de la empresa, conforme a su deber estatutario para con los accionistas. El año pasado, el Consejo de Administración de PMI emitió una declaración de propósitos corporativa que reconocía la importancia de centrarse en las principales partes interesadas para la transformación de la empresa.

El propósito de una compañía es mucho más que la razón por la que está en el negocio. La claridad del propósito es esencial tanto para las partes interesadas externas como para la alineación interna. La declaración de propósitos, Statement of Purpose, de PMI reafirma el compromiso de nuestra empresa de ofrecer un futuro sin humo y expone un modelo de negocio único y una propuesta de valor: Concentrar sin tregua nuestros recursos en la sustitución de los cigarrillos por mejores alternativas. La declaración explica cómo estamos alterando nuestro negocio desde dentro, liderando la industria hacia un futuro sin cigarrillos, reconociendo a las partes interesadas y asegurando el éxito a largo plazo de nuestra empresa.

Más concretamente, pretendemos acelerar el descenso del hábito de fumar más allá de lo que se podría conseguir con las medidas tradicionales de control del tabaco. Estamos convencidos de que con el estímulo normativo adecuado y el apoyo a los productos sin humo por parte de los gobiernos y la sociedad civil, la venta de cigarrillos puede terminar en un plazo de 10 a 15 años en muchos países.

Consideramos que el aumento del valor para el accionista ya no es aceptable como único propósito para una empresa. Aunque nuestro Consejo debe ejercer sus deberes fiduciarios en lo que respecta a la supervisión de los resultados financieros de la empresa, también reconoce la importancia de crear valor para un grupo diverso de partes interesadas, incluidos los empleados, los clientes, los proveedores y las

comunidades. Para encontrar el equilibrio adecuado, nuestro Consejo de Administración y la Dirección de la empresa colaboran estrechamente para tomar decisiones informadas y evaluar el modo en que PMI gestiona los riesgos y las oportunidades asociados al negocio con el fin de apoyar la creación de valor a largo plazo. El devastador impacto de la COVID-19 en las sociedades y economías en 2020 intensificó el debate en torno al propósito de las empresas.

Los inversores también están redefiniendo la forma de integrar los ASG y el impacto de las empresas en la sociedad y el medioambiente. Tal como afirmó la presidenta en funciones de la Comisión de Valores de los Estados Unidos, Allison Herren Lee, recientemente: “Lo que comenzó hace muchos años como la llamada inversión de “impacto”, es decir, invertir específicamente con el fin de apoyar resultados positivos en determinados objetivos ambientales, sociales o de gobierno (ASG), ha crecido. Hoy en día, además de la inversión de impacto, los riesgos y los criterios ASG se utilizan para apoyar una serie de estrategias de inversión sostenible, como las estrategias de inclusión y exclusión. Pero, significativamente, los riesgos y criterios ASG suelen ser la base de los análisis de inversión tradicionales diseñados para maximizar el rendimiento ajustado al riesgo de las inversiones de todo tipo. Representan una estrategia básica de gestión del riesgo para la creación de catálogo”.¹

El aumento de los informes ASG no ha hecho más que empezar. Mientras el mercado siga organizándose en torno al análisis del riesgo y la divulgación de los estándares y métodos, el alcance de la supervisión de estas áreas por parte de nuestro Consejo seguirá aumentando. El Consejo considera la sostenibilidad como una parte integral de la estrategia empresarial de nuestra compañía y es consciente de las oportunidades que ofrece.

En el ámbito de gobierno, el anclaje de las prioridades de sostenibilidad en las responsabilidades ejecutivas ayuda a garantizar que nuestra estrategia esté integrada en nuestras operaciones diarias. En línea con nuestro propósito, estamos trabajando para integrar perfectamente numerosas cuestiones ASG en la cultura corporativa, la estrategia empresarial y los planes de compensación de los ejecutivos. Nuestro objetivo es mejorar continuamente los resultados e impulsar avances significativos y cuantificables hacia unos objetivos y aspiraciones, todo ello comunicado a través de informes y divulgación abiertos y claros. Somos conscientes de la necesidad esencial de seguir construyendo la legitimidad y la confianza necesarias para lograr un futuro sin humo.

Las principales partes interesadas de PMI son fundamentales para el propósito de nuestra empresa y pueden acelerar el ritmo de su consecución. Este Informe integrado de 2020 pretende responder a las demandas por parte de las partes interesadas de tener una información más transparente, comparable y fiable sobre nuestros riesgos y resultados en materia de ASG.

André Calantzopoulos
Presidente ejecutivo

[Leer la declaración de propósitos, PMI's Statement of Purpose](#)

Impulsar juntos el cambio



Carta del director ejecutivo

La sostenibilidad es el núcleo de la transformación de nuestra empresa, que se basa en un profundo sentido de propósito para crear valor para nuestros accionistas y otras partes interesadas. Nuestra estrategia se basa en cuatro pilares, que dictan lo que producimos, cómo operamos y cómo gestionamos nuestro impacto social y medioambiental.

Estoy muy orgulloso de los logros que conseguimos en 2020, que son aún más notables debido a las circunstancias sin precedentes del año. Hemos sido testigos de lo que se puede conseguir cuando cerca de 71.000 empleados de todo el mundo aportan cada día su trabajo duro, su dedicación, sus perspectivas, sus habilidades y su pasión para ayudarnos a alcanzar nuestros objetivos.

En 2020, nos hemos centrado sin descanso en la transformación de nuestro negocio, dedicando un 99% de la investigación y desarrollo y un 76% del gasto

comercial a los productos sin humo. En julio de 2020, la Administración de Alimentos y Medicamentos de EE. UU. autorizó la comercialización de una versión de IQOS como producto de tabaco de riesgo modificado. Es el único producto electrónico de nicotina inhalable que ha recibido dicha autorización hasta la fecha. Esto marca un hito histórico para nuestra empresa y supone una gran oportunidad para mejorar la salud pública.

Cinco años después de que PMI anunciara públicamente su visión de sustituir los cigarrillos por alternativas menos nocivas, nuestros esfuerzos e inversiones están dando buenos resultados. En 2020, los productos sin humo representaron cerca del 24% de nuestros ingresos netos totales, y a finales de año se calcula que 12,7 millones de adultos ya se habían pasado a IQOS y habían dejado de fumar. La fuerte posición de nuestro negocio sin humo nos ha permitido aumentar nuestra ambición. Desde el punto de vista de los ingresos netos, nuestro objetivo es convertirnos en una empresa predominantemente de productos sin humo para 2025.

También hemos logrado avances significativos en los demás pilares de nuestra estrategia. Con la introducción el año pasado del producto de vapor electrónico IQOS VEEV en Nueva Zelanda, iniciamos el camino hacia el objetivo de que el 100% de los dispositivos electrónicos sin humo de PMI introducidos en el mercado estén equipados con tecnología de verificación de la edad a partir de 2023. A lo largo del año, también realizamos evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos en dos países —una de ellas en formato virtual— y estamos en camino de cubrir nuestros 10 mercados de mayor riesgo para 2025.

En cuanto a nuestros empleados, nuestra clara prioridad en 2020 fue seguir protegiendo su salud, seguridad y bienestar. Como empresa, respondimos pronto y con rapidez a la crisis de la COVID-19, adoptando medidas en una serie de ámbitos para prevenir la propagación de la infección, mantener las operaciones y apoyar no solo a nuestros empleados y sus familias, sino también a las comunidades en las que operamos.

En noviembre de 2020, el director general (CEO, Chief Executive Officer) de PMI firmó la iniciativa The Valuable 500, que compromete a PMI a crear un espacio acogedor para los empleados que se enfrentan a retos de salud física y mental. Seguimos esforzándonos por conseguir un lugar de trabajo más diverso, equitativo e inclusivo, siempre conscientes de que se puede seguir progresando.

En nuestra cadena de suministro de tabaco, logramos importantes objetivos del programa de Prácticas de Trabajo Agrícolas, reforzamos el seguimiento y establecimos estrategias adicionales para promover unos ingresos dignos para nuestros agricultores contratados. Contemplamos el aumento de los salarios como un medio para evitar los abusos laborales y otros problemas sociales.

También hemos seguido liderando la sostenibilidad medioambiental. En 2020, CDP otorgó a PMI una calificación de “triple A” por nuestros esfuerzos para combatir el cambio climático y proteger los bosques y la seguridad del agua. Hemos seguido reduciendo las emisiones de carbono de las operaciones y de la cadena de valor, guiados por nuestros objetivos revisados y basados en la ciencia, y estamos bien encaminados para alcanzar nuestros objetivos con respecto a la neutralidad del carbono.

De cara al futuro, seguiremos actuando de forma responsable y nos esforzaremos por aportar valor, no sólo para nuestros accionistas, empleados y consumidores, sino también para la sociedad y el planeta.

PMI se compromete a servir como agente de cambio y defensor de los valores positivos. Estamos convencidos de que nuestra empresa debe convertirse en un proveedor de soluciones eficaces. La innovación y la inclusión son la clave para resolver nuestros retos, ya sean relacionados con la reducción del daño producido por el tabaco, la sostenibilidad medioambiental o la equidad. Para acelerar nuestro progreso, debemos situarnos a la vanguardia de la tecnología, la ciencia y la innovación centradas en el consumidor. Como parte de esa visión, nos basaremos en las capacidades científicas únicas de PMI para desarrollar productos y servicios que vayan más allá de la nicotina. Aspiramos a conseguir al menos 1.000 millones de USD de ingresos procedentes de estas fuentes para 2025.

Siempre vamos a tener detractores y valoraremos sus retos constructivos. Nos hemos comprometido a entablar con ellos un diálogo bidireccional, franco y transparente, señalando las medidas que estamos adoptando para responder a sus preocupaciones y solicitando sus comentarios sobre cómo podemos mejorar para alcanzar nuestros objetivos. Los datos y los hechos son la base de un diálogo y un compromiso constructivos.

Dejaremos que nuestros actos hablen más que nuestras palabras. Es igualmente importante que abordemos las legítimas preocupaciones de las partes interesadas mientras aplicamos la estrategia de transformación. No podemos hacer que los cigarrillos queden obsoletos sin crear coaliciones de apoyo para un futuro sin humo.

Como nuevo director ejecutivo (CEO, Chief Executive Officer) de PMI, presento este informe con orgullo por lo que ya hemos logrado, pero con un profundo reconocimiento del inmenso trabajo que tenemos por delante. Transformar nuestra cadena de valor significa aventurarse en territorios inexplorados, cada uno de ellos con nuevos retos.

Hace cinco años, nos propusimos crear un nuevo futuro para PMI —un futuro en el que los cigarrillos fueran sustituidos por alternativas menos dañinas y con base científica—, centrándonos en la reducción del impacto negativo de nuestros productos en la salud de los consumidores. Más allá de esto, entendemos la necesidad de abordar las implicaciones medioambientales y sociales de nuestros productos, incluso a través de los principios de circularidad y diseño ecológico, así como un compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión.

La estrategia de sostenibilidad es una estrategia corporativa. Las cuestiones ASG son cuestiones empresariales. Esto es lo que queremos destacar a través de nuestro informe integrado. Esperamos que sea una ventana a nuestro presente, así como al futuro mejor que imaginamos. También esperamos que suscite un diálogo con quienes pueden ayudar a acelerar el ritmo del cambio.

Les invito cordialmente a que compartan sus comentarios, a que cuestionen, a que desafíen y, sobre todo, a que se comprometan con nosotros mientras seguimos centrados en hacer de nuestra empresa una empresa centrada en la sostenibilidad y en un propósito superior.

Jacek Olczak
Director ejecutivo

Una visión global de la respuesta de PMI a la COVID-19 en 2020

Durante el año 2020, nuestra empresa se enfrentó a los retos financieros y operativos de una pandemia mundial, al tiempo que trabajaba para proteger la salud y la seguridad de nuestro personal y atender las necesidades de los consumidores, los socios comerciales y los proveedores.

Dado el impacto que la COVID-19 ha tenido en nuestras vidas, empresas y cadena de valor, destacamos a lo largo de este informe los casos en los que la pandemia afectó directamente a nuestros esfuerzos de sostenibilidad y describimos cómo ajustamos nuestro trabajo en respuesta. Para la mayoría de los temas de sostenibilidad que consideramos prioritarios, se puede encontrar una subsección "Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades en 2020" en "Progreso en 2020".

En términos generales, PMI actuó con prontitud y rapidez para responder a la crisis, tomando medidas para evitar la propagación de la infección, proteger al personal, mantener las operaciones y apoyar a las comunidades en las que operamos. Establecimos un equipo global centralizado para coordinar nuestra respuesta, apoyado por equipos locales creados por nuestras filiales y funciones globales. Este enfoque de "equipo de equipos" ha garantizado que la respuesta que proporcionemos sea pertinente a nivel local y coherente a nivel mundial.

Nuestro enfoque se ha guiado por la ciencia y los hechos, y se basa en los siguientes cinco principios:

- **Las personas son lo primero:** La seguridad de nuestro personal es nuestra principal preocupación.
- **Decisiones locales, consistentes a nivel global:** Las decisiones deben basarse en un profundo conocimiento de la situación local y aplicarse de forma consistente en toda la organización.
- **Distanciamiento físico:** La palanca más poderosa de la que podemos tirar para evitar la transmisión.
- **Promover un nuevo equilibrio:** Apoyar las nuevas formas de trabajo y a los compañeros que se enfrentan a retos.
- **Prepararse para el largo plazo:** Asegurarnos de que estamos preparados para los cambios de circunstancias.

La comunicación clara y frecuente con los empleados y las partes interesadas a lo largo de este periodo ha sido esencial.

Nuestros empleados >

Nuestros socios comerciales y proveedores >

Nuestros consumidores >

Nuestras comunidades >

Readaptar nuestra cadena de valor

Un valor importante derivado de la transformación de nuestra empresa es la posibilidad de aprovechar las nuevas capacidades con las que contamos para ayudar a combatir la pandemia. En Suiza, los equipos científicos en nuestro centro de I+D de Neuchâtel ayudaron a los hospitales locales a analizar las muestras de las pruebas de COVID-19 cuando los recursos locales no pudieron satisfacer la demanda. Readaptamos

temporalmente las líneas de producción de nuestras fábricas de Brasil, Indonesia, Países Bajos, Polonia y Suiza para producir miles de litros de desinfectante de manos, que donamos a las comunidades locales, a nuestros empleados y a sus familias. Nuestra afiliada en Brasil también ofreció 10 vehículos de nuestra flota (con conductor) para distribuir equipos de higiene COVID-19 proporcionados por el municipio en toda São Paulo, la ciudad con el mayor número de infecciones.

ESTUDIO DE CASO

Readaptación de nuestras capacidades científicas y fomento de la colaboración entre las múltiples partes interesadas en Suiza

Nuestros conocimientos sobre la ciencia de los aerosoles y las capacidades de ensayo han permitido a nuestros científicos en Suiza aportar su experiencia relacionada con la mitigación de la propagación de la COVID-19. En respuesta a la crítica escasez de mascarillas de protección al comienzo de la pandemia, el equipo convocó a mediadores de marzo a un consorcio de expertos internos y asociados para desarrollar una mascarilla reutilizable de alto rendimiento.



Científicos del centro de I+D de PMI en Neuchâtel, Suiza

Leer el estudio de caso

Una visión global de la respuesta de PMI a la COVID-19

Durante el año 2020, nuestra empresa se enfrentó a los desafíos operativos de una pandemia mundial, al tiempo que buscamos proteger la salud y la seguridad de nuestro personal y satisfacer las necesidades de los consumidores, los socios y las comunidades.

Dado el impacto que la COVID-19 ha tenido en nuestras vidas, empresas y cadena de valor, destacamos a lo largo de este informe los casos en los que la pandemia afectó directamente a nuestros esfuerzos de sostenibilidad y describimos cómo ajustamos nuestro trabajo en respuesta. Para la mayoría de los temas de sostenibilidad que consideramos prioritarios, se puede encontrar una subsección "Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades en 2020" en "Progreso en 2020".

En términos generales, PMI actuó con prontitud y rapidez para responder a la crisis, tomando medidas para evitar la propagación de la infección, proteger al personal, mantener las operaciones y apoyar a las comunidades en las que operamos. Establecimos un equipo global centralizado para coordinar nuestra respuesta, apoyado por equipos locales creados por nuestras filiales y funciones globales. Este enfoque de "equipo de equipos" ha garantizado que la respuesta que proporcionemos sea pertinente a nivel local y coherente a nivel mundial.

Nuestro compromiso con la sostenibilidad se ha fortalecido a lo largo del tiempo. Hemos trabajado para mejorar nuestra eficiencia y reducir nuestro impacto ambiental. Hemos implementado programas de sostenibilidad que nos permiten ser más responsables con el medio ambiente y con las personas con las que trabajamos. Hemos trabajado para mejorar nuestra eficiencia y reducir nuestro impacto ambiental. Hemos implementado programas de sostenibilidad que nos permiten ser más responsables con el medio ambiente y con las personas con las que trabajamos.

Una visión global de la respuesta de PMI a la COVID-19 en 2020

Nuestros empleados



La preocupación por la seguridad de nuestro personal ha sustentado nuestra respuesta a la pandemia.

El 9 de abril de 2020, anunciamos nuestro compromiso como empresa con la seguridad laboral y la tranquilidad de nuestros empleados. Tras las primeras experiencias adquiridas respecto a la pandemia y siguiendo la dinámica de la crisis a nivel local, decidimos levantar los principios de empleo en diferentes momentos para diferentes mercados.

[Leer más: Condiciones de trabajo justas](#)

Además, aplicamos varias medidas para proteger a nuestros empleados, como limitar los viajes y las reuniones, obligar a trabajar desde casa cuando sea posible, adaptar nuestras instalaciones y formas de trabajo para permitir el distanciamiento físico, proporcionar equipos de protección personal y ofrecer pruebas. Además, hemos puesto en marcha plataformas de comunicación interna para garantizar que los empleados tengan acceso a información clara, objetiva y relevante y a formas de conectarse, incluso a distancia.

[Leer más: Salud, seguridad y bienestar de los empleados](#)



Personal de seguridad tomando la temperatura de un empleado de PMI como parte de las medidas del protocolo de seguridad COVID-19 en la afiliada indonesia de PMI, Sampoerna

[Leer el estudio de caso](#)



Científicos del centro de I+D de PMI en Neuchâtel, Suiza

Una visión global de la respuesta de PMI a la COVID-19

Durante el año 2020, nuestra empresa se enfrentó a los operativos de una pandemia mundial, al tiempo que buscamos proteger la salud y la seguridad de nuestro personal y satisfacer las necesidades de los consumidores, los socios comerciales y las comunidades.

Dado el impacto que la COVID-19 ha tenido en nuestras vidas, empresas y cadena de valor, destacamos a lo largo de este informe los casos en los que la pandemia afectó directamente a nuestros esfuerzos de sostenibilidad y describimos cómo ajustamos nuestro trabajo en respuesta. Para la mayoría de los temas de sostenibilidad que consideramos prioritarios, se puede encontrar una subsección "Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades en 2020" en "Progreso en 2020".

En términos generales, PMI actuó con prontitud y rapidez para responder a la crisis, tomando medidas para evitar la propagación de la infección, proteger al personal, mantener las operaciones y apoyar a las comunidades en las que operamos. Establecimos un equipo global centralizado para coordinar nuestra respuesta, apoyado por equipos locales creados por nuestras filiales y funciones globales. Este enfoque de "equipo de equipos" ha garantizado que la respuesta que proporcionemos sea pertinente a nivel local y coherente a nivel mundial.

Una visión global de la respuesta de PMI a la COVID-19 en 2020

Nuestros socios comerciales y proveedores



Nuestros socios comerciales y proveedores

- L
- D
- D
- P
- P

La c

Introdujimos en la cadena de suministro de tabaco medidas relevantes a nivel local para prevenir la infección y la propagación del virus.

[Leer más: Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco](#)

Nuestras afiliadas también prestaron apoyo a nuestros socios minoristas. Por ejemplo, varios de ellos —entre los que se encuentran Francia, Georgia, Grecia, los Países Bajos, Portugal, España, el Reino Unido y Vietnam— proporcionaron a los estancos y tiendas equipos de protección y otros materiales, como guantes, mamparas de plexiglás, carteles y desinfectantes para las manos.



Empleados de PMI en una instalación de compra y control de calidad de tabaco en Misiones, Argentina

Una visión global de la respuesta de PMI a la COVID-19

Durante el año 2020, nuestra empresa se enfrentó a los operativos de una pandemia mundial, al tiempo que buscamos proteger la salud y la seguridad de nuestro personal y satisfacer las necesidades de los consumidores, los socios comerciales y las comunidades.

Dado el impacto que la COVID-19 ha tenido en nuestras vidas, empresas y cadena de valor, destacamos a lo largo de este informe los casos en los que la pandemia afectó directamente a nuestros esfuerzos de sostenibilidad y describimos cómo ajustamos nuestro trabajo en respuesta. Para la mayoría de los temas de sostenibilidad que consideramos prioritarios, se puede encontrar una subsección "Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades en 2020" en "Progreso en 2020".

En términos generales, PMI actuó con prontitud y rapidez para responder a la crisis, tomando medidas para evitar la propagación de la infección, proteger al personal, mantener las operaciones y apoyar a las comunidades en las que operamos. Establecimos un equipo global centralizado para coordinar nuestra respuesta, apoyado por equipos locales creados por nuestras filiales y funciones globales. Este enfoque de "equipo de equipos" ha garantizado que la respuesta que proporcionemos sea pertinente a nivel local y coherente a nivel mundial.

Una visión global de la respuesta de PMI a la COVID-19 en 2020

Nuestros consumidores



Nuestro personal comercial emitió directrices para garantizar que los dispositivos se limpien a fondo y se pongan en cuarentena antes de su reutilización. Aplicamos normas estrictas en nuestras fábricas, con un período mínimo de cuarentena para todos los consumibles, de acuerdo con las últimas pruebas sobre la capacidad de supervivencia del virus emitidas por expertos científicos, como el Centro Europeo para la Prevención y el Control de las Enfermedades y la Universidad Johns Hopkins. Nuestro personal sobre el terreno se adaptó rápidamente a las nuevas formas de trabajo a distancia; cuando no era posible, restringimos la actividad sobre el terreno.

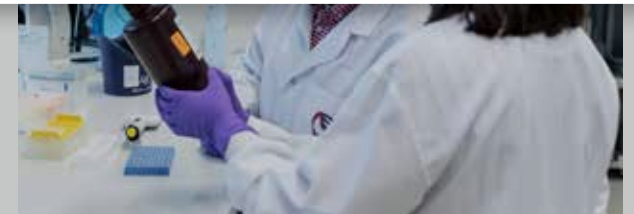
Nuestros equipos comerciales adaptaron rápidamente su forma de trabajar, apoyando a distancia a los consumidores adultos en su viaje hacia una vida sin humo y aprovechando las herramientas digitales que permiten a los clientes comprar nuestros productos sin humo a través de plataformas online o la entrega sin contacto.

[Leer más: Acceso a los productos sin humo y Prácticas de marketing y ventas responsables](#)



Un coach de IQOS y un cliente en una tienda de IQOS en Roma, Italia

el equipo convocó a mediados de marzo a un consorcio de expertos internos y asociados para desarrollar una mascarilla reutilizable de alto rendimiento.



Científicos del centro de I+D de PMI en Neuchâtel, Suiza

[Leer el estudio de caso](#)

Una visión global de la respuesta de PMI a la COVID-19

Durante el año 2020, nuestra empresa se enfrentó a los operativos de una pandemia mundial, al tiempo que buscamos proteger la salud y la seguridad de nuestro personal y satisfacer las necesidades de los consumidores, los socios y las comunidades.

Dado el impacto que la COVID-19 ha tenido en nuestras vidas, empresas y cadena de valor, destacamos a lo largo de este informe los casos en los que la pandemia afectó directamente a nuestros esfuerzos de sostenibilidad y describimos cómo ajustamos nuestro trabajo en respuesta. Para la mayoría de los temas de sostenibilidad que consideramos prioritarios, se puede encontrar una subsección "Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades en 2020" en "Progreso en 2020".

En términos generales, PMI actuó con prontitud y rapidez para responder a la crisis, tomando medidas para evitar la propagación de la infección, proteger al personal, mantener las operaciones y apoyar a las comunidades en las que operamos. Establecimos un equipo global centralizado para coordinar nuestra respuesta, apoyado por equipos locales creados por nuestras filiales y funciones globales. Este enfoque de "equipo de equipos" ha garantizado que la respuesta que proporcionemos sea pertinente a nivel local y coherente a nivel mundial.

Nuestro compromiso con las comunidades se refleja en los siguientes puntos:

- L
- D
- D
- P
- P

Una visión global de la respuesta de PMI a la COVID-19 en 2020

Nuestras comunidades



PMI tiene una larga tradición de apoyo a las comunidades en las que estamos presentes, incluida la ayuda en caso de catástrofe. En las circunstancias excepcionales de la pandemia de COVID-19, capacitamos a nuestras afiliadas para que siguieran comprometidas con sus comunidades y participaran en los esfuerzos de emergencia.

A lo largo del año, apoyamos más de 460 iniciativas en 78 países donde viven y trabajan nuestros empleados y donde nos abastecemos de tabaco. A 31 de diciembre de 2020, habíamos aportado más de 38 millones de dólares en contribuciones monetarias y en especie por valor. Llevados a cabo con frecuencia como respuesta a las peticiones de ayuda de las autoridades gubernamentales, estos esfuerzos se centraron en aumentar la capacidad de respuesta médica local (por ejemplo, proporcionando equipos y suministros de emergencia), suministrando EPI y ofreciendo apoyo de emergencia a grupos especialmente vulnerables. Nuestro personal en todo el mundo complementó estos esfuerzos aportando recursos, habilidades, compasión y tiempo.

[Leer más: Apoyo de la comunidad](#)



Diversificación de cultivos en Gunung Kidul, Indonesia

Nuestra huella en el mundo

>175

Mercados en los que se venden nuestros cigarrillos

64

Mercados en los que está a la venta nuestro producto IQOS de calentamiento sin combustión

70.849

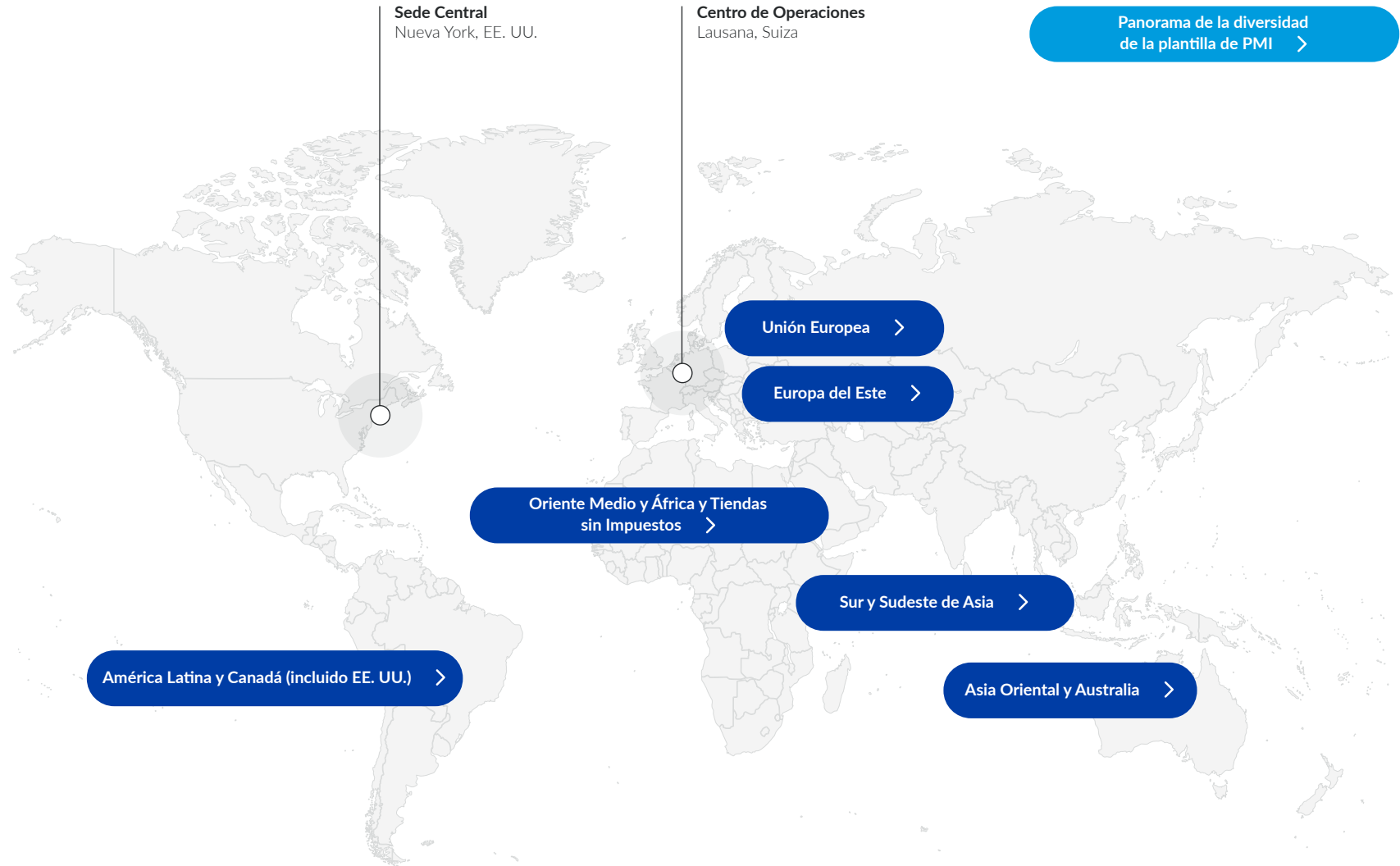
Empleados en todo el mundo, de los cuales el 41,7% son mujeres

39

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI, de las cuales 8 están parcial o totalmente dedicadas a la producción de productos sin humo

285.900

Agricultores contratados que suministran tabaco a PMI, ubicados en 23 países

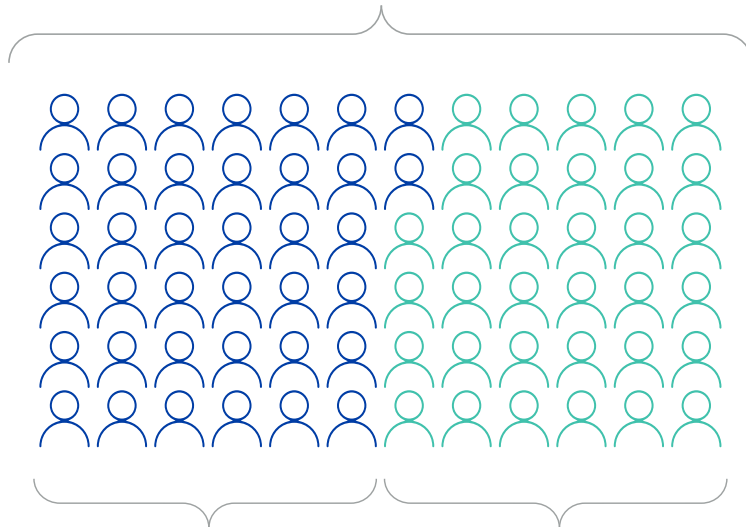


Nuestra huella en el mundo

Panorama de la diversidad de la plantilla de PMI

70.849

Total empleados



58,3%

Hombres

41,7%

Mujeres

Cinco nacionalidades principales

Indonesia Polaca Filipina Rusa Italiana

Líderes de alto nivel



Cinco nacionalidades principales

Americana **10%** Suiza **10%** Alemana **9%** Italiana **7%** Británica **7%**

Directores



Cinco nacionalidades principales

Indonesia **8%** Polaca **7%** Rusa **7%** Suiza **6%** Italiana **4%**

Gerentes



Niveles no directivos



29,4%
Mujeres en puestos de responsabilidad (en vías de alcanzar nuestro objetivo del 32% para 2023)

37,2%
Cargos directivos ostentados por mujeres (en vías de alcanzar nuestro objetivo del 40% para 2022)

Desglose por género en los niveles de dirección: más del 95 por ciento de nuestros empleados. Para ver las definiciones, por favor consulte el [glosario](#)

Nuestra huella en el mundo

>175

Mercados en los que se venden nuestros cigarrillos

64

Mercados en los que está a la venta nuestro producto IQOS de calentamiento sin combustión

70.849

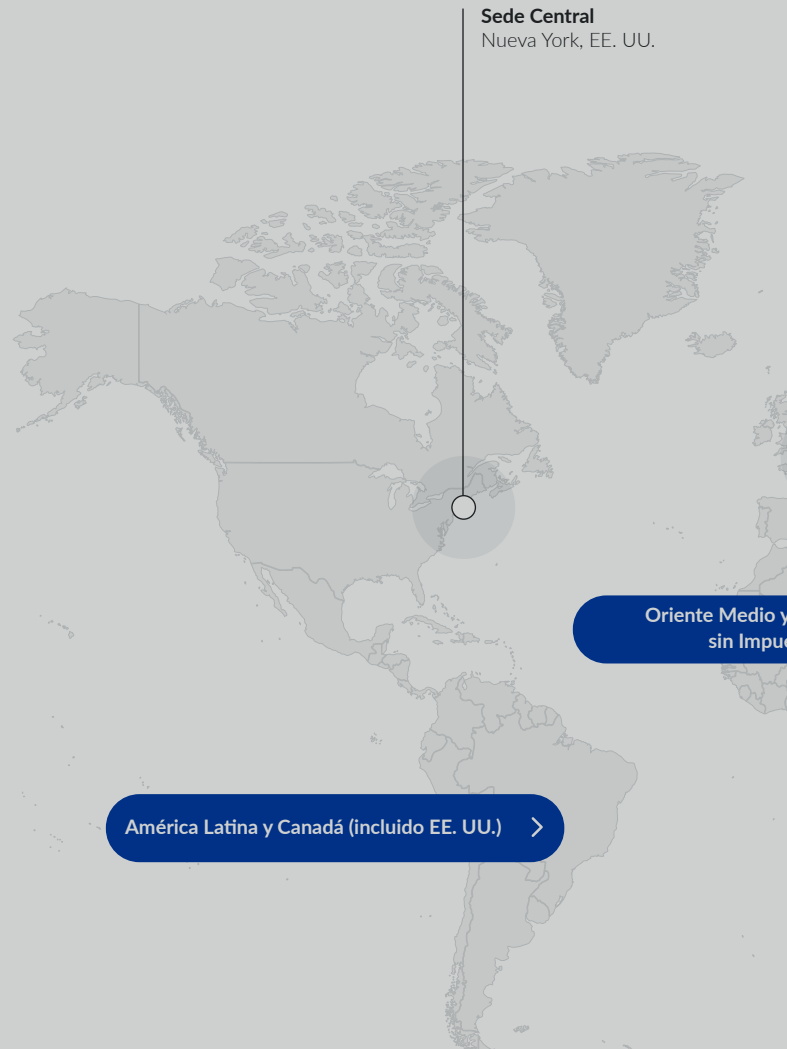
Empleados en todo el mundo, de los cuales el 41,7% son mujeres

39

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI, de las cuales 8 están parcial o totalmente dedicadas a la producción de productos sin humo

285.900

Agricultores contratados que suministran tabaco a PMI, ubicados en 23 países



Europa del Este



33%

Ingresos netos (sin humo/total)



5

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI



Nuestra huella en el mundo

>175

Mercados en los que se venden nuestros cigarrillos

64

Mercados en los que está a la venta nuestro producto IQOS de calentamiento sin combustión

70.849

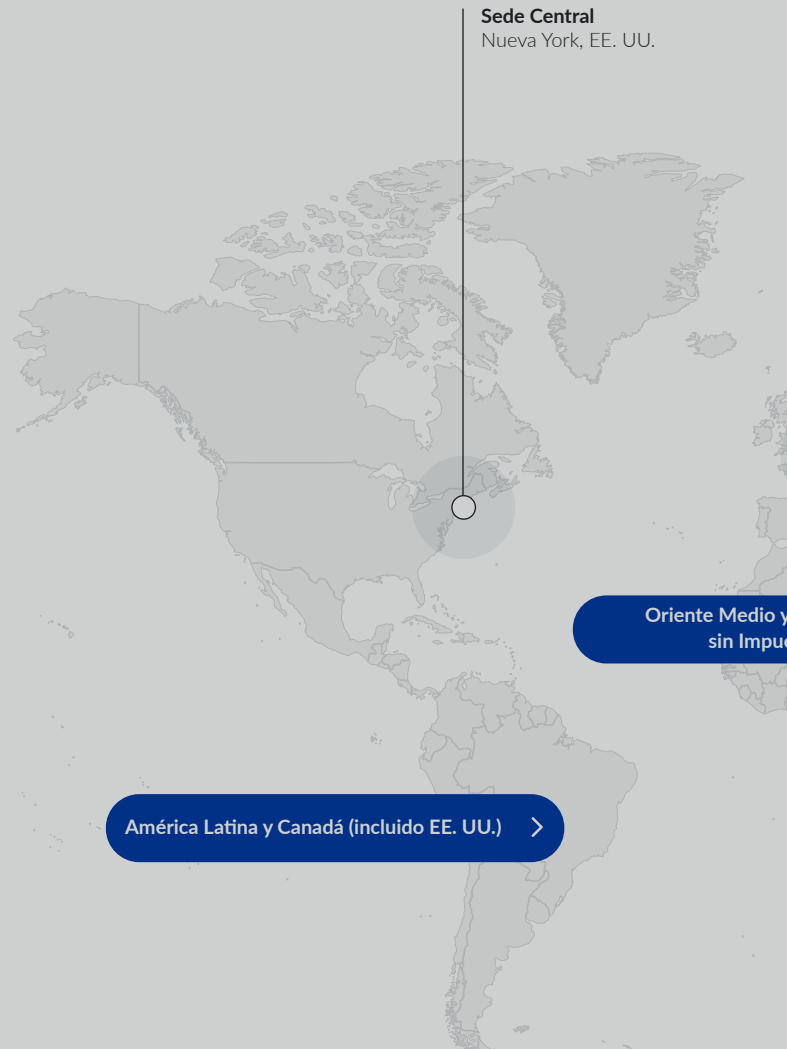
Empleados en todo el mundo, de los cuales el 41,7% son mujeres

39

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI, de las cuales 8 están parcial o totalmente dedicadas a la producción de productos sin humo

285.900

Agricultores contratados que suministran tabaco a PMI, ubicados en 23 países



Unión Europea



25%

Ingresos netos (sin humo/total)



12

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI



Nuestra huella en el mundo

>175

Mercados en los que se venden nuestros cigarrillos

64

Mercados en los que está a la venta nuestro producto IQOS de calentamiento sin combustión

70.849

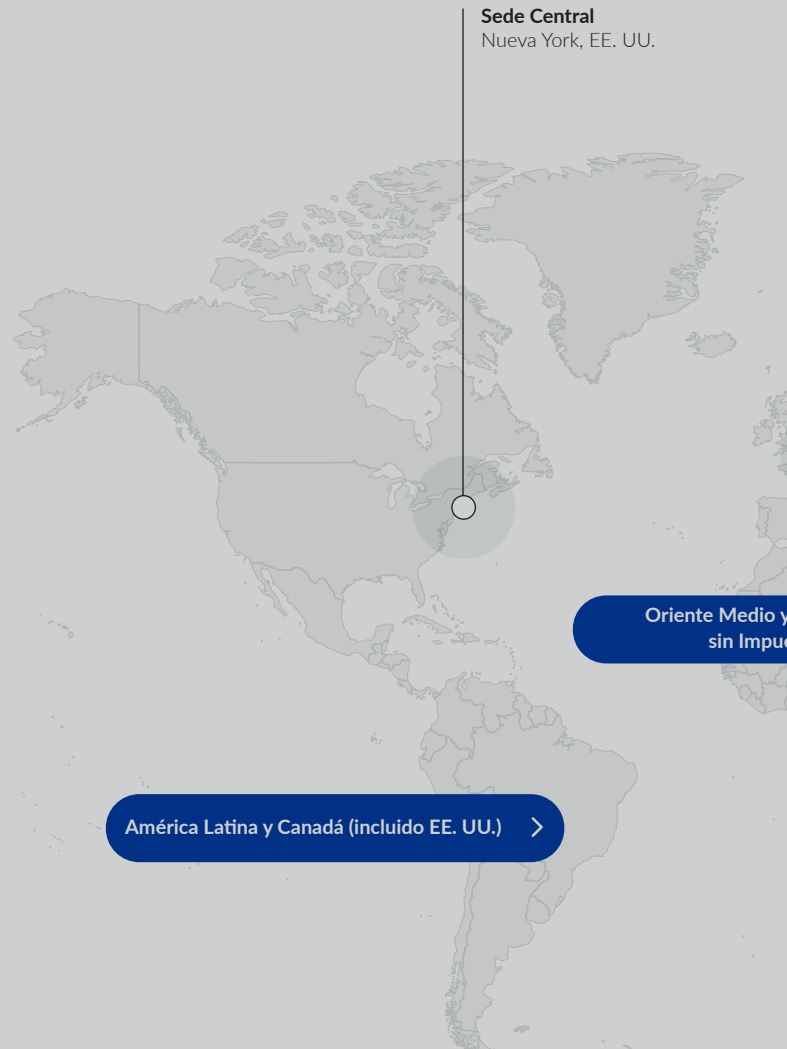
Empleados en todo el mundo, de los cuales el 41,7% son mujeres

39

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI, de las cuales 8 están parcial o totalmente dedicadas a la producción de productos sin humo

285.900

Agricultores contratados que suministran tabaco a PMI, ubicados en 23 países

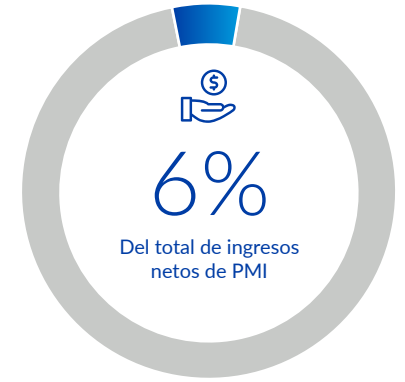


América Latina y Canadá (incluido EE. UU.)



2%

Ingresos netos (sin humo/total)



6%
Del total de ingresos netos de PMI



7

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI



11%
Del total de la plantilla de PMI

Nuestra huella en el mundo

>175

Mercados en los que se venden nuestros cigarrillos

64

Mercados en los que está a la venta nuestro producto IQOS de calentamiento sin combustión

70.849

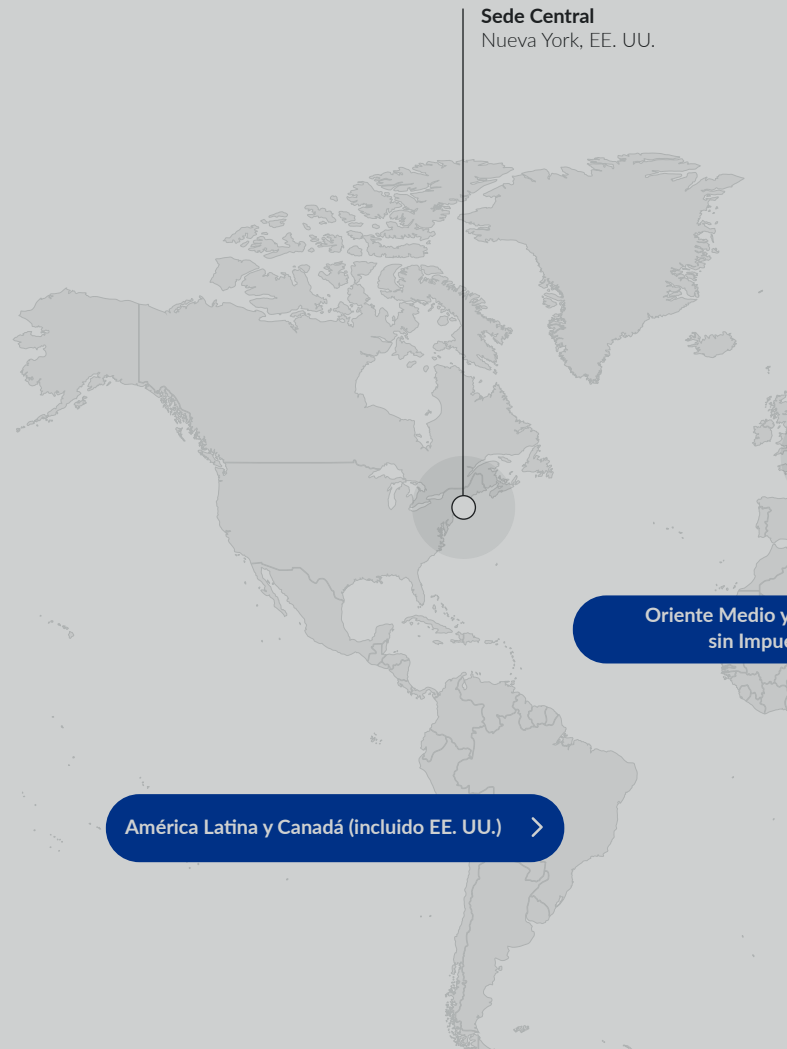
Empleados en todo el mundo, de los cuales el 41,7% son mujeres

39

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI, de las cuales 8 están parcial o totalmente dedicadas a la producción de productos sin humo

285.900

Agricultores contratados que suministran tabaco a PMI, ubicados en 23 países



Oriente Medio y África y Tiendas sin Impuestos



2%

Ingresos netos (sin humo/total)



11%

Del total de ingresos netos de PMI



4

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI



5%

Del total de la plantilla de PMI

Nuestra huella en el mundo

>175

Mercados en los que se venden nuestros cigarrillos

64

Mercados en los que está a la venta nuestro producto IQOS de calentamiento sin combustión

70.849

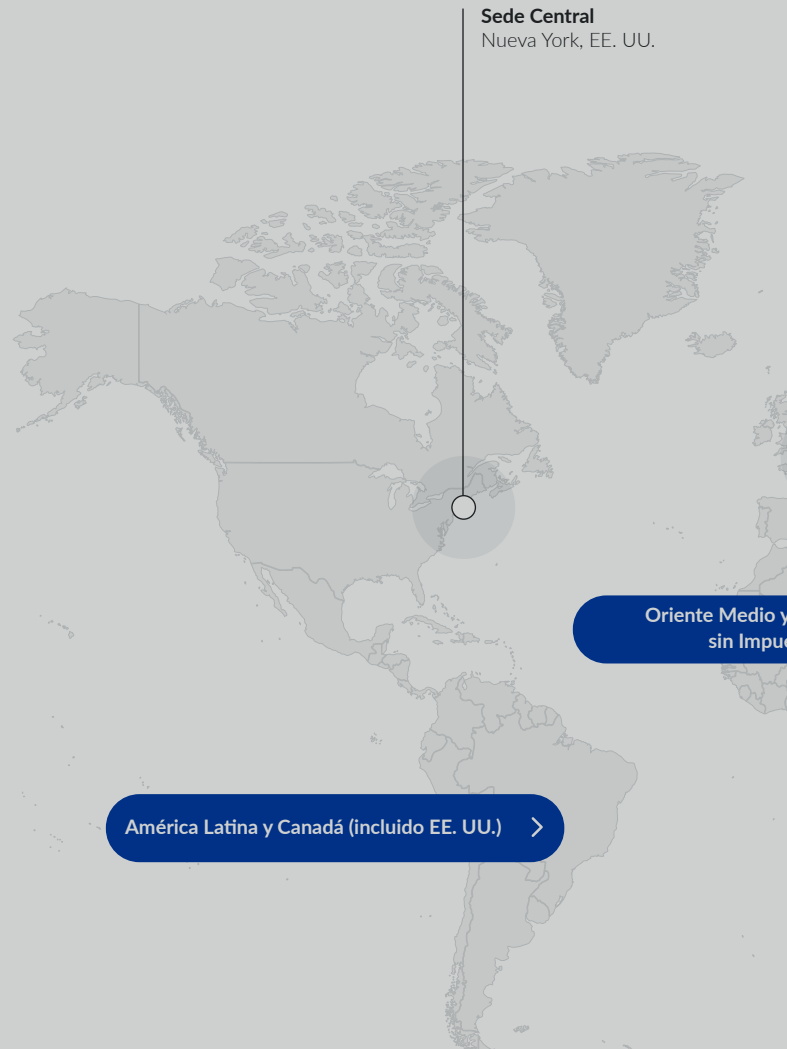
Empleados en todo el mundo, de los cuales el 41,7% son mujeres

39

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI, de las cuales 8 están parcial o totalmente dedicadas a la producción de productos sin humo

285.900

Agricultores contratados que suministran tabaco a PMI, ubicados en 23 países



Sur y Sudeste de Asia



<1%

Ingresos netos (sin humo/total)



15%

Del total de ingresos netos de PMI



9

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI



40%

Del total de la plantilla de PMI

Nuestra huella en el mundo

>175

Mercados en los que se venden nuestros cigarrillos

64

Mercados en los que está a la venta nuestro producto IQOS de calentamiento sin combustión

70.849

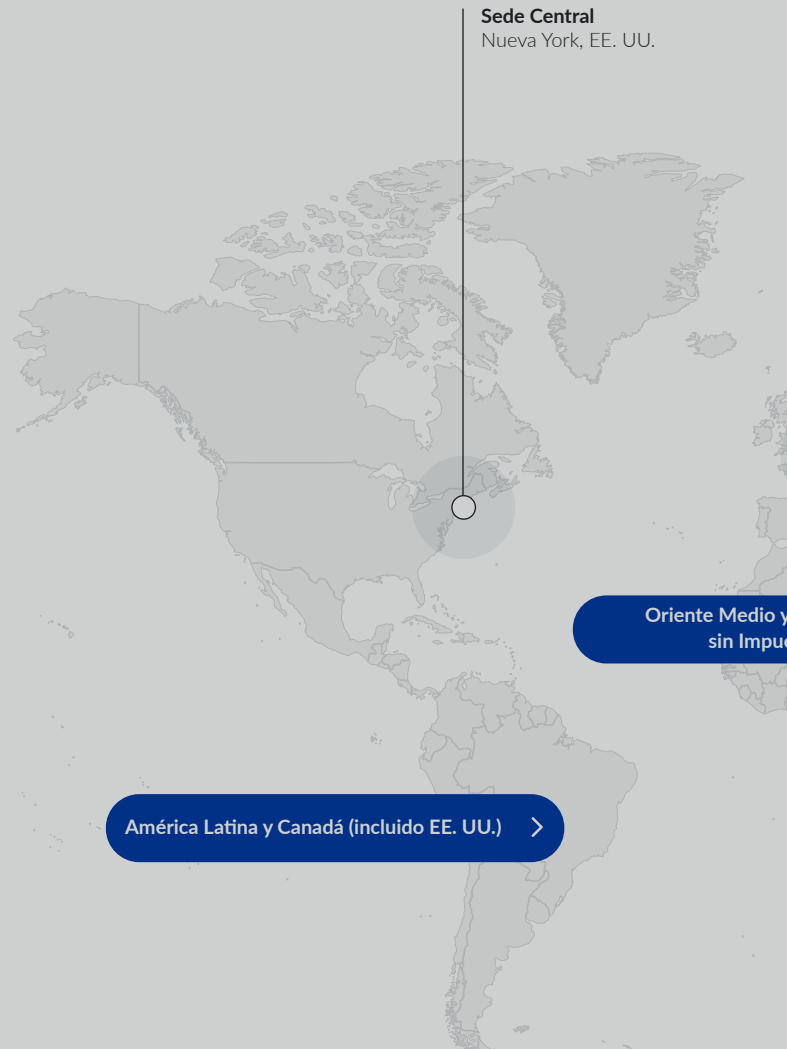
Empleados en todo el mundo, de los cuales el 41,7% son mujeres

39

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI, de las cuales 8 están parcial o totalmente dedicadas a la producción de productos sin humo

285.900

Agricultores contratados que suministran tabaco a PMI, ubicados en 23 países



Asia Oriental y Australia



55%

Ingresos netos (sin humo/total)



2

Instalaciones de fabricación propiedad de PMI



Transformar nuestro negocio

En 2016, establecimos un nuevo rumbo para la empresa, apostando por nuestro futuro en la sustitución de los cigarrillos por alternativas menos dañinas y científicamente probadas.

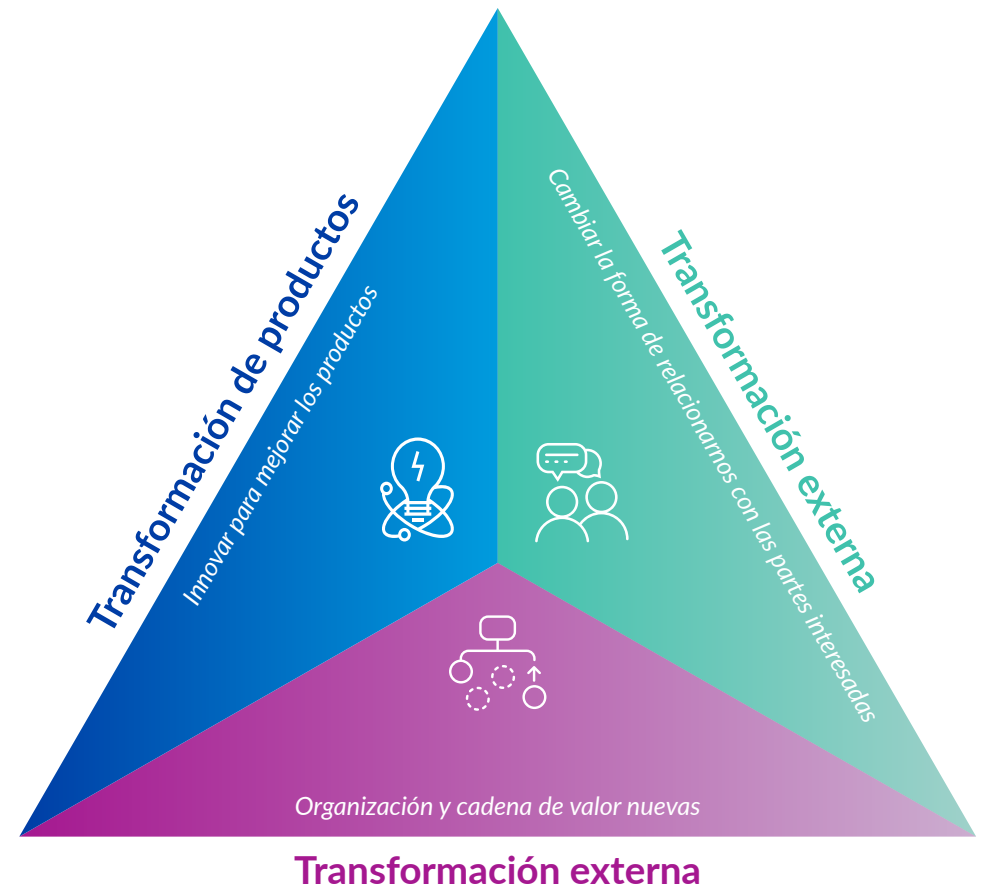
Cinco años después de anunciar nuestra nueva visión, reafirmada por nuestro Consejo de Administración el año pasado cuando presentamos la declaración de propósitos, **Statement of Purpose**, seguimos comprometidos con la aceleración del fin del hábito de fumar. Esto significa no solo transformar nuestra empresa para cumplir dicho propósito, sino también inspirar a la industria tabacalera para que siga nuestro ejemplo. Tenemos como objetivo crear un impacto positivo sostenible que beneficie a nuestra empresa, a los accionistas, a los consumidores y a la sociedad.

Más de mil millones de personas en todo el mundo fumaron cigarrillos u otros productos de tabaco de combustión en 2020 y, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), aproximadamente la misma cantidad de personas fumará en 2025.¹ En PMI, queremos ofrecer alternativas mejores y con base científica para aquellos adultos que, de otro modo, seguirían fumando. Nuestro compromiso está respaldado por un importante programa de I+D y por inversiones significativas y sostenidas en las capacidades de fabricación, comerciales y humanas, así como en la infraestructura necesaria para llevar estas alternativas al mercado.

Hasta la fecha, somos la única empresa dentro de la industria tabacalera internacional tradicional que se ha comprometido a quedar completamente libre de humo, fomentando el cambio total de los fumadores adultos a alternativas mejores que seguir fumando. Y ya hemos conseguido una posición de liderazgo en la categoría de productos sin humo a nivel mundial.

Cumplir nuestro propósito requiere objetivos ambiciosos y una toma de decisiones específica. Pasar de ser una empresa de cigarrillos a liderar en el mundo un negocio sin humo supone algo más que sustituir un producto por otro. Esto requiere una revisión integral de todo nuestro modelo de negocio y nuestra propuesta de valor, que incluye grandes cambios en nuestras operaciones y en la cadena de valor, así como en la forma en que interactuamos con la sociedad.

Transformación del negocio de PMI



¹ Fuente: Informe Mundial de la OMS sobre las Tendencias de la Prevalencia en el Consumo de Tabaco 2000-2025, tercera edición (diciembre de 2019)

Transformar nuestro negocio (continuación)

Transformación de productos: Innovar para mejorar los productos



Aquellas personas que no fuman no deberían empezar a hacerlo. Los que fuman deberían dejar de hacerlo, y los fumadores adultos que de otro modo no dejarían de fumar deberían cambiar a una de las alternativas mejores a los cigarrillos disponibles en la actualidad. Nuestra prioridad es hacer frente a los efectos sobre la salud asociados al hábito de fumar ofreciendo opciones con base científica que han demostrado ser mucho mejores que seguir fumando.

En PMI queremos acelerar el fin del hábito de fumar y, por ello, estamos transformando nuestras operaciones para eliminar los cigarrillos lo antes posible. Estamos convencidos de que todas las empresas tienen la responsabilidad ética y social de abordar y mitigar el impacto negativo de los productos que fabrican y venden.

Francamente, no creemos que baste con ofrecer más opciones de productos de combustión y sin humo a los consumidores. Por el contrario, creemos que el enfoque responsable consiste en orientar y animar a los consumidores a realizar un cambio fundamental de comportamiento pasando de los productos de combustión a las alternativas sin humo, al mismo tiempo que se trabaja con los responsables políticos para garantizar que estos productos acaben sustituyendo a los cigarrillos.

La ciencia y la tecnología son un motor vital de innovación y crecimiento para nuestra empresa, y también son la clave para la reducción del daño producido por el tabaco. Hemos aprovechado los últimos avances científicos para desarrollar mejores alternativas a los cigarrillos, pero eso no es suficiente. Ahora debemos asegurarnos de que los fumadores adultos, que de otro modo no dejarían de fumar, los conozcan y tengan acceso a ellos, para que puedan cambiarse.

Nuestros productos sin humo

Para responder a la variedad de preferencias de los consumidores adultos, hemos desarrollado un enfoque de catálogo que incluye tanto productos que se calientan sin combustión como productos de vapor que contienen nicotina. Nuestro actual catálogo de productos sin humo incorpora cuatro plataformas, todas ellas centradas en la eliminación de la combustión, en distintas fases de desarrollo y comercialización.

En [PMscience.com](https://www.pmscience.com) se encuentra disponible una visión global de nuestras plataformas de productos. Además, en 2021, tenemos previsto ampliar nuestro catálogo y entrar en la categoría de las bolsas de nicotina.

Nuestras plataformas de productos sin humo

[Leer más >](#)

En la actualidad, nuestro principal producto sin humo es uno que se calienta sin combustión y que se comercializaba bajo la marca *IQOS* en 64 mercados a finales de 2020. En la segunda mitad de 2021, tenemos previsto lanzar la siguiente generación de *IQOS*, *IQOS ILUMA*, basada en una nueva tecnología de calentamiento interno que responde a los comentarios que hemos recibido de los consumidores y que se espera que facilite el cambio a los fumadores adultos. En 2020, también comenzamos a comercializar una versión mejorada de nuestro producto de vapor electrónico *IQOS MESH* bajo la marca *IQOS VEEV*. A finales de año, habíamos lanzado *IQOS VEEV* en dos mercados: la República Checa y Nueva Zelanda.



[Leer más: Impacto de los productos en la salud y Acceso a los productos sin humo](#)

Nuestros productos de combustión

Para apoyar nuestra transformación, hemos reasignado una parte importante del gasto comercial de los cigarrillos a los productos sin humo y hemos racionalizado nuestro catálogo de cigarrillos para centrarnos en menos marcas y variantes. En consecuencia, existe una tendencia natural a reducir la cantidad de nuestras unidades de mantenimiento en almacén (SKU) de productos de combustión en todo el mundo y, a la inversa, a aumentar la cantidad de las SKU de los productos sin humo. Más concretamente, nuestra cantidad global de SKU de productos de combustión se redujo en más de un 20% entre 2016 y 2020, mientras que la cantidad de SKU de consumibles sin humo aumentó en más de un 160% durante el mismo período.

No obstante, mantener nuestra posición competitiva en el mercado de los cigarrillos mientras realizamos la transición a nuestro futuro sin humo es fundamental, ya que es lo que mejor nos posiciona para acelerar de forma significativa nuestro viaje hacia una vida sin humo. La amplia infraestructura comercial y de distribución de nuestro negocio de tabaco tradicional proporciona una plataforma eficaz desde la que lanzar nuestros productos sin humo a gran escala. Además, mantener el liderazgo dentro del sector de los cigarrillos durante el período de transición nos permite atraer a más fumadores hacia los beneficios del cambio, especialmente cuando podemos comunicarnos directamente con nuestros consumidores.

Al mismo tiempo que tratamos de seguir siendo competitivos en el sector de los cigarrillos, consideramos cuidadosamente las actividades comerciales necesarias para ello. Nuestras decisiones se basan en el conocimiento de los consumidores y en el cumplimiento de las prácticas de comercialización responsable que evitan el acceso a los jóvenes, y se guían por la siguiente triada: Aquellas personas que no fuman no deberían empezar a hacerlo, los que fuman deberían dejarlo y los que no lo dejan deberían considerar el cambio a alternativas menos dañinas.

Nuestras marcas de cigarrillos son las elegidas por unos 130 millones de consumidores en todo el mundo. Nuestros cigarrillos se venden en más de 175 mercados; en muchos de ellos, ocupan la primera o segunda posición de cuota de mercado. Nuestro catálogo incluye una amplia gama de marcas de primera calidad, de precio medio y de bajo precio, como *Marlboro*, *L&M*, *Chesterfield*, *Philip Morris* y *Parliament*, que se encuentran entre las 15 marcas más populares del mercado internacional de cigarrillos (China y EE. UU. excluidos). *Marlboro* es el cigarrillo internacional más vendido del mundo; en 2020, representó aproximadamente el 37% de nuestro volumen total de envíos de cigarrillos y tuvo una cuota del 9,5% del mercado internacional de cigarrillos.



Centro de investigación de plantas de PMI en Suiza

Transformar nuestro negocio (continuación)

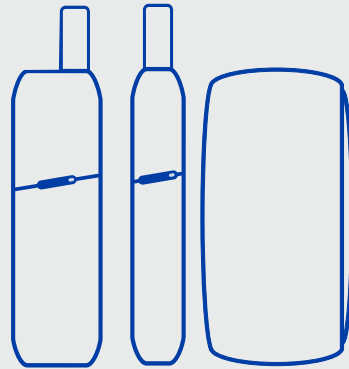
Nuestras plataformas de productos sin humo

Productos de tabaco calentado

Un enfoque para reducir significativamente los niveles de sustancias tóxicas emitidas e inhaladas es calentar el tabaco en lugar de quemarlo. Estos productos se asemejan bastante al sabor, la experiencia sensorial, la satisfacción y el ritual de los cigarrillos. Por lo tanto, estos productos de tabaco calentado tienen el potencial de ser aceptables para aquellos adultos que, de otro modo, seguirían fumando pero están interesados en cambiar a una alternativa mejor.

Plataforma 1

Sistema de calentamiento electrónico de tabaco



Plataforma 2

Productos de tabaco calentado



Productos que contienen nicotina

Otro enfoque para reducir los niveles de sustancias tóxicas emitidas por los nuevos productos es producir un aerosol que contenga nicotina sin utilizar tabaco. Al diseñar con precisión la composición de los componentes que producen el aerosol y las condiciones de generación del mismo, podemos controlar la calidad y consistencia del aerosol resultante. Estas plataformas pueden ser las más adecuadas para los fumadores adultos que no buscan necesariamente el sabor y la experiencia sensorial del tabaco o que ya utilizan productos de vapor electrónico.

Plataforma 3

Producto electrónico sin nicotina



Plataforma 4

Producto de vapor electrónico



Transformar nuestro negocio (continuación)

Transformación interna: Organización y cadena de valor nuevas



Para cumplir nuestro propósito, estamos transformando nuestra empresa y nuestra cadena de valor. La complejidad de nuestra estrategia radica en la gestión simultánea del impacto de dos cadenas de valor: la que estamos abandonando (catálogo de cigarrillos) y a la que nos estamos acercando (catálogo de productos sin humo).

En los últimos años, hemos llevado a cabo una importante reorganización, contratando el talento y las capacidades necesarias para impulsar una transformación con éxito, a la vez que procuramos que nuestros empleados adquieran las habilidades que necesitan para contribuir a nuestra transición empresarial. Hemos incorporado nuevas formas de trabajo para convertirnos en una organización cada vez más digitalizada,

basada en proyectos y centrada en el consumidor, la agilidad y la toma de decisiones basada en datos.

Desde 2008, hemos invertido 8.100 millones de dólares para crear capacidades de investigación científica, desarrollo y tecnología de vanguardia; lanzar un motor comercial apto para nuestros nuevos productos; crear capacidad de fabricación y realizar estudios sobre la comprensión del fumador adulto. Ahora estamos aprovechando esas inversiones para acelerar nuestro camino hacia un futuro sin humo.

Más allá de las propias operaciones, cada paso de nuestra cadena de valor está en transición para servir al propósito de nuestra empresa. Por ejemplo, nuestras compras se extienden ahora a nuevos materiales, como los componentes electrónicos (leer más [aquí](#)). Los productos sin humo difieren de los cigarrillos y suponen cambios para algunos de nuestros socios de la cadena de suministro. Nosotros reconocemos los

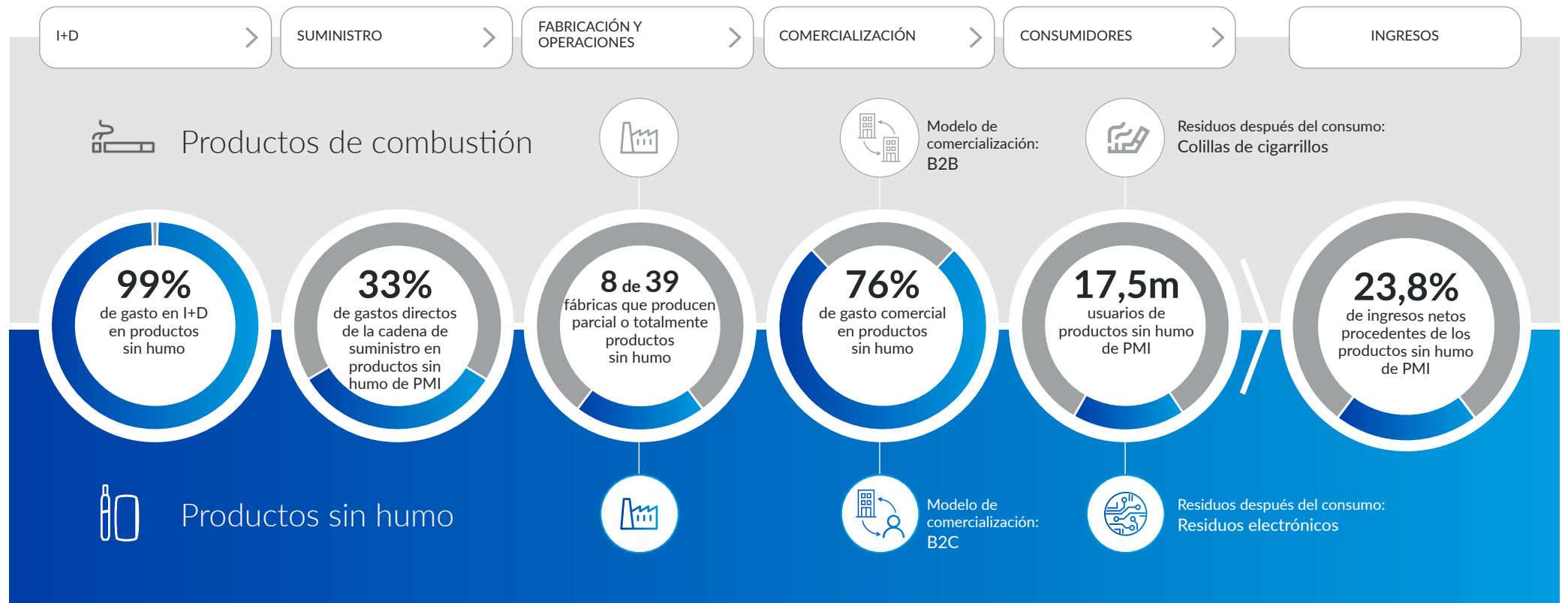
retos que estos cambios suponen para algunos de ellos y les ayudamos activamente a gestionar la transición.

En todos los aspectos de nuestro negocio, estamos cambiando incansablemente los recursos de los cigarrillos por los productos sin humo. Por ejemplo, hemos creado un programa de residuos después del consumo para recuperar y reciclar nuestros dispositivos electrónicos (leer más [aquí](#)).

Una transformación de tal magnitud no se produce de la noche a la mañana y debemos aprovechar los aprendizajes a medida que avanzamos. Aun así, nos comprometemos a hacerlo lo más rápido posible y a gestionar el impacto de nuestras dos cadenas de valor paralelas, cada una con sus propias especificidades.

Economía del tabaco:
Conocer la cadena de valor mundial del tabaco y la nicotina

[Leer más >](#)



Transformar nuestro negocio (continuación)

Transformación interna: Organización y cadenas de valor nuevas

Para cumplir nuestro propósito nuestra empresa y nuestra cadena de valor enfrentamos la complejidad de nuestra estrategia simultánea del impacto de dos mundos que estamos abandonando (catálogo de productos) y el mundo que nos estamos acercando (catálogo de productos sin humo). En los últimos años, hemos llevado a cabo una importante reorganización, con el fin de desarrollar las capacidades necesarias para innovar con éxito, a la vez que procuramos que nuestros empleados adquieran las habilidades necesarias para contribuir a nuestra transición incorporando nuevas formas de organización cada vez más ágiles.

Economía del tabaco: Conocer la cadena de valor mundial del tabaco y la nicotina

Leer más >

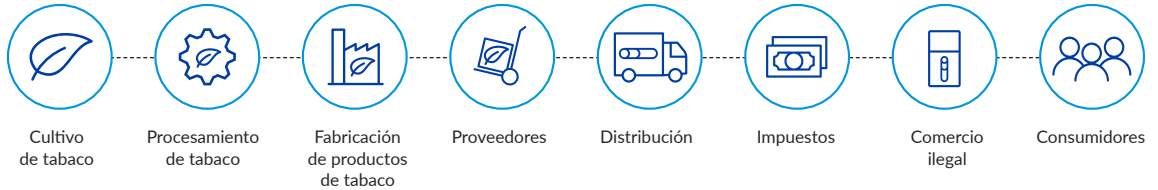
basada en proyectos y centrada en el consumidor, la transformación interna enfrenta los retos que estos cambios suponen para algunos de ellos

Economía del tabaco

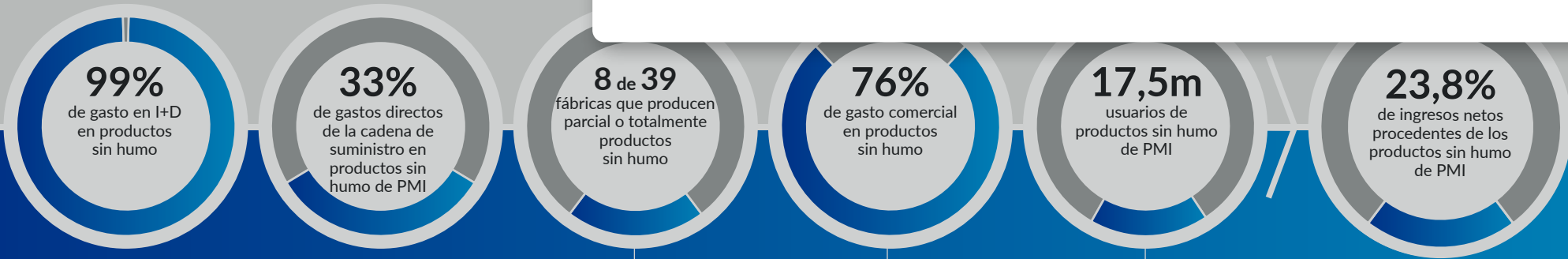
Nuestra transformación empresarial exige un conocimiento minucioso de la cadena de valor mundial del tabaco y la nicotina. Por ello, hemos desarrollado y publicado la **Tobacco and Nicotine Database**, que contiene información socioeconómica mundial, no solo en lo que respecta a PMI, sino a la industria en su conjunto.

Esta base de datos consolida más de 70.000 puntos de datos que cubren toda la cadena de suministro de tabaco y nicotina: De los productores a los consumidores en 191 países. Proporciona datos como la cantidad de explotaciones, el volumen de cigarrillos fabricados, la cantidad de consumidores de tabaco y los ingresos públicos procedentes del impuesto sobre el tabaco. Hay nueve años de datos por cada variable y país (2010-2018) para poder hacer comparaciones a lo largo del tiempo.

Conocer la cadena de valor mundial y la nicotina



Productos de combustión



Productos sin humo



Transformar nuestro negocio (continuación)

Transformación externa: Cambiar la forma de relacionarnos con las partes interesadas



Aunque el compromiso de PMI con un futuro sostenible sin humo es inquebrantable, no podemos completar este viaje solos.

El compromiso y la colaboración de las partes interesadas constituyen una parte crucial de la innovación, ya que ayudan a informar sobre el desarrollo de los productos. También reconocemos que no podemos diseñar nuevas soluciones de forma eficaz si no comprendemos primero los problemas que pretendemos abordar y las preocupaciones de las partes interesadas.

A medida que seguimos transformando nuestro negocio y nuestra organización, debemos contar con la cooperación de una serie de partes interesadas, desde los socios de la cadena de suministro hasta los agentes reguladores y las autoridades de salud pública. Esto requiere que trabajemos continuamente para crear confianza, seguridad y legitimidad y ganarnos la licencia para operar. El compromiso de las múltiples partes interesadas es la forma de lograr un cambio de sistema; nos permitirá transformar de forma efectiva y liderar una transición de la industria hacia el abandono de los cigarrillos. Colaborar con las partes interesadas de forma abierta y transparente nos permite desarrollar procesos a través de una comprensión compartida del contexto y los retos relacionados con nuestra transformación.

Las principales partes interesadas se verán afectadas de diferentes maneras por nuestra continua transformación. Intentaremos comprometernos y colaborar con todas nuestras partes interesadas para acelerar la transformación y minimizar las consecuencias negativas.

[Leer nuestra declaración de propósitos, Statement of Purpose](#)

Consumidores

Fumadores adultos y consumidores de nicotina adultos



Por qué nos comprometemos

Los consumidores adultos están en el centro de nuestra transformación empresarial. Aunque históricamente hemos operado sobre todo con un modelo de empresa a empresa, nuestro nuevo modelo está añadiendo cada vez más componentes de empresa a consumidor. Es fundamental que nos comprometamos con los fumadores adultos para dar a conocer los productos sin humo y sus beneficios en comparación con los cigarrillos, y explicarles cómo funcionan. El compromiso con los consumidores también nos ayuda a desarrollar productos que satisfagan sus preferencias y necesidades y a mejorar nuestros servicios al cliente.

Cómo nos comprometemos

- Interfaces digitales
- Encuestas y cuestionarios
- Líneas directas y centros de llamadas
- Eventos para consumidores
- Conversaciones continuas

Cuestiones clave tratadas

- Calidad y servicios
- Innovación de productos

[Leer más sobre nuestros esfuerzos de compromiso en 2020](#)

[Prácticas de marketing y ventas responsables](#)
[Acceso a los productos sin humo](#)

Empleados

Empleados, dirección, comités de empresa, sindicatos



Por qué nos comprometemos

Nuestros empleados son los impulsores del cambio y los embajadores de nuestro propósito. Su dedicación es esencial para convertir en realidad la visión de PMI. El compromiso con nuestros empleados nos permite identificar y resolver juntos los retos.

Cómo nos comprometemos

- Encuestas periódicas
- Intranet y plataformas internas para todo el grupo
- Revisiones de rendimiento y desarrollo
- Eventos y conferencias internos
- Programas de formación
- Planes de reconocimiento
- Diálogo continuo

Cuestiones clave tratadas

- Estrategia y rendimiento de la empresa
- Diversidad, equidad e inclusión
- Formación y desarrollo
- Salud, seguridad y bienestar

[Leer más sobre nuestros esfuerzos de compromiso en 2020](#)

[Condiciones de trabajo justas](#)
[Captación, retención y contratación de talentos](#)
[Entorno de trabajo diverso e inclusivo](#)
[Salud, seguridad y bienestar en el trabajo](#)

Cadena de suministro

Agricultores y trabajadores agrícolas, asociaciones de agricultores, contratistas, proveedores, minoristas, mayoristas, socios comerciales, fabricantes operados por terceros



Por qué nos comprometemos

Las personas que trabajan en nuestra cadena de suministro, incluidos los agricultores de tabaco, dependen de PMI para una parte sustancial de sus ingresos. PMI pretende tratar de forma justa y ética a sus proveedores y se dedica a actuar como un buen socio de otras empresas, grandes y pequeñas, que nos ayudan a alcanzar nuestras ambiciones. Colaborar con otros en nuestra cadena de suministro nos ayuda a hacer frente a los retos sociales y medioambiental.

Cómo nos comprometemos

- Cumplimiento, auditorías y evaluaciones de riesgo
- Asociaciones estratégicas
- Foros y eventos para proveedores
- Reuniones y talleres
- Visitas al lugar
- Interfaz digital del minorista

Cuestiones clave tratadas

- Innovación de productos
- Salud, seguridad y condiciones de trabajo justas
- Gestión responsable de la cadena de suministro
- Impacto medioambiental y social
- Prácticas de comercialización responsable

[Leer más sobre nuestros esfuerzos de compromiso en 2020](#)

[Gestión sostenible de la cadena de suministro](#)
[Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco](#)
[Prácticas de marketing y ventas responsables](#)

Transformar nuestro negocio (continuación)



Inversores y comunidad financiera



Inversores de renta variable y fija, instituciones de crédito, compañías de seguros, analistas financieros, agencias de calificación

Por qué nos comprometemos

El compromiso con la comunidad financiera es clave para promover una comprensión integral de la propuesta de valor única de PMI, su estrategia y su rendimiento. Además, las decisiones de inversión integran cada vez más los criterios medioambientales, sociales y de gobierno (ASG), y confiamos en la oportunidad de negocio que supone nuestra transformación.

Cómo nos comprometemos

- Junta anual de accionistas
- Eventos y conferencias
- Días del inversor
- Convocatoria de resultados
- Presentaciones
- Informes y publicaciones
- Seminarios itinerantes
- Questionarios y plataformas de divulgación para inversores, como CDP
- Marcos de información sobre sostenibilidad (SASB, GRI, IIRC, TCFD)

Cuestiones clave tratadas

- Estrategia de transformación del negocio
- Resultados financieros y ASG
- Dinámica del mercado y del sector
- Asignación de capital
- Prioridades de sostenibilidad
- Gobierno y remuneración

Leer más:

[Sección Investor Relations de PMI.com](#)
[Megatendencias](#)
[Resultados de PMI en valoraciones, índices y clasificaciones ASG](#)

Reguladores



Personas influyentes en la política, responsables de la elaboración de políticas, organizaciones intergubernamentales, organismos reguladores, organismos de normalización, autoridades gubernamentales (incluidos los legisladores), organizaciones aduaneras

Por qué nos comprometemos

El diálogo con los gobiernos y reguladores nacionales y locales nos permite comprender sus prioridades y preocupaciones, y compartir nuestros puntos de vista, objetivos y descubrimientos científicos. Nos comprometemos con los gobiernos, los reguladores y los legisladores —tanto directamente como a través de las asociaciones empresariales y comerciales— en el desarrollo de propuestas legislativas y normativas que puedan facilitar (o no) un futuro sin humo. Una regulación adecuada puede acelerar el fin del hábito de fumar, fomentar la innovación y minimizar las consecuencias no deseadas.

Cómo nos comprometemos

- Diálogo continuo
- Foros y eventos
- Consultas públicas
- Informes y publicaciones
- Asociaciones comerciales
- Formación y presentaciones

Cuestiones clave tratadas

- Impacto de los productos en la salud
- Acceso a los productos sin humo
- Cumplimiento de la normativa
- Distintos marcos fiscales y reglamentarios
- Prioridades y rendimiento en materia de sostenibilidad

Leer más sobre nuestros esfuerzos de compromiso en 2020

[Responsible engagement practices](#)
[Acceso a los productos sin humo](#)
[Nuestro entorno comercial](#)

Comunidad de la salud pública



La comunidad científica, el mundo académico, los investigadores, los organismos de salud pública

Por qué nos comprometemos

Llevar a cabo nuestra I+D con rigor es de suma importancia, al igual que el compromiso con la comunidad de la salud pública. Lamentablemente, están enfrentados en lo que respecta a la reducción de los daños del tabaco. Al compartir nuestros descubrimientos y pedirles que examinen nuestros productos y el creciente conjunto de pruebas científicas que los rodean, nos proponemos participar de forma constructiva en este tema y aprovechar colectivamente la inmensa oportunidad que representan los productos sin humo para hacer avanzar la salud pública en la actual generación de fumadores adultos.

Cómo nos comprometemos

- Conferencias, foros y eventos
- Informes y publicaciones
- Artículos y estudios
- Sitio web científico dedicado ([PMIscience.com](#))
- Plataformas online para la transparencia y reproducción de datos en la ciencia ([sbv IMPROVER](#) e [INTERVALS](#))
- Solicitudes y presentaciones

Cuestiones clave tratadas

- Innovación de productos
- Impacto de los productos en la salud
- Investigación científica

Leer más sobre nuestros esfuerzos de compromiso en 2020

[Impacto de los productos en la salud](#)
[Responsible and transparent R&D](#)
[Acceso a los productos sin humo](#)

Sociedad civil



Instituciones académicas, comunidades locales, organizaciones de la sociedad civil, ONG, organizaciones e iniciativas múltiples partes interesadas, medios de comunicación

Por qué nos comprometemos

Desde las mejores prácticas y los intercambios de información hasta las asociaciones más estrechas, el compromiso con los actores de la sociedad civil puede ayudar a informar sobre nuestra estrategia, definir nuestras prioridades y avanzar en soluciones sostenibles para los desafíos comunes.

Cómo nos comprometemos

- Evaluaciones de la materialidad de la sostenibilidad
- Asociaciones
- Campañas de comunicación
- Contribuciones sociales
- Diálogo abierto

Cuestiones clave tratadas

- Prioridades de sostenibilidad
- Transformación del negocio
- Innovación de productos
- Impacto medioambiental y social
- Megatendencias de la sostenibilidad

Leer más:

[Innovar para mejorar los productos](#)
[Operar con excelencia](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos](#)
[Proteger el medioambiente](#)

Transformar más allá de la nicotina: Pensar en términos positivos netos

Carta de la directora de Sustainability

A medida que seguimos transformando nuestros productos, nuestro modelo de negocio y nuestra propuesta de valor, la implicación de las partes interesadas y el diálogo constructivo siguen siendo primordiales. Esto implica mantener conversaciones francas que abarquen el concepto de cambio transformador.



Es innegable el impacto positivo que puede tener en la salud pública (tanto a nivel individual como colectivo) la eliminación progresiva de los cigarrillos y, por tanto, el fin del hábito de fumar. Y, sin embargo, a pesar de los grandes avances, muchas de nuestras partes interesadas siguen siendo escépticas sobre el propósito de PMI y cuestionan el impacto de su transformación. Preguntan a menudo por nuestro objetivo final, y si la culminación de dicha transformación concluirá cuando el mundo esté libre de humo. Además, y al igual que muchas otras empresas, algunas partes interesadas nos presionan regularmente sobre la necesidad de una visión a largo plazo que implique un futuro netamente positivo.

Aunque el inicio de nuestro viaje de transformación comenzó articulando una visión centrada en la eliminación progresiva de los cigarrillos y en el desarrollo y la comercialización de alternativas mejores y menos dañinas que fumar, somos conscientes de que éste no puede ser nuestro objetivo final. Consideramos que una transformación completa y con éxito es la que permite que el negocio de nuestra empresa pase de una propuesta de valor, centrada en hacer menos daño, a otra en la que podamos tener un impacto neto positivo en la sociedad.

Las estrategias positivas netas se basan en la idea de que una empresa debe devolver más de lo que toma de la sociedad y el medioambiente. ¿Puede una empresa ser positiva en términos netos? ¿Cómo se puede medir o contabilizar? ¿Qué aspecto tiene un futuro sin humo, más allá de la nicotina? La sostenibilidad nos ofrece una oportunidad de crecimiento a través de inversiones en investigación científica para seguir innovando en busca de mejores productos, con el objetivo de llegar a ser netamente positivos.

Investigar y desarrollar alternativas sin combustión menos dañinas y científicamente probadas fue el primer paso; ampliar el acceso de los fumadores adultos, mientras trabajamos simultánea y deliberadamente en la eliminación de fumar cigarrillos, completó la ecuación de nuestro propósito de una vida sin humo. En el proceso, hemos ampliado nuestro capital social, humano, intelectual y de fabricación de manera que nos permite ir un paso más allá y desarrollar productos que buscan ser mejores que simplemente menos dañinos.

Para demostrar la seriedad de nuestro esfuerzo, introducimos una nueva aspiración para complementar nuestros Indicadores de transformación empresarial y la hoja de ruta para 2025: Ingresos netos de al menos 1.000 millones de dólares derivados de productos "más allá de la nicotina" para 2025. Este objetivo aspira a cimentar aún más la confianza que tenemos en el largo plazo, a medida que evolucionamos hacia una empresa más amplia de estilo de vida y bienestar

del consumidor, aprovechando nuestra capacidad de monetizar las habilidades y los activos que hemos acumulado y desarrollado en el proceso de nuestra transformación. Entre estos aspectos se incluyen nuestras capacidades comerciales y digitales, así como nuestro enfoque centrado en el consumidor, que nos han permitido informar mejor a los fumadores adultos, permitiéndoles realizar cambios de comportamiento fundamentales para mejorar su salud y bienestar.

Además, seguiremos aprovechando nuestras capacidades en ciencias de la vida, con el objetivo de tener un impacto positivo neto en el mundo. Lo conseguiremos ampliando nuestra propuesta de valor a productos que van más allá de la nicotina. La forma de hacerlo es cuádruple.

A medida que nos preparamos para actualizar nuestra evaluación de la materialidad de la sostenibilidad durante 2021, nos adaptaremos adecuadamente y reflejaremos mejor los cambios de nuestro modelo de negocio y nuestra propuesta de valor con precisión, para volver a calibrar y evaluar nuestra estrategia.

Ampliar nuestra propuesta de valor a productos que van más allá de la nicotina

[Leer más >](#)

Esperamos poder informar sobre el progreso y profundizar en este tema en nuestro próximo informe.

Jennifer Motles
Directora de Sustainability

“Muchos productos del sector del bienestar y los medicamentos, aunque demuestran una buena eficacia, siguen dejando abiertas necesidades médicas y de consumo sin cubrir.

Dos de esas necesidades insatisfechas se corresponden con el tiempo que transcurre hasta que alguien puede sentir el efecto y los efectos secundarios (perfil de seguridad) de un determinado producto; ambos están relacionados (al menos parcialmente) con la vía de administración. Cuando un producto se toma por vía oral, el efecto esperado tarda en producirse. Además, debido a la dosis necesaria para conseguir el efecto esperado, pueden producirse efectos secundarios. La inhalación como forma alternativa de aplicación puede ofrecer ventajas en ambas áreas debido a la absorción más rápida del compuesto activo, la dosis necesaria potencialmente más baja (por ejemplo, en comparación con una aplicación oral), y la mayor biodisponibilidad del compuesto activo que se puede lograr en comparación con cuando un producto se toma por vía oral en el mismo rango de dosis. **Nuestra experiencia en la química y la física de los aerosoles, así como en la tecnología de los dispositivos de inhalación, puede reutilizarse eficazmente para ayudar a satisfacer estas necesidades.** Partiendo de las capacidades científicas únicas de PMI en materia de productos sin humo, Life Sciences pretende perfilar la estrategia científica de nuestra empresa para nuevos productos y servicios que vayan más allá del tabaco y la nicotina. **Tenemos la capacidad de combinar la excelencia científica con el rigor comercial para seguir elevando la transformación de nuestro negocio”.**

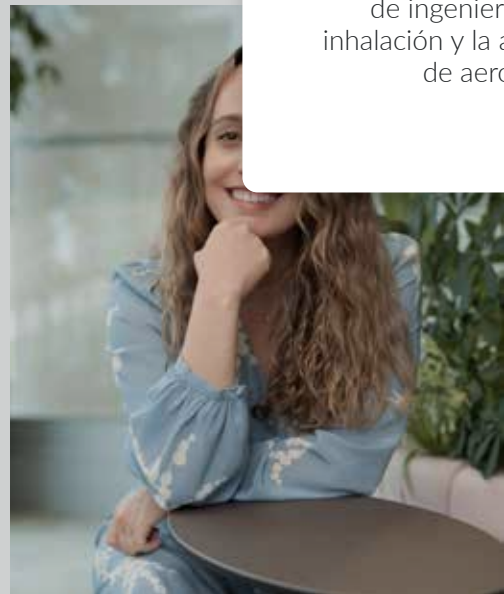
Patrick Picavet, vicepresidente de Life Sciences, Program Delivery & Governance de PMI

Transformar más allá de la nicotina en términos positivos

Es innegable el impacto positivo que puede tener en la del consumidor, aprovechando nuestra capacidad de

Carta de la directora

A medida que seguimos tra productos, nuestro modelo propuesta de valor, la impli interesadas y el diálogo cor siendo primordiales. Esto in conversaciones francas que concepto de cambio transfo



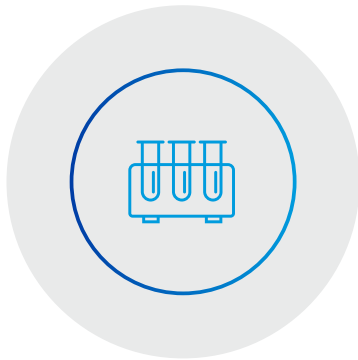
mientras trabajamos simultánea y deliberadamente en la eliminación de fumar cigarrillos, completó la ecuación de nuestro propósito de una vida sin humo. En el proceso, hemos ampliado nuestro capital social, humano, intelectual y de fabricación de manera que nos permite ir un paso más allá y desarrollar productos que buscan ser mejores que simplemente menos dañinos. Para demostrar la seriedad de nuestro esfuerzo, introducimos una nueva aspiración para complementar nuestros Indicadores de transformación empresarial y la hoja de ruta para 2025: Ingresos netos de al menos 1.000 millones de dólares derivados de productos "más allá de la nicotina" para 2025. Este objetivo aspira a cimentar aún más la confianza que tenemos en el largo plazo, a medida que evolucionamos hacia una empresa más amplia de estilo de vida y bienestar

Jennifer Motles
Directora de Sustainability

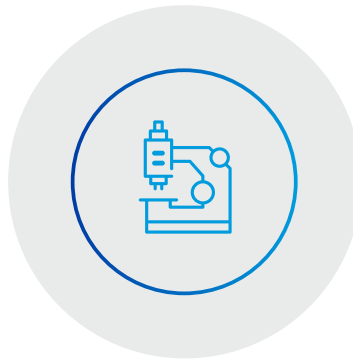
de PMI en materia de productos sin humo, Life Sciences pretende perfilar la estrategia científica de nuestra empresa para nuevos productos y servicios que vayan más allá del tabaco y la nicotina. **Tenemos la capacidad de combinar la excelencia científica con el rigor comercial para seguir elevando la transformación de nuestro negocio".**

Patrick Picavet, vicepresidente de Life Sciences, Program Delivery & Governance de PMI

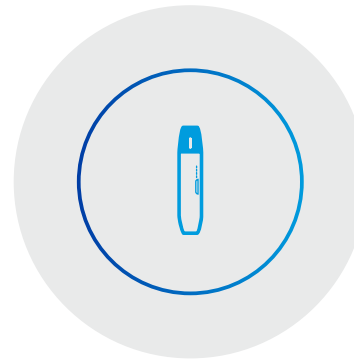
Más allá de la nicotina



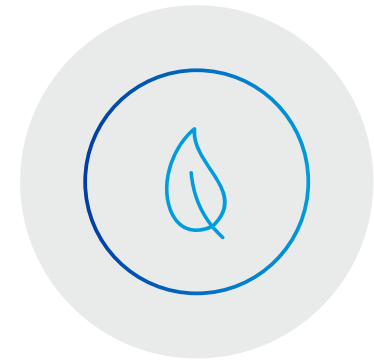
Aprovechar nuestros conocimientos científicos y de ingeniería sobre la inhalación y la administración de aerosoles



Hacer uso de nuestras capacidades de evaluación científica para apoyar las pruebas de los productos



Reutilizar nuestra tecnología en dispositivos con fines terapéuticos, capaces de suministrar otras sustancias, además de la nicotina



Reutilizar la planta de tabaco para satisfacer otras necesidades de la comunidad que van más allá de la extracción de nicotina

Informes transparentes sobre los progresos realizados: Indicadores de Transformación del Negocio de PMI

Para que nuestro progreso se pueda medir y verificar, hemos desarrollado un conjunto de indicadores clave de rendimiento (KPI) a medida que hemos denominado Indicadores de Transformación del Negocio. Este conjunto de indicadores, sobre los que informamos periódicamente, permite a nuestras partes interesadas evaluar tanto el ritmo como la escala de nuestra transformación. A lo largo de los años, basándonos en los comentarios de dichas partes interesadas, hemos ampliado la cantidad de indicadores para aumentar la transparencia y la claridad de nuestro progreso.

Nuestros Indicadores de Transformación del Negocio también muestran cómo estamos asignando recursos fuera del negocio tradicional de cigarrillos, con el objetivo de basar nuestro éxito en un futuro en el que ya no fabricamos ni vendemos cigarrillos.

* Los indicadores de 2020 marcados con un asterisco (*) están sujetos a un informe de auditoría de PwC (ver la página 146)

- Los productos sin humo incluyen unidades de tabaco calentado, dispositivos y cigarrillos electrónicos. El total de productos incluye productos sin humo, cigarrillos y otros productos de combustión
- Los puestos de I+D incluyen científicos, ingenieros, técnicos y personal de apoyo. No se dispone de datos comparables para los años anteriores a 2018, ya que el alcance de los puestos de I+D cambió tras los cambios organizativos de la empresa
- Las jurisdicciones IP5 son Europa (patentes concedidas por la Oficina Europea de Patentes), China, Corea del Sur, Japón y EE. UU.
- Los datos relacionados con los estudios de percepción y comportamiento se replantearon para incluir los estudios previos y posteriores a la comercialización
- Los gastos directos se centran en los materiales utilizados en la fabricación de nuestros productos; incluyen la hoja de tabaco, los materiales directos y los dispositivos y accesorios electrónicos
- Las inversiones reflejan la investigación, el desarrollo comercial y de productos, la capacidad de producción, los fundamentos científicos y los estudios sobre la comprensión de los fumadores adultos. La cifra no incluye los costes de despliegue comercial
- La producción se detuvo temporalmente en una de nuestras fábricas en Alemania en diciembre de 2019 y se reanudó a principios de 2020
- Las siglas "SKU" se corresponden con las unidades de mantenimiento en almacén (Stock-Keeping Units). Las referencias a la cantidad de SKU se basan en los últimos datos disponibles de diversas fuentes internas, y excluyen a la República Popular China y EE. UU.
- No se incluye la tienda libre de impuestos de PMI. Los datos se basan en la lista de países de la OCDE de 2020
- Incluye tiendas insignia y boutiques pequeñas, grandes y temporales
- La proporción de envíos de productos sin humo se recopila sobre la base de millones de unidades
- No se incluye la tienda libre de impuestos de PMI, véase el [glosario](#)
- Neto de impuestos especiales
- No se incluye la tienda libre de impuestos de PM y los EE. UU.

	2016	2017	2018	2019	2020
Estrategia de transformación del negocio					
Gasto en I+D (en millones de USD)*	429	453	383	465	495
Gasto en I+D (sin humo/total) ¹ *	72%	74%	92%	98%	99%
Cantidad de puestos de I+D (FTC) ²	N/D	N/D	764	942	934
Patentes concedidas en las jurisdicciones del IP5 relacionadas con productos sin humo (acumulado) ³	170	300	480	740	1.300
Cantidad de estudios completados por PMI sobre productos sin humo (acumulado, desde 2015)					
– Evaluación toxicológica	36	57	82	109	146
– Evaluación clínica	11	12	19	19	22
– Percepción y comportamiento (antes y después de la comercialización) ⁴	7 (7+0)	8 (7+1)	12 (9+3)	13 (9+4)	30 (15+15)
Gasto directo en la cadena de suministro (sin humo/total) ⁵	N/D	N/D	N/D	35%	33%
Inversiones acumuladas en productos sin humo (desde 2008, en miles de millones de USD) ⁶	3,2	4,6	6,2	7,2	8,1
Cantidad de fábricas que producen productos sin humo sobre el total de fábricas ⁷ *	3 de 48	4 de 46	8 de 44	8 de 38	8 de 39
Variación interanual de la cantidad de SKU—productos de combustión ⁸	-1,7%	-6,5%	-6,1%	-5,5%	-4,1%
Variación interanual de la cantidad de SKU—productos sin humo	78,2%	9,9%	37,1%	24,9%	38,2%
SKU (sin humo/total)	4,7%	5,5%	7,8%	10,1%	13,9%
Cantidad de mercados en los que IQOS está disponible para la venta*	20	38	44	52	64
Proporción de mercados en los que se vende IQOS que están fuera de la OCDE ⁹ *	32%	41%	44%	45%	52%
Cantidad de tiendas IQOS ¹⁰	26	63	81	199	259
Cantidad de minoristas que venden productos consumibles sin humo PMI (en miles)	90	292	488	679	749
Gastos comerciales (marketing) (sin humo/total)*	15%	39%	60%	71%	76%
Volumen de envíos de productos sin humo (miles de millones de unidades)*	8	36	42	60	76
Volumen de envíos de productos de combustión (miles de millones de unidades)*	845	791	767	732	654
Proporción de envíos de productos sin humo (sin humo/total) ¹¹ *	0,9%	4,4%	5,1%	7,6%	10,4%
Total de usuarios de IQOS (en millones) ¹² *	2,1	6,9	9,6	13,5	17,5
Estimación de usuarios que se han pasado a IQOS y han dejado de fumar (en millones) ¹² *	1,5	4,7	6,6	9,6	12,7
Estimación de usuarios que no son de países de la OCDE que se han pasado a IQOS y han dejado de fumar (en millones) ⁷ *	0,0	0,2	1,1	2,9	4,3
Ingresos netos (sin humo/total) ¹³ *	2,7%	12,7%	13,8%	18,7%	23,8%
Cantidad de mercados en los que los ingresos netos de los productos sin humo superan el 10% de los ingresos netos totales ¹⁴ *	1	5	19	31	38
Cantidad de mercados en los que los ingresos netos de los productos sin humo superan el 50% de los ingresos netos totales ¹⁴ *	0	1	3	4	6

Nuevos indicadores

Indicadores vinculados a las aspiraciones para 2025

Transformar nuestro negocio (continuación)

Nuestras aspiraciones para 2025

Los objetivos ambiciosos vinculados a nuestros indicadores de transformación de negocio nos dan una hoja de ruta clara y ofrecen a nuestras partes interesadas visibilidad del ritmo y la escala de nuestros logros.

Nuestros productos sin humo están obteniendo un gran rendimiento comercial, al que pretendemos dar mayor impulso en los próximos años. Anteriormente, nuestro objetivo era que entre el 38% y el 42% de nuestros ingresos netos totales procedieran de productos sin humo para 2025. A principios de 2021, aumentamos ese objetivo a un mínimo del 50%. Esta ambición pionera de convertirse en una empresa predominantemente sin humo en los próximos cinco años demuestra nuestro compromiso de cumplir nuestro propósito e impulsar el fin del consumo de cigarrillos lo más rápidamente posible.

Para 2025, aspiramos a aumentar el volumen de envíos de productos sin humo por encima de los 250.000 millones de unidades y, al mismo tiempo, reducir el volumen de envíos de productos de combustión por debajo de los 550.000 millones de unidades. Esto significa que aspiramos a que los productos sin humo representen más del 30% de nuestro volumen total de envíos para ese año.

También aspiramos a que al menos 40 millones de adultos —la mitad de ellos en países no pertenecientes a la OCDE— se hayan pasado a nuestros productos sin humo y hayan dejado de fumar en 2025.

Además, aspiramos a que nuestros productos sin humo estén disponibles para su venta en 100 mercados en 2025.

Por último, este año estamos introduciendo una nueva aspiración de obtener al menos 1.000 millones de dólares en ingresos netos anuales de productos “más allá de la nicotina” para 2025, aprovechando las capacidades que hemos creado en ciencias de la vida, tecnología de dispositivos y experiencia de los consumidores (leer más en la [Carta de la directora de Sustainability](#)). Esperamos seguir comunicando los avances en este ámbito en nuestro próximo informe.



✓ Nuevos objetivos ambiciosos vinculados a nuestros indicadores de transformación del negocio

Nota: Los objetivos que se plantean no constituyen proyecciones financieras

Nuestro entorno comercial

Las principales tendencias de nuestro sector

Consumidores

En la actualidad, se calcula que 1.100 millones de personas en todo el mundo fuman cigarrillos u otros productos de tabaco. Las últimas estadísticas de la Organización Mundial de la Salud (OMS) prevén un descenso de la prevalencia del hábito de fumar (mayores de 15 años), del 21,5% en 2010 a un 17,1% estimado en 2025.¹ Al mismo tiempo, la población adulta mundial está creciendo en unos 70 millones de personas al año. El efecto neto de este crecimiento de la población y el descenso de la prevalencia del hábito de fumar es una previsión de algo menos de 1.100 millones de fumadores para 2025, prácticamente sin cambios respecto a 2010.

Los estados miembros de la OMS quieren un cambio más rápido, con el objetivo de reducir en un 30% la prevalencia del consumo de tabaco para el año 2025 (en comparación con la referencia de 2010), fomentando el abandono y desalentando la iniciación.² Sin embargo, incluso si se logra el objetivo de la OMS, todavía habrá alrededor de 930 millones de fumadores en 2025, según los cálculos de PMI.

¹ Informe Mundial de la OMS sobre las Tendencias de la Prevalencia en el Consumo de Tabaco 2000-2025, tercera edición (diciembre de 2019)

² Informe Mundial de la OMS sobre las Tendencias de la Prevalencia en el Consumo de Tabaco, 2015



Nuestro punto de vista

Una visión antitabaco como la que tenemos complementa los esfuerzos de la OMS al ofrecer alternativas menos dañinas a los fumadores adultos que de otro modo no dejarían de fumar. Nuestra constante aspiración es que, para 2025, al menos 40 millones de fumadores se pasen a los productos sin humo de PMI y dejen de fumar.

A 31 de diciembre de 2020, estimamos que había cerca de 18 millones de usuarios de IQOS, de los cuales el 72% —o casi 13 millones— se habían pasado a IQOS y habían dejado de fumar, y el resto se encontraba en distintas fases de conversión.



Centro de Operaciones de PMI en Lausana, Suiza

Nuestro entorno comercial (continuación)

Dinámica del mercado

El mercado mundial del tabaco y la nicotina se caracteriza por una serie de productos, entre los que se encuentran los productos de combustión de tabaco (por ejemplo, cigarrillos, tabaco de picadura, tabaco de pipa, puros y puritos) y los productos sin combustión (también denominados “productos sin humo” en este informe). Entre ellos se encuentran el tabaco calentado, el vapor electrónico y los productos híbridos, así como los productos de tabaco y nicotina de consumo oral (como el snus y las bolsas de nicotina).

Aunque el número de consumidores de productos de tabaco y nicotina se ha mantenido prácticamente sin cambios en los últimos años, el valor total de venta al por menor sigue creciendo con el tiempo. Esto refleja en gran medida el impacto de los aumentos de los precios de venta al por menor de los productos de tabaco de combustión, impulsados por los impuestos especiales, junto con el crecimiento de los productos sin humo. Este hecho se ve compensado en parte por un menor volumen de productos de tabaco de combustión, que refleja el creciente número de fumadores adultos que se pasan total o parcialmente a productos sin humo y, además, en algunos mercados, un menor consumo medio diario inducido por la elasticidad de los precios.

En 2020, el valor total del mercado internacional del tabaco y la nicotina, sin incluir China y EE. UU.,

alcanzaron una cifra estimada de 450.000 millones de dólares.¹ En su mayor parte, debido a las perturbaciones relacionadas con la COVID, el volumen total estimado de la industria internacional de cigarrillos y unidades de tabaco calentado para 2020 se redujo en casi un 6% (en comparación con un descenso medio anual del 2% al 3% históricamente), con un impacto desproporcionado en las tiendas libres de impuestos y en los mercados con una elevada proporción de jornaleros, como Indonesia, Filipinas y algunos países latinoamericanos.

Estimamos que el mercado internacional de productos de tabaco calentado y vapor electrónico alcanzó en 2020 un valor aproximado de 27.000 millones de dólares. El crecimiento frente al valor estimado para 2019 refleja el creciente número de fumadores adultos que se están pasando a los productos sin humo y fue impulsado principalmente por la categoría del tabaco calentado, que representó un estimado del 74% del valor combinado de venta al por menor de productos de tabaco calentado y vapor electrónico en 2020.

En los últimos años, algunos gobiernos han legalizado el cannabis con fines terapéuticos y/o recreativos, y algunas empresas tabacaleras han invertido en esta categoría. PMI no produce ni vende productos de cannabis. Sin embargo, tenemos la intención de aprovechar nuestras capacidades y experiencia en la producción de aerosoles, la fundamentación científica, la evaluación de la seguridad y la eficacia, y los conocimientos de los consumidores para ir más allá de la nicotina en áreas como los productos botánicos y la administración de fármacos respiratorios.

Nuestro punto de vista

El descenso del mercado de los productos de combustión refleja el crecimiento de los productos sin humo

Leer más >

¹ Incluye el valor al por menor de los cigarrillos y otros productos del tabaco (incluidos los puros, los cigarrillos, el tabaco de pipa y la picadura), las unidades de tabaco calentado y los productos de vapor electrónico (incluidos los dispositivos), el snus y las bolsas de nicotina

Regulación e impuestos

Los riesgos de fumar han llevado a los legisladores y reguladores a imponer rigurosas restricciones y elevados impuestos a los cigarrillos. Dichas restricciones son exhaustivas y abarcan el envasado y las advertencias sanitarias, los ingredientes, la publicidad, el marketing, las promociones y los patrocinios, y el uso público.

Gran parte de la normativa que configura el entorno operativo de la industria del tabaco está impulsada por el Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) de la OMS, que entró en vigor en 2005. El CMCT ha establecido una agenda global para la regulación del tabaco, con el propósito de reducir la prevalencia del consumo de tabaco y la exposición al humo del tabaco.

Actualmente no existe un consenso global entre los reguladores sobre la mejor manera de regular o gravar los productos sin humo. Algunos pretenden fomentar estos productos, por considerar que presentan menos riesgo para los fumadores adultos que el hecho de seguir fumando y que son una oportunidad para la salud pública; otros restringen severamente o prohíben no solo la comunicación sobre estos productos sino, en algunos casos, la venta de los mismos.

Nuestro punto de vista

Durante muchas décadas, las estrategias de salud pública para reducir la morbilidad y la mortalidad relacionadas con el tabaco se centraron principalmente en prevenir la iniciación del hábito de fumar en los jóvenes y en animar a los fumadores a dejar de fumar. Los nuevos productos sin humo, científicamente probados, ofrecen ahora a los reguladores la oportunidad de complementar y reforzar significativamente el actual enfoque de salud pública con un tercer pilar: la reducción de los daños del tabaco.

Es esencial la regulación gubernamental de todos los productos que contienen nicotina, tanto los de combustión como los de no combustión. Nosotros abogamos por un marco regulatorio integral y proporcional al riesgo que reconozca que no todos estos productos son iguales. La regulación y los impuestos deberían aplicar las medidas más restrictivas a los productos más nocivos y deberían animar a los adultos que, de otro modo, seguirían fumando a cambiar a alternativas menos dañinas.

No estamos de acuerdo con las prohibiciones preventivas ni con las restricciones irrazonables a los productos sin humo científicamente probados, ya que tales medidas privan a los fumadores adultos que no quieren dejar de fumar de alternativas que presentan un menor riesgo que los cigarrillos. Los productos sin humo contienen nicotina, que es adictiva, y no están exentos de riesgos. Por lo tanto, la reglamentación debe establecer normas mínimas para todas las categorías de productos sin humo y normas específicas para las metodologías de evaluación de los productos, los ingredientes y el etiquetado. Además, la normativa debe garantizar que el público siga estando informado sobre los riesgos relativos para la salud de todos los productos de combustión y no combustión. La regulación, así como las prácticas de la industria, deberían reflejar el hecho de que los jóvenes no deberían consumir nicotina en ninguna de sus formas.

Nuestro entorno comercial (continuación)

Dinámica del mercado

El mercado mundial del tabaco y la nicotina se caracteriza por una serie de productos, entre los que se encuentran los productos de combustión de tabaco (por ejemplo, cigarrillos, tabaco de picadura,

alcanzaron una cifra estimada de 450.000 millones de dólares.¹ En su mayor parte, debido a las perturbaciones relacionadas con la COVID, el volumen total estimado de la industria internacional de cigarrillos y unidades de

Regulación e impuestos

Los riesgos de fumar han llevado a los legisladores y reguladores a imponer rigurosas restricciones y elevados impuestos a los cigarrillos. Dichas restricciones son exhaustivas y abarcan el envasado y las advertencias

Actualmente no existe un consenso global entre los reguladores sobre la mejor manera de regular o gravar los productos sin humo. Algunos pretenden fomentar estos productos, por considerar que presentan menos riesgo para los fumadores adultos que el hecho de seguir fumando y que son una oportunidad para la salud pública; otros restringen severamente o prohíben no solo la comunicación sobre estos productos sino, en algunos casos, la venta de los mismos.

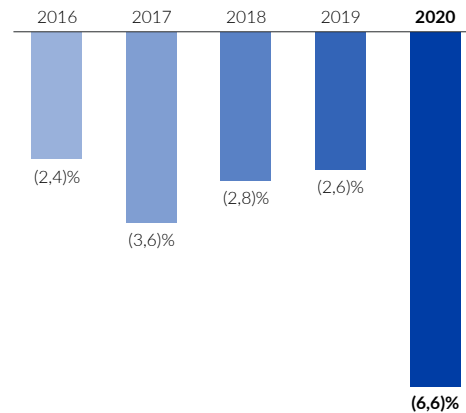
Nuestro punto de vista

El descenso del mercado de los productos de combustión refleja el crecimiento de los productos sin humo

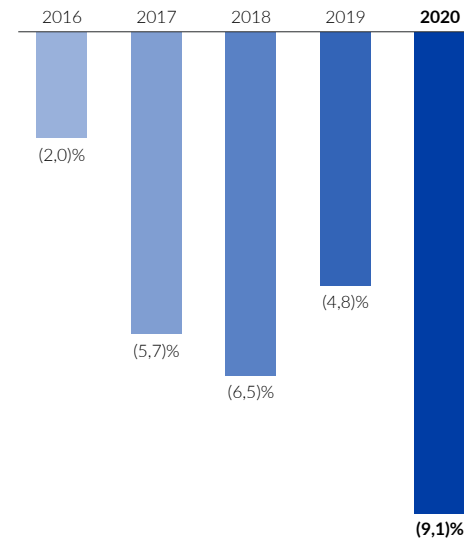
Hemos dedicado nuestros recursos e invertido 8.100 millones de dólares desde 2008 en el desarrollo de productos sin humo científicamente probados y comercialmente viables, como IQOS.

A medida que IQOS va teniendo más éxito a la hora de alejar a los fumadores adultos de los cigarrillos, esto se refleja, entre otros factores potenciales, en una aceleración del descenso de los volúmenes de cigarrillos en los mercados en los que IQOS está presente.

% de cambio de la **industria del cigarrillo**^(a)



% de cambio de la **industria del cigarrillo**^(a) en los mercados donde estaba presente IQOS^(b)



(a) Sin incluir a China y EE. UU.

(b) Mercados en los que IQOS estuvo presente en el primer trimestre de 2018

Fuente: Finanzas o previsiones de PMI

¹ Incluye el valor al por menor de los cigarrillos y otros productos del tabaco (incluidos los puros, los cigarrillos, el tabaco de pipa y la picadura), las unidades de tabaco calentado y los productos de vapor electrónico (incluidos los dispositivos), el snus y las bolsas de nicotina

No estamos de acuerdo con las prohibiciones preventivas ni con las restricciones irrazonables a los productos sin humo científicamente probados, ya que tales medidas privan a los fumadores adultos que no quieren dejar de fumar de alternativas que presentan un menor riesgo que los cigarrillos. Los productos sin humo contienen nicotina, que es adictiva, y no están exentos de riesgos. Por lo tanto, la reglamentación debe establecer normas mínimas para todas las categorías de productos sin humo y normas específicas para las metodologías de evaluación de los productos, los ingredientes y el etiquetado. Además, la normativa debe garantizar que el público siga estando informado sobre los riesgos relativos para la salud de todos los productos de combustión y no combustión. La regulación, así como las prácticas de la industria, deberían reflejar el hecho de que los jóvenes no deberían consumir nicotina en ninguna de sus formas.

Leer más >

Nuestro entorno comercial (continuación)

Comercio ilegal

El comercio ilegal de tabaco proporciona un suministro barato y no regulado de productos de tabaco. Menoscaba los esfuerzos por reducir la prevalencia del hábito de fumar, perjudica a los negocios legítimos, estimula el crimen organizado, aumenta la corrupción y reduce los ingresos fiscales del gobierno. Se calcula que el comercio ilegal representa entre el 10 y el 12% del consumo mundial de cigarrillos y que los gobiernos de todo el mundo pierden cada año 40.000 millones de dólares en ingresos fiscales.¹

Muchos países han introducido acciones (o las están considerando) para prevenir el comercio ilegal. En noviembre de 2012, el CMCT adoptó el Protocolo para eliminar el comercio ilegal de productos de tabaco (el "Protocolo"), que incluye medidas de control de la cadena de suministro, como la concesión de licencias, la aplicación de la ley en las zonas de libre comercio y la aplicación de tecnologías de seguimiento y localización. El Protocolo entró en vigor en septiembre de 2018, y las partes que lo suscriben han comenzado a aplicar sus medidas a través de la legislación nacional.

Nuestro punto de vista

El comercio ilícito de tabaco es considerable y exige una acción integrada. Por nuestra parte, nos centramos en controlar nuestras cadenas de suministro para evitar el desvío de nuestros productos. Desde hace 15 años, contamos con un sistema global de seguimiento y localización de nuestros productos que abarca todos los mercados. También trabajamos con gobiernos y otros socios de los sectores público y privado para combatir el comercio ilegal. Lea más sobre nuestros esfuerzos para combatir el comercio ilegal de tabaco y productos de nicotina en [PMI.com](https://www.pmi.com).

¹ Fuente: [World Bank Group](https://www.worldbank.org/)

Competencia

El sector tabaquero mundial incluye cuatro grandes fabricantes internacionales —British American Tobacco (BAT), Japan Tobacco (JT), Imperial Brands (IMB) y PMI— junto con dos grandes fabricantes centrados principalmente en sus respectivos mercados nacionales: China National Tobacco Corporation (CNTC) en China y Altria Group, Inc. (la empresa matriz de Philip Morris USA) en EE. UU. Juntas, estas seis empresas representaron cerca del 86% de las ventas mundiales de cigarrillos y unidades de tabaco calentado por volumen en 2020. Las empresas regionales y locales, incluidas las estatales, representaron el 14% restante.

Al igual que en otros sectores de bienes de consumo, los fabricantes compiten principalmente por la calidad del producto, el reconocimiento de la marca, la fidelidad a la misma, el sabor, la I+D, la innovación, el envasado, el servicio al cliente, el marketing, la publicidad y el precio de venta al público.

La competencia también se centra cada vez más en el desarrollo y la comercialización de productos de tabaco y nicotina sin humo, y los fabricantes de tabaco desplazan sus recursos, en mayor o menor medida, hacia el desarrollo de este tipo de productos, en particular el del tabaco calentado, los productos de vapor electrónico y las bolsas de nicotina.

Sin embargo, la principal diferencia radica en que la competencia centra su propuesta de valor en la ampliación de sus catálogos y en ofrecer más opciones a sus consumidores. Esto contrasta drásticamente con la de PMI, que pretende eliminar los cigarrillos por completo, no solo ofreciendo la posibilidad de elegir, sino promoviendo el cambio total a mejores alternativas.

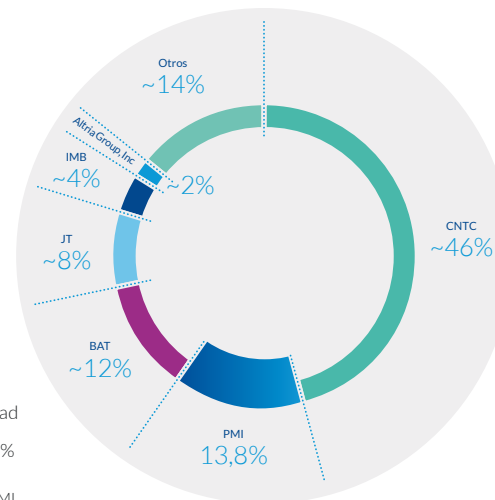
Varios fabricantes, entre ellos PMI, lanzaron los primeros productos de tabaco calentado a finales de los años 90, con una tracción comercial limitada. Tras la irrupción comercial de IQOS después de sus dos lanzamientos iniciales en ciudades en 2014, otros fabricantes introdujeron sus propios

productos de tabaco calentado en ciertos mercados. Algunos fabricantes también han lanzado productos híbridos, que combinan aspectos de los productos de tabaco calentado y de vapor electrónico. Hasta la fecha, la competencia en la categoría de tabaco calentado se da principalmente entre los fabricantes de productos de tabaco combustible.

El cigarrillo electrónico se inventó en 2003 en China y, tras más de una década de éxito relativamente limitado, la categoría más amplia del vapor electrónico ha registrado un crecimiento significativo en la última década, especialmente en Estados Unidos, Canadá y algunos mercados europeos. Actualmente, el mercado de productos de vapor electrónico "abierto"² sigue estando muy fragmentado. En cambio, el mercado de los productos de vapor electrónico "cerrados"³ está relativamente consolidado entre los fabricantes de tabaco y un cierto número de empresas nuevas de vapor electrónico.

Las bolsas de nicotina, un producto oral que normalmente no contiene tabaco, también han surgido como productos sin humo que gozan de credibilidad en los últimos dos o tres años, sobre todo en mercados con un segmento de tabaco oral ya existente, como Estados Unidos y Escandinavia. Fuera de estos mercados, la categoría sigue siendo pequeña pero está creciendo. Las bolsas de nicotina son producidas en su gran mayoría por los principales fabricantes de tabaco y Swedish Match.

Nuestra cuota de mercado mundial en 2020, incluidos los cigarrillos y las unidades de tabaco calentado



Nota: La cuota total de la unidad de tabaco calentado fue del 1,8% en 2020, del cual, un 1,5% representaba la cuota de PMI

Fuente: Finanzas o previsiones de PMI

Nuestro punto de vista

Hemos avanzado mucho en la transformación de nuestro negocio. En 2020, los productos sin humo representaron más del 10% de nuestro volumen total y casi una cuarta parte de nuestros ingresos netos totales. De hecho, los ingresos netos de los productos sin humo ya superan el 50% de los ingresos netos totales en seis mercados, el 25% o más en tres de nuestras seis regiones y más del 10% en 38 mercados.

² Los sistemas abiertos cuentan con una cámara que se puede rellenar con e-liquido

³ Los sistemas cerrados son desechables o recargables con cartuchos precargados

Megatendencias

La pandemia de COVID-19 ha aumentado la conciencia de un principio central de las megatendencias relacionadas con la sostenibilidad: Esa interrupción no procede únicamente de las tecnologías y los modelos de negocio; también puede ser desencadenada por acontecimientos políticos, alteraciones climáticas o una crisis sanitaria de gran alcance. Como empresa que opera a escala global en un mundo acelerado, nuestro éxito a largo plazo requiere que vigilemos y nos adaptemos continuamente a los importantes cambios sociales, medioambientales, económicos, políticos y tecnológicos.

Las megatendencias analizadas en este informe ya existían antes de la actual pandemia y seguirán desarrollándose tras ella. La COVID-19 ha agravado y acelerado su impacto, haciéndolo aún más relevante.

Progreso tecnológico



Las nuevas tecnologías están surgiendo rápidamente, entre ellas la robótica, la inteligencia artificial y la realidad virtual. Las empresas de bienes de consumo han estado a la vanguardia de la innovación digital en marketing y ventas. La automatización y las soluciones digitales también están ampliamente implementadas en las cadenas de fabricación y suministro, introduciendo riesgos relacionados con los patrones de empleo, la privacidad de los datos y los derechos humanos. Adoptar un enfoque consciente y proactivo para dar forma al futuro del empleo permitirá a las empresas responder a la necesidad y el deseo de las personas de contar con seguridad de ingresos, bienestar, empoderamiento y propósito, garantizando que las vidas se enriquezcan con los avances tecnológicos y que las personas de toda la sociedad puedan prosperar gracias a la igualdad de acceso a las nuevas oportunidades.

Impacto de la COVID-19

La digitalización se ha convertido en un imperativo que ha cambiado el funcionamiento de las empresas y la vida de los consumidores. Las empresas han acelerado la digitalización de sus interacciones con los clientes y la cadena de suministro y de sus operaciones internas. Durante la pandemia, los consumidores han migrado a los canales online, y las empresas han respondido a su vez. Las empresas han experimentado una aceleración similar en la digitalización de las principales operaciones internas, como administración, producción, I+D y trabajo a distancia.

Cómo estamos respondiendo

Los avances en la ciencia y la tecnología, incluso fuera de nuestra industria, están afectando a nuestros productos, modelo de negocio y cadena de valor. Nos han permitido desarrollar y fundamentar científicamente productos innovadores sin humo. La adopción de sistemas y herramientas tecnológicas de vanguardia y la creación de nuevas capacidades están acelerando nuestra transformación de un modelo comercial de empresa a empresa (B2B) hacia un modelo comercial cada vez más de empresa a consumidor (B2C), un modelo que requiere la participación directa del consumidor, las ventas online y la asistencia posventa. En 2020, durante un año difícil que no permitió mucha interacción social, la tecnología nos permitió migrar cada vez más de un modelo offline a uno online. Esto significa que hemos podido acelerar con éxito el despliegue de nuestra plataforma de comercio electrónico, así como el asesoramiento a distancia para acompañar a los fumadores en su viaje de conversión a los productos sin humo. También aprovechamos la tecnología para apoyar nuestras actividades en toda la cadena de valor, por ejemplo, utilizando las imágenes por satélite para evaluar los riesgos de deforestación o la telemática para minimizar los accidentes de tráfico. A medida que cambia el mundo del empleo, también ampliamos los programas de aprendizaje permanente que permiten a los empleados mejorar sus oportunidades profesionales y potenciar su capacidad de empleo.

Valores y expectativas del consumidor



Los consumidores están cada vez más interesados en conocer el impacto social y medioambiental de los productos que compran y están cambiando sus pautas de consumo en consecuencia.

Para mitigar el impacto negativo de su consumo, se centran en la sostenibilidad; la capacidad de reutilizar, reparar y reciclar los productos; y los ingredientes y atributos de los productos (por ejemplo, orgánicos, naturales, producidos localmente). Además, los consumidores esperan una experiencia fluida en todos los canales. Valoran la experiencia global más que el canal y aprecian las marcas que llevan el servicio de lo puramente comercial a lo personal.

Impacto de la COVID-19

A medida que los ciudadanos de todo el mundo se adaptan a la nueva normalidad, se producen variaciones significativas en el sentimiento y el comportamiento de los consumidores. La COVID-19 ha supuesto un cambio sin precedentes en las prioridades y los canales de compromiso de consumidores y empresas. Cuando la amenaza de infección se extendió por todo el mundo, los patrones de consumo se desplazaron hacia los bienes esenciales y la seguridad personal, aparentemente quitando prioridad a la sostenibilidad. Sin embargo, ahora que están saliendo del aislamiento, los consumidores están replanteándose sus valores y premiando a las marcas que operan con un propósito claro más allá de los beneficios.

Cómo estamos respondiendo

Nosotros continuamos con una transición hacia una organización enfocada en el consumidor. Sus opiniones influyen continuamente en el desarrollo y la mejora de nuestros productos y les atendemos través de una gran variedad de canales, tanto offline —por ejemplo, nuestras tiendas IQOS y los puntos de venta exclusivos de IQOS— y online cada vez más. Además de ofrecer a los fumadores adultos una alternativa menos dañina a los cigarrillos, pretendemos reducir la huella medioambiental de nuestros productos integrando consideraciones de ecodiseño y circularidad en las primeras fases del desarrollo de los mismos, así como reforzando nuestras capacidades de recogida y recuperación de dispositivos y consumibles usados.

Centro de investigación de plantas de PMI, donde el equipo explora las vías de selección de cultivos para una mayor resistencia ambiental y una huella reducida, Suiza

Presión medioambiental



Los líderes empresariales deben considerar los riesgos medioambientales desde una nueva perspectiva. El impacto del cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la inseguridad del agua (entre otros) amenazan más que las cadenas de suministro y la infraestructura física; ponen en peligro el progreso y el crecimiento de las empresas al exacerbar las perturbaciones a nivel de sistemas para los clientes, los inversores, los empleados y las comunidades. Para evitar el impacto climático catastrófico será necesario reducir drásticamente las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero para limitar el calentamiento global a 1,5 grados centígrados. La descarbonización de la economía mundial será una de las mayores transformaciones jamás emprendidas.

Impacto de la COVID-19

La pandemia de COVID-19 se ha producido con el telón de fondo de la crisis climática. Hay signos esperanzadores de que la experiencia mundial de la pandemia y las lecciones aprendidas ayudarán a movilizar la respuesta climática. Como comunidad global, hemos comprobado lo interconectados y dependientes que estamos los unos de los otros y la naturaleza. La propagación de la pandemia y el número de víctimas que ha provocado han puesto de manifiesto la necesidad de actuar con decisión y de forma colectiva frente a las amenazas existenciales globales.

Cómo estamos respondiendo

La neutralidad del carbono sigue siendo una de nuestras principales prioridades. Apoyamos el Acuerdo de París y hemos revisado nuestros objetivos, haciéndolos más ambiciosos en línea con las recomendaciones del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) destinadas a estabilizar el aumento de la temperatura global por debajo de los 1,5 grados centígrados acordados internacionalmente. Nuestros esfuerzos se extienden más allá de nuestro propio negocio a toda nuestra cadena de valor, y nuestras estrategias tienen en cuenta las interdependencias entre los distintos retos medioambientales. Tratamos de abordar nuestro impacto medioambiental de forma integral, aplicando un enfoque panorámico, ya que trabajamos para evitar el vertido de colillas, integrar los principios de diseño ecológico en nuestros productos sin humo, combatir la deforestación, proteger la biodiversidad, gestionar el agua de forma responsable y reducir los residuos.

Financiación sostenible



Cada vez son más las partes interesadas que exigen que los mercados de capitales pasen de un comportamiento percibido como de corto plazo, aislado y a veces excluyente, a un modelo de capitalismo a largo plazo, inclusivo y sostenible. Los inversores van cada vez más allá de un modelo tradicional de riesgo-rentabilidad para preguntarse cómo pueden utilizar el capital como motor de cambio. Las decisiones de inversión integran cada vez más los criterios medioambientales, sociales y de gobierno (ASG), que están creciendo en sofisticación desde los enfoques iniciales indiferenciados, y se espera que aumenten drásticamente en la próxima década. La normalización, medición y acumulación de datos no financieros es necesaria para ayudar al sector financiero a tomar decisiones de inversión más sostenibles.

Impacto de la COVID-19

La pandemia ha puesto de manifiesto la complejidad e interconexión de nuestro mundo y la rapidez con que estos vínculos y soportes estructurales pueden colapsar si no son sostenibles. La atención a la inversión ASG y a las finanzas y negocios sostenibles se intensificó el año pasado, ya que la crisis de la COVID-19 aceleró la demanda de soluciones basadas en la sostenibilidad. Desde la construcción de catálogos sostenibles hasta las bolsas de valores especializadas y los mercados de bonos verdes, muchos inversores han trabajado para infundir una finalidad en sus enfoques de inversión.

Cómo estamos respondiendo

Aunque está en sus inicios, creemos que la forma en que se aplica actualmente la inversión ASG todavía no está captando el poder del proceso para hacer que se produzca un verdadero cambio, ya que utiliza sobre todo la selección negativa, que tiende a excluir industrias controvertidas como el tabaco. Esto hace poco por incentivar a las empresas e industrias para que realicen un cambio positivo o, lo que es más importante, para fomentar un cambio en el comportamiento de los consumidores. Lo que hace una empresa es al menos tan importante como el modo en que lo hace, y no todas las empresas de un sector son iguales. En octubre de 2020, anunciamos que nuestra directora de sostenibilidad dependería directamente del director financiero de PMI, ya que estamos convencidos de que la plena integración de los factores ASG en nuestra estrategia empresarial puede mejorar significativamente tanto nuestra sostenibilidad como nuestro rendimiento financiero. Este era el siguiente paso lógico tras la adopción por parte de nuestro consejo de administración de la **PMI Statement of Purpose** en 2020 y nuestro cambio a los informes integrados en 2019. Estos desarrollos subrayan que los ASG son fundamentales para el rendimiento y el éxito de PMI, y demuestran además que, en PMI, la sostenibilidad y el rendimiento empresarial no siguen caminos separados; están totalmente interrelacionados y se refuerzan mutuamente, y se organizan y presentan a todas las partes interesadas, incluidos los inversores, de forma integrada.

Desigualdad social



La desigualdad social puede manifestarse en el mercado laboral, la fuente de ingresos, la atención sanitaria y la libertad de expresión, educación, representación política y participación; es una preocupación ética y moral a nivel mundial. Promover la igualdad es un ideal común a todas las culturas, un principio que debe defenderse y perseguirse activamente. Aunque la desigualdad mundial ha disminuido en los últimos 30 años, ha aumentado considerablemente en algunos países. La globalización ha aumentado la oferta de mano de obra barata al integrar los mercados emergentes en la economía mundial, desplazando así los empleos de bajos ingresos en las economías avanzadas. Los avances tecnológicos han aumentado la demanda de mano de obra cualificada a expensas de los trabajadores poco cualificados en todas partes, y la migración ha aumentado la oferta de mano de obra en las economías avanzadas.

Impacto de la COVID-19

La COVID-19 puede acabar siendo el revés de desarrollo más importante de nuestra vida. La pandemia está revirtiendo décadas de progreso en la reducción de la pobreza, la promoción de la educación, las mejoras sanitarias y el bienestar general, ya que los medios de vida de miles de millones de personas se están viendo afectados negativamente. Hay indicadores de que la pandemia puede haber empujado a otros 100 millones de personas o más a la pobreza extrema, con un impacto devastador en la igualdad. Las mujeres, junto con las minorías y las poblaciones pobres, ancianas, discapacitadas y migrantes, han soportado las peores consecuencias de la pandemia.

Cómo estamos respondiendo

Nosotros pagamos a nuestros empleados lo mismo por el mismo trabajo, y nos proponemos ofrecerles las mismas oportunidades independientemente del sexo, la identidad de género, el país de origen, la edad u otras características personales. Nuestra certificación global EQUAL-SALARY verifica que PMI paga a hombres y mujeres lo mismo por el mismo trabajo en todos los lugares donde operamos, y nos comprometemos a fomentar la equidad en el lugar de trabajo, recompensando a los empleados en función de su rendimiento. Nuestro objetivo es reducir las diferencias salariales entre hombres y mujeres a través de una serie de iniciativas enfocadas en mejorar el equilibrio de género entre nuestros líderes. También nos comprometemos a mantener, al menos, un salario digno para todos nuestros empleados. Estos esfuerzos para abordar la desigualdad de ingresos se extienden a nuestra cadena de suministro, ya que pretendemos que los agricultores que nos abastecen de tabaco tengan unos ingresos dignos.

Sostenibilidad en PMI

Nuestro propósito de lograr un futuro sin humo debe llevarse a cabo de forma sostenible.

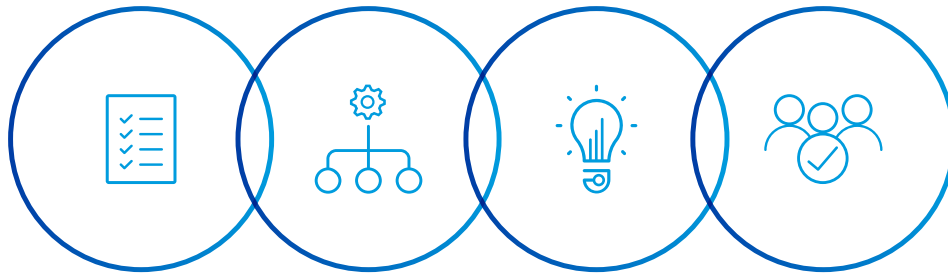
Para PMI, la sostenibilidad es una oportunidad para la innovación, el crecimiento y la creación de valor a largo plazo, y un medio para minimizar los factores externos negativos, al tiempo que se maximiza la eficiencia operativa y la asignación de recursos. La sostenibilidad está en el centro de la transformación de PMI y ayuda a abordar algunos de los retos derivados de esta transición, al tiempo que estimula la innovación y asegura el éxito a largo plazo.

Nuestro mensaje en la búsqueda de un futuro sin humo es claro: Aquellas personas que no fuman no deberían empezar a hacerlo, los que fuman deberían

dejarlo y los que no lo dejan deberían considerar el cambio a una alternativa mejor. Nuestra prioridad es hacer frente al impacto en la salud asociado al hábito de fumar, animando a los fumadores adultos a cambiar a alternativas mejores y con base científica, para acabar eliminando los cigarrillos.

Por lo tanto, abordar las repercusiones del hábito de fumar en la salud requiere un enfoque de tres partes:

1. **Desarrollar y comercializar mejores alternativas.**
2. **Proporcionar amplio acceso a los fumadores adultos que no van a dejar de fumar para garantizar que estos productos aceleren el descenso de la prevalencia del hábito de fumar.**
3. **Trabajar para que estos productos acaben sustituyendo a los cigarrillos. Esta es la contribución más importante que podemos hacer a la salud pública y es la piedra angular del propósito y la estrategia empresarial de PMI.**



Mitigación de riesgos y cumplimiento

Eficiencia operativa y de recursos

Innovación tecnológica y crecimiento

Propósito, valor e impacto

Estudio de casos empresariales del IMD sobre la transformación de PMI: Fuente de debate y reflexión en el aula

“Uno de los principales problemas que veo en las empresas —y no solo en las tabaquerías— es lo difícil que resulta definir lo que significa específicamente la sostenibilidad para ellas. En una empresa que fabrica chocolates o coches, ¿qué aspectos de la sostenibilidad son importantes para su actividad principal? ¿Definimos la sostenibilidad simplemente como “mitigación del daño”? ¿O necesita demostrar un impacto positivo? ¿Lo definimos en función de los productos o servicios que presta? Estas preguntas se aplican a

todos los sectores y pueden crear un debate interesante en clase para que mis alumnos y los participantes en el IMD tengan una experiencia original y debatan sobre algo que es muy controvertido. Debatir sobre el impacto del negocio del tabaco en la sociedad conlleva fuertes reacciones emocionales, que influyen en la disposición de las distintas partes interesadas a considerar siquiera la posibilidad de un impacto positivo. Esas mismas emociones se expresan en clase, haciendo de este caso una plataforma de lanzamiento para un profundo análisis y un aprendizaje reflexivo”.

Profesora Vanina Farber, PhD, directora de IMD, eia Center for Social Innovation

Los estudios de casos empresariales —disponibles en The Case Center y en la tienda online de Harvard Business Review— se basan en la idea de que las partes interesadas tienen un papel esencial en la transformación de PMI y que sus agendas pueden acelerar o ralentizar el proceso. Profundizan en el propósito, la materialidad y la información integrada. ¿Confían las partes interesadas en la transformación de PMI? ¿Están dispuestos a comprometerse con ella? ¿O se desvincularán y dejarán de invertir en el impulso del cambio? ¿Qué importancia tiene el entorno no comercial para el éxito de PMI en su modelo empresarial?

PMI's Vision of a Smoke-Free Future: Can a Tobacco Company Be Sustainable?

Farber, V.; Olyne, N.
Institute for Management Development (IMD)

A World Without Cigarettes? Actions Speak Louder Than Words

Farber, V.; Jaén, M.
Institute for Management Development (IMD)

A World Without Cigarettes? Building a Sustainability Materiality Matrix

Farber, V.; Jaén, M.
Institute for Management Development (IMD)

Descargo de responsabilidad: Los estudios de casos empresariales del IMD se han escrito de forma independiente, no han sido encargados ni pagados por el PMI, y la profesora Farber y sus coautores no han recibido ningún beneficio económico ni incentivo de PMI por escribir estos casos.

Marco estratégico

Nuestro enfoque de la sostenibilidad está estructurado en torno a cuatro pilares de actuación y dos niveles de temas. Proporciona el marco a través del cual respondemos a los retos y oportunidades de la sostenibilidad.

Para convertirnos en una empresa sostenible, debemos hacer todo lo posible para sustituir completamente los cigarrillos por alternativas mejores y sin humo. Por ello, innovar para mejorar los productos es el núcleo de nuestra estrategia. Nuestros otros pilares estratégicos son la gestión eficaz de los temas operativos, las cuestiones sociales y los asuntos medioambientales.

Nuestra agrupación de temas en dos niveles se basa en el análisis de materialidad de la sostenibilidad que realizamos en 2018 y que actualizamos en 2019. Dicho análisis identificó 10 áreas de atención prioritaria —o “temas de nivel 1”— en nuestros cuatro pilares de acción, que se analizan con detalle en este informe. Los temas del nivel 2 también se mencionan aquí y se describen con más detalle en [PMI.com](#).

En la sección **Gobierno y gestión** de este informe, describimos cómo se integra la sostenibilidad en toda nuestra empresa y cómo delegamos la responsabilidad en los encargados de las diferentes funciones vinculadas a los principales impactos que podrían abordar.



Materialidad de la sostenibilidad

Partiendo del ejercicio de 2018, refrescamos nuestra evaluación de materialidad a finales de 2019 para asegurarnos de que centramos los recursos en conseguir el mayor impacto. La evaluación tuvo en cuenta las opiniones de más de 800 partes interesadas, internas y externas. También incluyó una evaluación del impacto en el desarrollo sostenible y nos permitió identificar las tendencias emergentes. Nuestra actualización de la materialidad de la sostenibilidad en 2019 (realizada conforme a la orientación de la Iniciativa Mundial para la Presentación de Informes) informó del desarrollo de nuestra Hoja de ruta de 2025.

La materialidad de la sostenibilidad es un proceso a través del cual nuestra empresa identifica, evalúa y prioriza los problemas mediante la recopilación de información de una serie de fuentes. Estas fuentes varían en complejidad e incluyen información cuantitativa y cualitativa, tanto financiera como no financiera. Una rigurosa evaluación de la materialidad garantiza que nuestra estrategia, nuestro trabajo y nuestros informes cubren los temas adecuados de la manera correcta; esto nos permite medir los avances con respecto a nuestra hoja de ruta de la sostenibilidad.

Para asegurarnos de que la estrategia se mantiene actualizada y es capaz de cumplir de la mejor manera posible con las expectativas de nuestras partes interesadas, y de que nuestras iniciativas siguen abordando aquellos temas en los que la empresa puede tener un mayor impacto, tenemos previsto realizar una nueva evaluación exhaustiva de la materialidad de la sostenibilidad en 2021. Esto nos permitirá reevaluar, recalibrar y reafirmar nuestros objetivos. Comunicaremos los resultados en nuestro próximo informe.

[Leer el informe de PMI Sustainability Materiality Report 2019](#)

Materialidad: Punto de vista de PMI

[Leer más >](#)

Evaluación del impacto: Exigir responsabilidades de sostenibilidad

La valoración del impacto es un método por el que las empresas identifican, comprenden, mejoran y demuestran los beneficios y costes de sus actividades para la sociedad y el medioambiente, traducidos en términos monetarios.

Para apoyar la creación de una norma mundial de medición y valoración del impacto para monetizar y divulgar los impactos de la actividad empresarial, PMI se unió a otras empresas en 2019 para cofundar la **Value Balancing Alliance** (VBA), una organización sin ánimo de lucro.

En 2020, pusimos a prueba una primera versión de la metodología VBA con un conjunto de nueve temas ambientales, sociales y económicos que abarcaban las operaciones y las cadenas de suministro ascendentes de las empresas. Un equipo multifuncional de expertos internos de PMI aplicó la metodología para evaluar los impactos de nuestra empresa, participó en sesiones de aprendizaje entre colegas y proporcionó comentarios para informar sobre el trabajo del VBA. La metodología piloto fue puesta a disposición del público por VBA a principios de 2021; puede encontrarla [aquí](#).

“Medir y valorar los impactos económicos sociales y medioambientales puede mejorar la comprensión de la materialidad y las interdependencias de los impactos positivos y negativos de las empresas. Promueve un enfoque multifuncional para abordar el impacto y es un paso esencial para documentar un proceso de toma de decisiones que se base en una comprensión integral de las contribuciones de valor de las empresas y sus efectos en la sociedad. Sin embargo, para que la valoración del impacto sea ampliamente adoptada y relevante para las empresas y todas las partes interesadas, creemos que debe apoyarse en una metodología común”.

Andreas Kurali, vicepresidente y controlador de PMI

El ejercicio confirmó que una parte importante de nuestro impacto se encuentra en la cadena de suministro y nos permitió definir ese impacto en términos monetarios. También arrojó luz sobre la necesidad de mejorar la metodología VBA para considerar otras mejores prácticas de sostenibilidad emergentes o existentes en los modelos de cálculo, incluidas las relacionadas con los bosques gestionados de forma sostenible o los programas de aprendizaje permanente de los empleados. Por último, el ejercicio de la metodología demostró ser valioso al proporcionar información sobre los vínculos entre el impacto social y la macroeconomía. Esto nos permite tener en cuenta dichos vínculos en la fijación de estrategias y la previsión de escenarios.

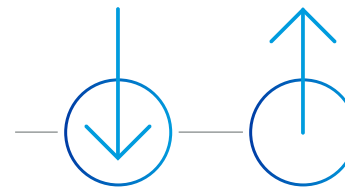
A lo largo de los próximos dos años, PMI y los demás miembros corporativos de la VBA seguirán ampliando la metodología para cubrir temas adicionales y promover las prácticas de gestión integradas. Tenemos previsto seguir comunicando los resultados del ejercicio de valoración del impacto a medida que avancemos en el tema. También estudiaremos cómo aprovechar los resultados de nuestras evaluaciones de valoración para fundamentar las decisiones empresariales.

“Nos alegramos de que líderes del sector como PMI sean miembros de VBA e impulsen el movimiento para integrar los aspectos medioambientales, sociales y humanos en la toma de decisiones y la divulgación hacia una economía más sostenible”.

Christian Heller, director ejecutivo de Value Balancing Alliance

Evaluación del impacto

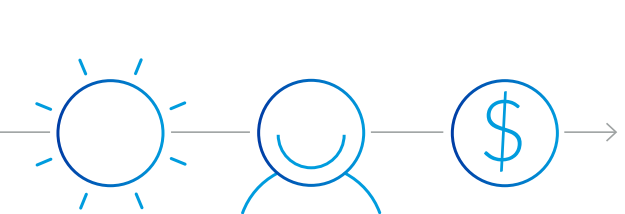
Informes tradicionales



Entrada
¿Qué recursos se han utilizado para las actividades empresariales?

Salida
¿Qué actividades se han realizado?

Medición y valoración del impacto



Resultado
¿Qué ha cambiado como resultado de las actividades empresariales?

Impacto
¿Cómo afecta el resultado a la sociedad?

Valor del impacto
¿Cómo valora la gente el cambio en el bienestar debido al impacto?

Nota: Visual adaptado del Value Balancing Alliance, Methodology Impact Statement General Paper, Version 0.1 (febrero de 2021)

Materialidad de la sostenibilidad

Partiendo de nuestro ejercicio de 2018, refrescamos

Evaluación del impacto: Exigir responsabilidades de sostenibilidad

El ejercicio confirmó que una parte importante de nuestro impacto se encuentra en nuestra cadena de suministro y nos permitió definir ese impacto en términos monetarios. También arrojó luz sobre la necesidad

Materialidad simple, materialidad doble y materialidad dinámica: Punto de vista de PMI

La Taxonomía de la UE y el Consejo emisor de normas de sostenibilidad que proponen los fideicomisarios de la Fundación IFRS distinguen entre "materialidad simple" y "materialidad doble". En resumen, la materialidad simple se refiere a las cuestiones de sostenibilidad que son importantes para la creación de valor de la empresa, es decir, la perspectiva de los inversores. Como se indica por primera vez en las Directrices no vinculantes sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión de la UE de 2017, se hizo referencia a la "materialidad doble" para explicar que los riesgos y las oportunidades pueden ser importantes tanto desde una perspectiva financiera como no financiera. En otras palabras, las cuestiones o la información que son importantes para los objetivos medioambientales y sociales pueden tener consecuencias financieras a lo largo del tiempo. Un ejemplo es cualquier factor externo negativo creado por operaciones, productos y servicios de la empresa del que el mercado no considere responsable a la misma o, a la inversa, cualquier factor externo positivo del que el mercado no dé crédito a la empresa. Nuestra evaluación de la materialidad tiene en cuenta la simple y la doble. Por último, el concepto de "materialidad dinámica" explica cómo los temas que importan a la sociedad

pueden llegar a ser importantes para los inversores, a veces rápidamente, como en la respuesta de una empresa a la COVID-19, y a veces lentamente, como en el caso del cambio climático y, cada vez más, de la desigualdad social. Nuestra evaluación de materialidad tuvo en cuenta las megatendencias y la evolución del contexto en el que operamos, y destacó los temas de sostenibilidad que se espera que ganen importancia en el futuro. La línea entre la materialidad simple y la doble es frágil: Como empresa tabaquera, nuestro producto es un claro ejemplo de cómo una cuestión de "materialidad doble" puede convertirse en una de "materialidad simple". Los inversores reconocen cada vez más los beneficios de cambiar a productos sin humo en los modelos de negocio a largo plazo de las empresas tabaqueras. Nosotros creemos que las empresas tabaqueras tienen que mitigar sus factores externos negativos, hacer una clara contribución a la salud pública y seguir avanzando hacia la producción de factores positivos, como pretendemos hacer al aventurarnos más allá de la nicotina. Creemos que los inversores recompensarán a las empresas tabaqueras que se muevan con rapidez y eficacia para sustituir los cigarrillos por productos menos dañinos. La combinación de la

normativa, la innovación y la creciente atención de los inversores a la inversión sostenible ha creado una dinámica que ha hecho que la naturaleza de materialidad doble del producto de los cigarrillos esté ahora en el centro de las cuestiones de materialidad simple que son importantes para la creación de valor empresarial en una empresa tabaquera. Tenemos previsto realizar una nueva evaluación de la materialidad de la sostenibilidad en 2021, y revisar e incorporar en mayor medida los conceptos de materialidad doble y dinámica cuando sea relevante en nuestro análisis.

“Nos alegramos de que líderes del sector como PMI sean miembros de VBA e impulsen el movimiento para integrar los aspectos medioambientales, sociales y humanos en la toma de decisiones y la divulgación hacia una economía más sostenible”.

Christian Heller, CEO de Value Balancing Alliance

...n y valoración del impacto

Materialidad: punto de vista de PMI

Leer más >

decisiones que se base en una comprensión integral de las contribuciones de valor de las empresas y sus efectos en la sociedad. Sin embargo, para que la valoración del impacto sea ampliamente adoptada y relevante para las empresas y todas las partes interesadas, creemos que debe apoyarse en una metodología común”.

Andreas Kurali, vicepresidente y controlador de PMI

Entrada

¿Qué recursos se han utilizado para las actividades empresariales?

Salida

¿Qué actividades se han realizado?

Resultado

¿Qué ha cambiado como resultado de las actividades empresariales?

Impacto

¿Cómo afecta el resultado a la sociedad?

Valor del impacto

¿Cómo valora la gente el cambio en el bienestar debido al impacto?

Nota: Visual adaptado del Value Balancing Alliance, Methodology Impact Statement General Paper, Version 0.1 (febrero de 2021)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible es un llamamiento universal a la acción para hacer frente a los desafíos mundiales. En PMI, nos comprometemos a hacer nuestra parte para que los ODS de la ONU sean una realidad.

Aunque ninguno carece de importancia, nos afectan y nos vemos afectados por diferentes objetivos en distintos grados. En 2019, basándonos en nuestra evaluación actualizada de la materialidad de la sostenibilidad, revisamos nuestra contribución a los ODS para identificar las áreas en las que tenemos la oportunidad de marcar la mayor diferencia, conforme a nuestras prioridades de sostenibilidad. Como resultado, para cada uno de nuestros temas del nivel 1, identificamos los ODS primarios a los que PMI puede contribuir, así como los ODS secundarios.

Este año hemos dado un paso más. Para añadir más visibilidad y detalle, hemos profundizado en nuestro análisis y hemos cotejado en nuestro **SDG Index** nuestros esfuerzos y ambiciones con las metas de los ODS de la ONU para cada uno de nuestros temas de sostenibilidad.

Los objetivos están interconectados y tienen influencia mutua. Hemos desarrollado iniciativas para abordar sistemáticamente los retos de sostenibilidad más importantes que nos afectan, tanto al negocio como a las partes interesadas. A través de nuestra transformación de negocio, aspiramos a tener un impacto significativo y positivo en el ODS 3 (Buena salud y bienestar), al tiempo que contribuimos a otros ODS y sus metas correspondientes.

TEMAS DEL NIVEL 1	ODS PRIMARIOS	ODS SECUNDARIOS
Impacto de los productos en la salud		
Acceso a los productos sin humo		
Prácticas de marketing y ventas responsables		
Gestión sostenible de la cadena de suministro		
Respeto de los derechos humanos		
Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco		
Salud, seguridad y bienestar en el trabajo		
Protección climática		
Prevención del vertido de basuras		
Diseño ecológico y circularidad		



Conectividad y compensaciones

Los retos de sostenibilidad no están aislados. A menudo están relacionados entre sí, y sus interdependencias —incluyendo la dirección de la causalidad y la magnitud— deben ser tenidas en cuenta a la hora de elaborar una solución adecuada.

Estas soluciones pueden reforzarse mutuamente. Por ejemplo, la gestión sostenible de la cadena de suministro puede ser un catalizador para avanzar en la protección del clima o las condiciones laborales justas. Otro ejemplo: la protección de los bosques es clave para la estabilidad climática y la conservación de la biodiversidad, y fundamental para el bienestar socioeconómico de las comunidades rurales que cultivan tabaco.

Sin embargo, en otros casos, abordar un tema concreto puede limitar la forma de abordar otro. Por ejemplo, un tema de suma importancia para nosotros es el “acceso a los productos sin humo”, uno de cuyos aspectos esenciales es crear conciencia de que existen y están disponibles alternativas menos dañinas (en las jurisdicciones que lo permiten). Aunque hagamos todo lo posible por llegar a todos los fumadores adultos que seguirán fumando, debemos limitar cuidadosamente nuestras iniciativas de concienciación a la vista de otro tema igualmente importante: “las prácticas de marketing y ventas responsables”. Lo hacemos para minimizar las consecuencias no deseadas, incluido el riesgo de que nuestros mensajes (sobre productos sin humo) lleguen a públicos no deseados, como los no fumadores y los jóvenes.

Dada la naturaleza multifacética y compleja del desarrollo sostenible, estas compensaciones son inherentes a la toma de decisiones. En algunas circunstancias, nos vemos obligados a hacer sacrificios en un área de sostenibilidad para obtener beneficios en otra. Más allá de las dependencias naturales entre los temas de sostenibilidad, las compensaciones también pueden derivarse de los intereses contrapuestos de las distintas partes interesadas, de los conflictos entre las prioridades a corto y largo plazo y de las repercusiones de las tendencias externas que configuran el contexto en el que operamos.

En PMI también se producen compromisos necesarios debido a nuestra transformación de negocio. Por ejemplo, para nosotros, es prioritario abordar nuestra principal responsabilidad externa sustituyendo los cigarrillos por alternativas menos dañinas. Aunque nuestra huella medioambiental es pequeña en comparación con la de otras empresas de bienes de consumo rápido, nuestra transformación va en contra de los esfuerzos de conservación que realizamos. Por ejemplo, el proceso de fabricación de las unidades de tabaco calentado usa más energía y agua que los cigarrillos actuales. En este informe, explicamos cómo abordamos este problema y aumentamos la eficiencia para mitigar esta tendencia.

Por poner otro ejemplo, sabemos que con el crecimiento de nuestra línea de negocio sin humo hay una reducción simultánea de la de los cigarrillos, lo que se traduce en una disminución gradual de la demanda de hojas de tabaco. Este cambio tiene un impacto innegable en nuestros agricultores contratados. Lea acerca de cómo tratamos de minimizar los efectos negativos de esa compensación [aquí](#).

Al diseñar nuestras estrategias y programas, es vital que comprendamos bien, analicemos y tengamos en cuenta las situaciones de compromiso forzado. Nos esforzamos por minimizar las compensaciones, guiados por nuestra evaluación de la materialidad de la sostenibilidad. Si se abordan adecuadamente, algunas compensaciones también pueden ser una fuente de innovación, ya que tales compromisos nos presionan para desarrollar planes para abordar las tensiones creadas. La incorporación de un enfoque integrado de la sostenibilidad en nuestra empresa nos permite supervisar y abordar múltiples cuestiones simultáneamente, identificando soluciones eficaces que aprovechan las interdependencias para progresar. Lea, por ejemplo, nuestro [estudio de caso](#) en el que se describen las estrategias integrales que hemos aplicado para hacer frente a nuestro impacto medioambiental en Malawi.



Una línea de producción de cigarrillos (derecha) y otra de unidades de tabaco calentado (izquierda) en nuestras instalaciones de Neuchâtem, Suiza

Nuestra hoja de ruta para 2025

Además de informar de forma transparente sobre los avances, es crucial tener objetivos de futuro que fundamenten la ruta de nuestro plan a largo plazo. En consecuencia, en 2020 introdujimos un conjunto de objetivos ambiciosos para cada uno de nuestros temas de nivel 1. Conocidos colectivamente como Hoja de ruta para 2025, corresponden a las áreas en las que creemos que nuestra empresa puede tener un impacto más significativo.

A pesar de los retos sin precedentes que ha traído la pandemia mundial, no nos hemos desviado de nuestros esfuerzos por convertirnos en una empresa sostenible. En 2020, nos mantuvimos centrados en la consecución de nuestras aspiraciones y realizamos notables avances en muchos de nuestros temas prioritarios.

En 2021, tenemos previsto desarrollar aún más nuestros procesos mediante la estructuración de indicadores clave de rendimiento (KPI) relacionados con nuestros objetivos deseados. En nuestro próximo informe comunicaremos nuestros avances en este sentido.

Impacto de los productos en la salud y acceso a los productos sin humo

Ampliar el acceso de los fumadores adultos a los productos sin humo que están científicamente probados como alternativas menos dañinas a los cigarrillos

>40m

Número de fumadores adultos en todo el mundo que se pasan a los productos sin humo de PMI y dejan de fumar



A finales de 2020, estimamos que, de los 17,5 millones de usuarios totales de IQOS, 12,7 millones habrán cambiado a IQOS y dejado de fumar. De de ellos, 4,3 millones viven en países no pertenecientes a la OCDE.

>20m

Número de fumadores adultos en países no pertenecientes a la OCDE que cambian a productos sin humo de PMI y dejan de fumar



100

Mercados en los que se venden productos sin humo de PMI



En 2020, lanzamos IQOS en 12 mercados adicionales. Esto elevó a 64 el número total de mercados en los que se comercializaba el producto a 31 de diciembre de 2020. Entre estos mercados, 33 se encontraban en países no pertenecientes a la OCDE.

- Sin empezar
- Progreso, pero con retos
- Progreso en curso
- Progreso, más allá de lo previsto
- Completado

Prácticas de marketing y ventas responsables

Comercializar nuestros productos de forma responsable, evitando que los jóvenes accedan a ellos y los utilicen

>90%

Programas de prevención del acceso de los jóvenes (YAP) en los mercados que representan más del 90% del volumen total de envíos de PMI para 2020



A finales de 2020, los mercados que representan más del 94% del volumen total de envíos de PMI habían desarrollado y comenzado a aplicar los planes YAP, en los casos en que se permite, teniendo en cuenta las restricciones de la COVID-19 impuestas por los gobiernos locales.

100%

Porcentaje de dispositivos electrónicos sin humo de PMI introducidos en el mercado a partir de 2023 equipados con tecnología de verificación de edad



En agosto de 2020, lanzamos nuestro producto de vapor electrónico IQOS VEEV en Nueva Zelanda, nuestro primer dispositivo electrónico equipado con tecnología de verificación de edad.

Gestión sostenible de la cadena de suministro

Integrar aún más la sostenibilidad en nuestras prácticas de compras, aprovechando las oportunidades de crear un impacto social y medioambiental duradero

100%

Porcentaje de proveedores críticos de los que PMI se abastece de forma sostenible



En 2020, se ha evaluado el cumplimiento de nuestros Principios de Abastecimiento Responsable para el 95% del gasto crítico de PMI en proveedores no relacionados con el tabaco. En nuestro suministro de tabaco, compramos el 99% a través de contratos directos entre los agricultores y PMI o nuestros proveedores de tabaco, y los técnicos de campo pudieron supervisar la implementación de nuestro programa de buenas prácticas agrícolas (GAP) en las explotaciones contratadas. En general, estimamos que el 67% de nuestro gasto en proveedores críticos se abasteció de forma sostenible en 2020.

Respeto de los derechos humanos

Salvaguardar los derechos humanos de las personas afectadas por nuestras actividades

10

Países de mayor riesgo cubiertos por evaluaciones externas de impacto sobre los derechos humanos



Realizamos dos evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos en 2020, con lo que llegamos a un total de cuatro evaluaciones completadas en países de alto riesgo hasta la fecha. Seguimos de cerca la posterior aplicación de los planes de acción acordados en esos países.

Nuestra hoja de ruta para 2025 (continuación)

Bienestar socioeconómico de los agricultores de tabaco

Eliminar el trabajo infantil y proporcionar condiciones de trabajo seguras y justas en las explotaciones de tabaco, y promover unos ingresos dignos para los agricultores

100%

Porcentaje de agricultores contratados que suministran tabaco a PMI y que obtienen ingresos dignos



En 2020, empezamos a realizar estudios de ingresos dignos con expertos externos, que complementarán nuestro análisis interno y nos ayudarán a orientar los esfuerzos para alcanzar nuestro objetivo. También continuamos implementando varias iniciativas destinadas a mejorar los niveles de ingresos en los mercados prioritarios. En 2020, el 48% de los agricultores contratados que suministraban tabaco a PMI obtenían al menos un ingreso digno.

Cero

Cero trabajo infantil en la cadena de suministro de tabaco de PMI



Mantuvimos un enfoque implacable en la prevención de incidentes de trabajo infantil en nuestra cadena de suministro de tabaco, a pesar de los impactos en nuestras iniciativas debido a la COVID-19 y las restricciones relacionadas. Introdujimos una nueva metodología para medir la prevalencia de todos los tipos de incidentes de trabajo infantil entre las explotaciones que contratamos, lo que nos proporciona una mayor visibilidad, ya que nuestro objetivo es erradicar los casos repetitivos y sistémicos, y abordar rápidamente los casos aislados en nuestra cadena de suministro. En 2020, seguimos trabajando para eliminar el 3,5% restante de prevalencia del trabajo infantil en las explotaciones contratadas.

Salud, seguridad y bienestar en el trabajo

Promover un entorno de trabajo seguro y saludable que proteja el bienestar físico y mental de todos durante el trabajo

<0.3

Tasa total de incidentes susceptibles de registro para empleados y contratistas



En 2020, en nuestras fábricas, oficinas y flota, la tasa total de incidentes registrables (TRIR) fue de 0,12 por cada 200.000 horas trabajadas, incluidos nuestros empleados, empleados contratados y contratistas. Estamos orgullosos de los progresos realizados hasta la fecha, pero seguimos siendo cautelosos, ya que las circunstancias excepcionales de 2020 impulsadas por la COVID-19 han influido positivamente en nuestros resultados.

Sin empezar

Progreso, pero con retos

Progreso en curso

Progreso, más allá de lo previsto

Completado

Protección climática

Mitigar el cambio climático reduciendo las emisiones de carbono de nuestras operaciones y de nuestra cadena de valor, aumentando al mismo tiempo nuestra capacidad de recuperación

Cero neto

Lograr la neutralidad de carbono en las operaciones directas de PMI (alcance 1+2) para 2030



En 2020 logramos importantes reducciones absolutas de las emisiones de CO₂e: las emisiones en toda nuestra cadena de valor (alcance 1+2+3) se redujeron en un 18%, y las de nuestras operaciones directas (alcance 1+2) en un 26%. Esto se debió en parte a los impactos relacionados con la COVID-19, pero sobre todo a la aceleración de los esfuerzos hacia nuestros objetivos de neutralidad de carbono. Nuestro progreso en 2020, respaldado por los nuevos objetivos basados en la ciencia y el enfoque revisado de la fijación de precios del carbono, nos hace confiar en que podemos alcanzar nuestro objetivo de neutralidad de carbono en nuestras operaciones (alcance 1+2) antes de 2030.

Cero neto

Lograr la neutralidad de carbono de la cadena de valor de PMI (alcance 1+2+3) para 2050



Prevención del vertido de residuos

Evitar que se tiren nuestros productos a la basura mediante el fomento de un comportamiento adecuado entre los fumadores adultos

-50%

Reducción de la basura de plástico de nuestros productos (frente a 2021)



Dado que el núcleo de nuestra reducción de los residuos plásticos se basa en las actividades de limpieza y en las campañas de concienciación dirigidas a cambiar el comportamiento, los cierres y las interrupciones de la COVID-19 adoptadas en todo el mundo para contener la pandemia nos han impedido avanzar. Durante 2020, nos centramos en establecer asociaciones y en desarrollar una metodología para medir nuestra huella global de residuos plásticos a lo largo del tiempo, y tenemos previsto establecer una base de referencia en 2021.

Ecodiseño de productos y circularidad

Integrar la circularidad al desarrollar nuestros productos, para mejorar la eficiencia y la capacidad de reciclaje, y fortalecer nuestro programa de recogida

100%

Porcentaje de usuarios de productos sin humo de PMI que tienen acceso a la recogida y recuperación de dispositivos y consumibles



Cuando los usuarios de IQOS devuelven dispositivos defectuosos o al final de su vida útil, nuestro programa de logística inversa CIRCLE ayuda a recuperar los materiales para devolverlos a la economía. En 2020, continuamos el despliegue del programa CIRCLE, logrando una cobertura del 48% del volumen de mercado (frente al 39% en 2019), al añadir dos nuevos mercados al programa. En cuanto a los consumibles, avanzamos en el desarrollo de planes de recuperación, pero una serie de complejidades en la configuración de un programa tan innovador retrasó el lanzamiento de nuestros proyectos piloto.

100%

Porcentaje de dispositivos electrónicos sin humo de PMI introducidos en el mercado a finales de 2025 que cuentan con la certificación de diseño ecológico



En 2020, nos centramos en establecer una sólida hoja de ruta y pusimos en marcha un programa para identificar los sistemas de certificación pertinentes para nuestros dispositivos de productos sin humo, en colaboración con expertos de terceros y con información de referencia exhaustiva.

Crear valor

Aprovechamos nuestro propósito y estrategia para crear valor para nuestros accionistas y otras partes interesadas mediante la asignación de nuestro capital humano, intelectual, natural, manufacturado, social y financiero.

Nuestra misión

Acelerar el fin del hábito de fumar

Lo que hacemos

Sustituir los cigarrillos por productos de tabaco y nicotina menos nocivos en beneficio de los adultos que de otro modo seguirían fumando

Los datos se refieren al año natural 2020 o reflejan la situación a 31 de diciembre de 2020

Recursos y relaciones clave



Humanos

Nuestro éxito depende de la dedicación, el talento y el enfoque centrado en el consumidor de nuestros empleados. A finales de 2020, empleábamos directamente a 70.849 personas. Más de 130 nacionalidades están representadas en nuestra plantilla, y el 41,7% de nuestros empleados son mujeres.



Intelectuales

La innovación es la columna vertebral de nuestra transformación empresarial. Hemos invertido 495 millones de dólares en gastos de I+D en 2020, de los cuales el 99% estaban relacionados con productos sin humo. La innovación también guía las mejoras en nuestros procesos, desde el abastecimiento hasta la fabricación, la logística y las ventas.



Naturales

Para fabricar nuestros productos, utilizamos materias primas como productos derivados de la madera, metales, agua y energía. En 2020, nos abastecimos de 281.000 toneladas de tabaco empaquetado, un material vital para nuestros productos. Intentamos utilizar los recursos naturales de forma eficiente y obtenerlos de forma sostenible.



Fabricación

Nuestros activos, como nuestros dos centros principales de I+D, 39 fábricas, 23.000 vehículos, 24 centros de atención al consumidor y 259 tiendas IQOS, nos permiten desarrollar, fabricar y suministrar nuestros productos para satisfacer las demandas de los consumidores.



Sociales

Es fundamental generar confianza con nuestros grupos de interés. Desarrollamos y mantenemos relaciones con una red de más de 28.000 proveedores, 285.900 agricultores contratados, 130 millones de consumidores adultos de nuestras marcas de cigarrillos y cerca de 18 millones de usuarios de IQOS. Nuestras relaciones también se extienden a los minoristas de nuestros productos, a las comunidades en las que operamos, a los funcionarios y reguladores gubernamentales, a las organizaciones no gubernamentales y a las iniciativas de múltiples partes interesadas en las que participamos.



Financieros

Nuestras actividades de negocio requieren capital financiero, que nos esforzamos por asignar de forma eficiente para crear valor. El capital lo aportan nuestros titulares de acciones y deuda, así como el flujo de caja generado por nuestras operaciones. La capitalización de mercado de nuestra empresa a 31 de diciembre de 2020 era de aproximadamente 129.000 millones de dólares y la deuda a largo plazo de PMI era de 31.000 millones de dólares. En ese momento, el crédito a largo plazo de PMI estaba calificado como A por Standard & Poor's y Fitch y A2 por Moody's.

Nuestras prioridades estratégicas

- Hacer crecer las actuales plataformas de productos sin humo a escala mediante la creación de un catálogo superior en todos los segmentos, el valor de la marca IQOS, una experiencia de calidad para el consumidor en los puntos de contacto digitales y físicos a escala, y la expansión geográfica.
- Mantener el liderazgo en nuestro negocio convencional, mediante el desarrollo continuado de la marca y la innovación selectiva, reconociendo al mismo tiempo que su volumen disminuirá si tenemos éxito.
- Desarrollar nuestro catálogo de productos y ecosistemas a largo plazo para el crecimiento futuro e impulsar el progreso material y cuantificable en los sectores prioritarios de la sostenibilidad, garantizando la transparencia y la claridad de los informes de sostenibilidad y la divulgación.
- Conseguir el apoyo de la sociedad en todo el mundo a los productos sin humo y abogar por medidas reglamentarias y fiscales que permitan a los fumadores adultos conocer nuestros productos sin humo y convertirse exclusivamente a ellos con mayor rapidez.
- Lograr el liderazgo en costes y efectivo mejorando la productividad para reinvertir en la expansión de los productos sin humo.
- Ofrecer agilidad de lanzamiento y servicio.

Nuestros elementos estratégicos

- Enfoque en el consumidor
- Modelo de negocio digitalizado
- Personas, cultura, formas de trabajo y organización
- Comunicación en tiempo real con las partes interesadas externas



Centro de I+D de PMI en Neuchâtel, Suiza

Salidas y resultados clave

Humanos

- **12,7 millones** de adultos que se han pasado al IQOS y han dejado de fumar, de los cuales 4,3 millones viven en países no pertenecientes a la OCDE.
- **3,5%** de prevalencia del trabajo infantil en las explotaciones contratadas que suministran tabaco a PMI.
- **0,12** tasa total de incidentes registrables (TRIR) por cada 200.000 horas trabajadas, que incluye a los empleados de PMI, a los empleados contratados y a los contratistas.
- **0,53** tasa de colisión dentro de nuestra flota (por millón de kilómetros recorridos), por debajo del 0,87 de 2019.
- **4** países cubiertos por las evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos desde 2018, los correspondientes planes de acción que se están aplicando.
- **+33** puntuación de compromiso de los empleados (Net Promoter Score de los empleados), por encima de +16 en 2019.
- **94%** de mercados que representan más del 94% del volumen total de envíos de PMI con planes de prevención para el acceso de los jóvenes en marcha.

Intelectuales

- **1.300** patentes concedidas en las jurisdicciones del IP5 relacionadas con productos sin humo.
- **418** artículos científicos publicados por el PMI desde 2008 para compartir nuestros métodos y descubrimientos.
- **146** estudios de evaluación toxicológica, 22 estudios de evaluación clínica y 30 estudios de percepción y comportamiento completados por PMI sobre productos sin humo desde 2015.

Naturales

- **26%** de reducción de las emisiones de CO₂e en nuestras operaciones directas (alcance 1+2) con respecto a 2019, y reducción del 18% en toda nuestra cadena de valor (alcance 1+2+3).
- **100%** de tabaco comprado sin riesgo de deforestación de bosques antiguos.
- **14%** de reducción del consumo de agua en nuestras fábricas con respecto a 2019.
- **85%** del total de residuos de fábrica generados que se reciclaron.

Fabricación

- **2** plataformas de productos sin humo comercializadas, una centrada en la tecnología del calentamiento del tabaco y la otra en la categoría del vapor electrónico.
- **1er** dispositivo sin humo introducido en el mercado equipado con tecnología de verificación de la edad.
- **64** en los que el IQOS estaba disponible para la venta, de los cuales el 52% son países no pertenecientes a la OCDE.

Sociales

- **99%** de tabaco comprado a través de contratos directos por PMI y nuestros proveedores de tabaco.
- **93%** de todas las explotaciones contratadas controladas con respecto al código de prácticas agrícolas de PMI.
- **95%** de nuestros gastos de proveedores importantes no relacionados con el tabaco evaluados según los Principios del suministro responsable de PMI en nuestra plataforma de diligencia debida.

Financieros

- **28.700 millones** en ingresos netos.
- **23,8%** de los ingresos netos totales de los productos sin humo.
- **2.400 millones** en el impuesto de sociedades.
- **72.400 millones** importe total del impuesto especial pagado por los consumidores sobre los productos PMI.

Gobierno y gestión

La estructura de gobierno de PMI es la base de nuestras actividades diarias para garantizar que las llevamos a cabo cumpliendo con altos estándares y con integridad.

Consejo de Administración

La principal responsabilidad del Consejo de Administración es respaldar el éxito a largo plazo de la empresa, conforme a su deber estatutario para con los accionistas. El Consejo es responsable de establecer las políticas corporativas generales, fijar la dirección estratégica y supervisar a la dirección de la empresa, los responsables de las operaciones diarias de la empresa.

El Consejo ha creado varios comités permanentes para que le ayuden a desempeñar sus responsabilidades. El Consejo adoptó las directrices de gobierno corporativo, que —junto con el acta de constitución de la empresa, los estatutos, los estatutos de los comités del Consejo, el código de ética, el código de conducta y ética empresarial para los directores y la política de transacciones con personas relacionadas— constituyen el marco de gobierno de la empresa. Todos estos documentos están disponibles en [PMI.com](#).

La Declaración de representación anual de PMI contiene información detallada sobre la estructura de nuestro Consejo y de los comités, la independencia y la diversidad de sus miembros, así como las responsabilidades y la frecuencia de las reuniones de cada comité.

Comités del Consejo >

Dirección de la empresa

La Dirección de la empresa PMI abarca a los empleados que son cargos ejecutivos según la Sección 16 de la Ley de Intercambio de Valores de 1934. Con fecha 12 de marzo de 2021, la Dirección de nuestra empresa estaba compuesta por 25 miembros, de los cuales cuatro eran mujeres. Puede encontrar una biografía de cada miembro de la Dirección de la empresa PMI [PMI.com](#).

Compensación para ejecutivos

Nuestro programa de compensación y beneficios respalda objetivos empresariales y financieros de la empresa. Cada componente está diseñado para lograr uno o más de los siguientes objetivos:

- Apoyar nuestra capacidad para atraer, desarrollar y retener a líderes de primer nivel en una industria controvertida.
- Alinear los intereses de los ejecutivos y los accionistas.
- Recompensar el rendimiento con respecto a los objetivos preestablecidos.
- Apoyar el crecimiento empresarial a largo plazo, los resultados financieros superiores, los esfuerzos de sostenibilidad, la adaptación a la sociedad y la integridad de la conducta.
- Promover la imparcialidad interna y una evaluación disciplinada del rendimiento.
- Alinear los incentivos de los ejecutivos con nuestros objetivos de gestión de riesgos.

Estos objetivos proporcionan el marco para los diversos componentes de la compensación y los beneficios y tienen en cuenta la naturaleza específica de nuestro negocio. En conjunto, estos elementos forman un paquete global que pretende ser adecuadamente competitivo. Nuestro programa de compensación para ejecutivos refleja nuestro compromiso de situar la sostenibilidad en el centro de nuestra estrategia corporativa, y nuestros objetivos de diversidad e inclusión forman parte de esta estrategia. El comité Compensation and Leadership Development Committee of the Board determinó no hacer ninguna modificación sustancial al programa en 2021, aparte de reflejar más claramente el compromiso de la empresa de tener la sostenibilidad en el centro de su estrategia corporativa.

Seguimos incorporando medidas clave relativas a nuestra transformación en nuestros incentivos de gestión, tanto anuales como trienales. En 2020, los premios anuales de incentivos se evaluaron en función de seis medidas, incluido un 20% de ponderación para el volumen de envíos de PRR/no combustibles, y un 15% para las prioridades estratégicas y los facilitadores (que se centran en gran medida en nuestra transformación hacia productos sin humo). El resto se reparte entre medidas de cuota de mercado, crecimiento de los ingresos netos, crecimiento de los ingresos de explotación ajustados y flujo de caja de explotación, todo lo cual depende en gran medida del éxito de nuestros productos sin humo. Para obtener más información y definiciones de estas medidas, consulte [PMI's Proxy Statement 2021](#).

2021-2023 Ciclo de rendimiento de las unidades de acciones de rendimiento (PSU)

Nuestros incentivos de gestión a tres años están estructurados en forma de unidades de acciones de rendimiento (PSU). Tal como se indica en la declaración [PMI's 2021 Proxy Statement](#), para las PSU de 2021-2023 concedidas en febrero de 2021, el comité de compensación estableció indicadores de rendimiento en lo que considera niveles adecuadamente ambiciosos que reflejan el plan trienal aprobado por el consejo. Mantiene los indicadores anteriormente utilizados de rentabilidad total para el accionista (TSR), con una ponderación del 40%, que mide la TSR en relación con nuestro grupo de referencia, y el crecimiento anual compuesto del BPA ajustado orgánicamente, con una ponderación del 30%. El último indicador es la **Transformación, definida como los ingresos netos de nuestros productos sin humo como porcentaje de los ingresos netos totales de la empresa, en el último año del ciclo de desempeño**.

(40%) TSR de PMI como porcentaje del grupo de referencia

	Resultados	Factor de rendimiento
Por debajo del límite	Por debajo del percentil 25	0%
Límite	Percentil 25	50%
Objetivo	Percentil 50	100%
Máximo	Percentil 80 y por encima	200%

(30%) Tasa de crecimiento orgánico compuesto anual del BPA diluido

	Resultados	Factor de rendimiento
Por debajo del umbral	<5%	0%
Límite	5%	50%
Objetivo	8%	100%
Máximo	≥10,5%	200%

(30%) Transformación (ingresos netos de productos sin humo, sobre el total de ingresos netos)

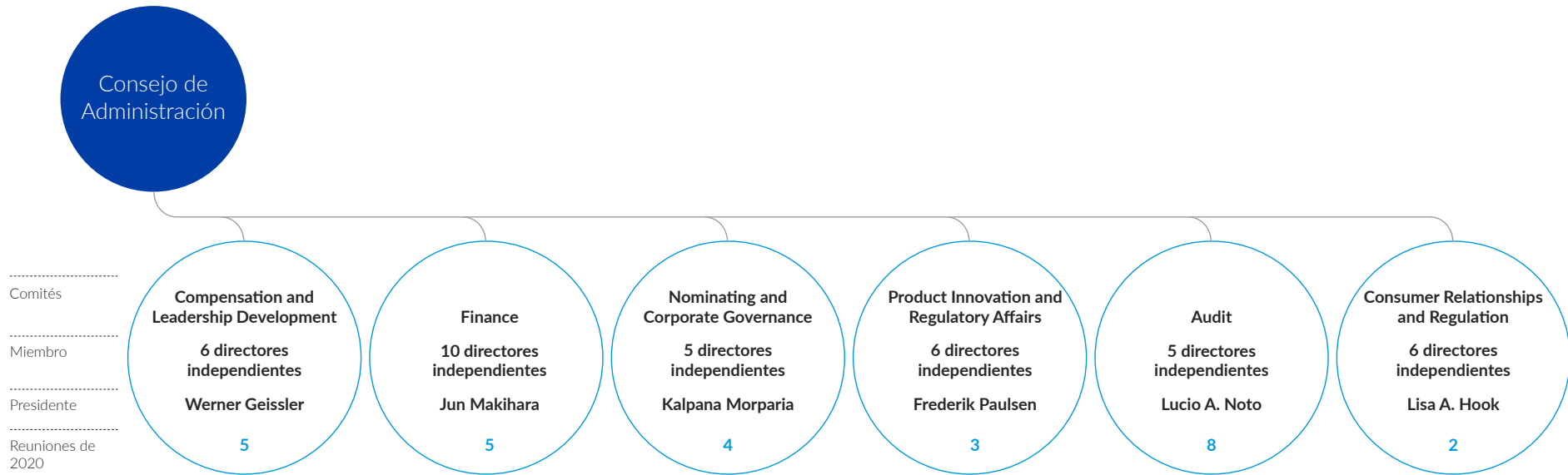
	Resultados	Factor de rendimiento
Por debajo del umbral	<31%	0%
Límite	31%	50%
Objetivo	37%	100%
Máximo	≥42%	200%

Compensación de ejecutivos vinculada a los resultados ESG

Además, el Comité se reservó la facultad de utilizar los siguientes modificadores en su certificación de **la Transformación del indicador de rendimiento**, incluidos los siguientes:

- La calidad del logro de los ingresos netos, que puede tener una repercusión positiva o negativa de 15 puntos porcentuales, y se evalúa en función del diferencial del impuesto especial sobre los productos de tabaco calentado en comparación con los cigarrillos, así como de la tasa de conversión a los productos sin humo de PMI (uso convertido y predominante); y
- El **rendimiento ASG**, que puede tener un impacto positivo o negativo de 30 puntos porcentuales, y consiste en el progreso en:

Comités del Consejo



El Consejo de Administración y sus comités a 5 de mayo de 2021
 En 2020, el Consejo de Administración constituyó el Comité Consumer Relationships and Regulation

política de transacciones con personas relacionadas—constituyen el marco de gobierno de la empresa. Todos estos documentos están disponibles en [PMI.com](https://www.pmi.com).

La Declaración de representación anual de PMI contiene información detallada sobre la estructura de nuestro Consejo y de los comités, la independencia y la diversidad de sus miembros, así como las responsabilidades y la frecuencia de las reuniones de cada comité.

para ejecutivos refleja nuestro compromiso de situar la sostenibilidad en el centro de nuestra estrategia corporativa, y nuestros objetivos de diversidad e inclusión forman parte de esta estrategia. El comité Compensation and Leadership Development Committee of the Board determinó no hacer ninguna modificación sustancial al programa en 2021, aparte de reflejar más claramente el compromiso de la empresa de tener la sostenibilidad en el centro de su estrategia corporativa.

	Resultados	Factor de rendimiento
Por debajo del límite	Por debajo del percentil 25	0%
Límite	Percentil 25	50%
Objetivo	Percentil 50	100%
Máximo	Percentil 80 y por encima	200%

• El rendimiento ASG, que puede tener un impacto positivo o negativo de 30 puntos porcentuales, y consiste en el progreso en:

Comités del Consejo >

Gobierno y gestión (continuación)

- **La reducción de la huella de carbono:** Nos proponemos seguir reduciendo las emisiones de carbono de acuerdo con nuestra ambición de neutralidad de carbono y los objetivos basados en la ciencia. Para 2023, nuestro objetivo es reducir las emisiones de carbono en 135 toneladas de CO₂e en las operaciones directas (alcance 1+2) con respecto a la referencia de 2020. Lea más sobre nuestros esfuerzos para reducir la huella de carbono en el capítulo **Protección climática** de este informe.
- **Liderazgo medioambiental:** Nuestro objetivo es mantener la calificación Triple A del CDP en materia de cambio climático, bosques y agua.
- **Circularidad electrónica:** Nuestro objetivo es alcanzar una tasa efectiva de reciclaje de nuestros dispositivos IQOS sin humo (es decir, la proporción del volumen de ventas de dispositivos IQOS cubiertos por el programa CIRCLE multiplicada por la tasa media ponderada de reciclaje de dispositivos IQOS en los centros CIRCLE) del 70% para 2023. Lea más sobre nuestros esfuerzos en el capítulo **Diseño ecológico y circularidad del producto** de este informe.
- **Diversidad, equidad e inclusión:** Nuestro objetivo es aumentar la representación de las mujeres en puestos de responsabilidad hasta el 32% en 2023. Lea más sobre nuestros esfuerzos para promover un entorno de trabajo diverso e inclusivo en **PMI.com**.

Gobierno y gestión de la sostenibilidad

La integración de la sostenibilidad en nuestra empresa se basa en una estructura formal con responsabilidades claras en los distintos niveles de la organización.

Visión global del gobierno y gestión de la sostenibilidad

Varios comités del Consejo de Administración se encargan de supervisar los temas tratados en este informe. El Nominating and Corporate Governance Committee (NCGC) supervisa las estrategias y el rendimiento de la empresa en materia de sostenibilidad y asesora al Consejo de Administración en este ámbito. El Product Innovation and Regulatory Affairs Committee supervisa la estrategia del catálogo a largo plazo de la empresa, con un enfoque particular en los productos sin humo, y hace un seguimiento y revisión de las cuestiones y tendencias legislativas, reglamentarias y de política pública clave relacionadas con la investigación y el desarrollo de productos sin humo. En 2020, el Consumer Relationships and Regulation Committee; este comité supervisa la comercialización de productos sin humo por parte de la empresa y vigila las principales cuestiones legislativas, reglamentarias y de política pública y las tendencias relacionadas con el entorno normativo posterior a la comercialización que pueden limitar el acceso de los consumidores a los PRR, así como los riesgos asociados a los cambios en las preferencias de los consumidores en relación con los productos

sin humo. El Audit Committee supervisa, entre otros asuntos, la gestión de riesgos del cambio climático, de la interrupción de la cadena de fabricación y suministro, y la evaluación de riesgos de ciberseguridad.

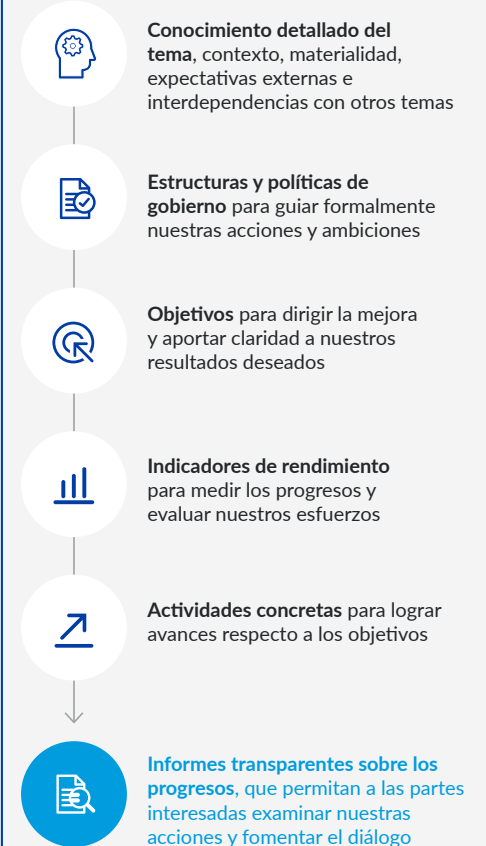
El hecho de fijar nuestras prioridades de sostenibilidad en las responsabilidades y obligaciones de los ejecutivos ayuda a integrar nuestra estrategia en nuestras operaciones diarias. Dentro de la dirección de nuestra empresa, los miembros son responsables de impulsar el progreso y cumplir nuestros objetivos de sostenibilidad dentro de sus respectivas funciones. Además, como ya se ha dicho, el Compensation and Leadership Development Committee of the Board ha vinculado una parte importante de la compensación de nuestros altos directivos a los indicadores de Transformación y ASG.

La plena integración de los factores ambientales, sociales y de gobierno (ASG) en la estrategia empresarial puede mejorar significativamente tanto los programas de sostenibilidad como los resultados financieros. En consecuencia, nuestra directora de Sustainability (CSO, Chief Sustainability Officer) depende del director financiero de la empresa, un miembro de la Dirección de la misma. La CSO dirige la integración de la sostenibilidad en toda nuestra empresa. Ella actualiza el comité de sostenibilidad trimestralmente y preside el grupo de trabajo de coordinación de la sostenibilidad, Sustainability Coordination Working Group, que se reúne cada mes.

La CSO dirige el equipo de sostenibilidad de PMI, Sustainability Team, que coordina la aplicación de nuestra estrategia en las diferentes funciones empresariales y mercados. El grupo de sostenibilidad también dirige el análisis de materialidad de la sostenibilidad de PMI, define la estrategia y gestiona los informes de rendimiento.

Nuestro enfoque de los programas de sostenibilidad

Nuestro enfoque para diseñar y gestionar nuestros temas materiales de sostenibilidad está armonizado en todas las áreas. Se basa en los siguientes elementos fundacionales comunes:



El panorama de la sostenibilidad es dinámico y evoluciona. Continuamente actualizamos y reforzamos nuestros programas a medida que mejoran los conocimientos o cambia la importancia relativa de determinados temas.

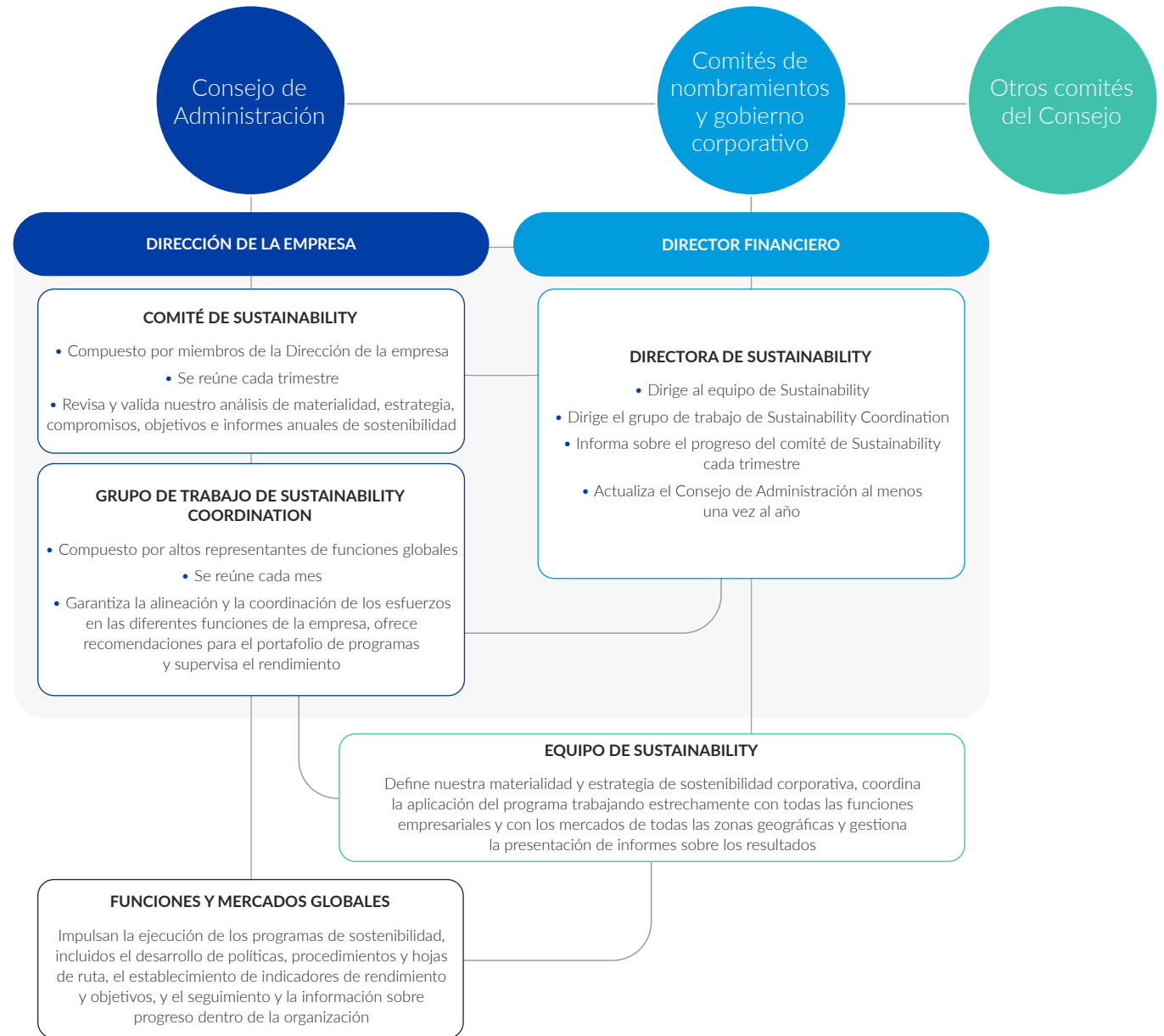
“En PMI, respaldamos y tratamos de alinearnos con las orientaciones y recomendaciones de diferentes marcos y estándares de información, como los del GRI, SASB, TCFD, <IR> y los ODS de la ONU, así como la recientemente publicada Stakeholder Capitalism Metrics del FEM, que consideramos complementarios. **Aplicar todo esto simultáneamente al tiempo que adaptamos nuestras divulgaciones para reflejar adecuadamente la propuesta de valor única de nuestra empresa es un ejercicio complejo, pero también enriquecedor, ya que aporta cierta sofisticación y perspectiva a nuestro trabajo**”.

Gobierno y gestión (continuación)

- La reducción de emisiones de carbono de alcance 1 y 2 de la compañía y de alcance 3 de los productos de la compañía en la ciencia, tecnología e innovación. Nos comprometimos a reducir las emisiones de carbono de alcance 1 y 2 directas (alcance 1 y 2 de 2020). Lea más sobre nuestra estrategia para reducir las emisiones de carbono en el capítulo **Proteger el medioambiente**.
- **Liderazgo** mediante el ejemplo para mantener nuestra materia de carbono.
- **Circularidad** para alcanzar una tasa de reciclaje de dispositivos KODAK del volumen de los dispositivos KODAK cubiertos por el programa de reciclaje por la tasa de reciclaje de dispositivos KODAK del 70% para los dispositivos KODAK. Lea más sobre nuestros esfuerzos en el capítulo **Proteger el medioambiente**.
- **Diversidad**, equidad e inclusión para aumentar la representación de mujeres en puestos de responsabilidad. Lea más sobre nuestra estrategia en el capítulo **Proteger el medioambiente**.

Gobierno y gestión de la sostenibilidad

La integración de la sostenibilidad en nuestra empresa se basa en una estructura formal con responsabilidades claras en los distintos niveles de la organización.



“En PMI, res... de diferente... los ODS de... del FEM, q... al tiempo q... propuesta... enriqueced...

Gestión de riesgos

Hemos diseñado nuestras prácticas de gestión de riesgos y de control interno para hacer frente a todos los riesgos estratégicos, externos, inherentes a los procesos y al despliegue de los proyectos que puedan socavar la capacidad de alcanzar nuestros objetivos empresariales.

Identificamos y priorizamos los principales riesgos de la empresa basándonos en cuatro dimensiones: el impacto de un riesgo en PMI si se produjera, su probabilidad, su velocidad y su interconectividad con otros riesgos.

La gestión de riesgos está supervisada por los comités del Consejo y por el Consejo en pleno. Como parte del proceso de gestión de riesgos, la empresa ha creado un comité de gobierno de riesgos corporativos, Corporate Risk Governance Committee (CRGC), compuesto por altos cargos ejecutivos, entre los que se encuentran el director de operaciones, Chief Operating Officer (COO), el director financiero, Chief Financial Officer (CFO), el director de estrategia, Chief Strategy Officer (CSO), el director digital y de información, Chief Digital & Information Officer, el vicepresidente y controlador de PMI, VP & PMI Controller, el director global de riesgos y controles, Global Head of Risk & Controls, el director de seguridad de la información, Chief Information Security Officer (CISO), el vicepresidente de ética y cumplimiento, VP Chief Ethics & Compliance Officer, y el vicepresidente de auditoría corporativa, VP Corporate Audit. En 2021, se incorporó el nuevo Consejero General al CRGC. La propiedad de cada área de riesgo clave priorizada se asigna a un miembro de la alta dirección; su supervisión se asigna a un comité concreto del Consejo o al Consejo en pleno. La dirección informa regularmente sobre estos riesgos a los comités correspondientes y al Consejo en pleno a lo largo del año.

Nuestros procedimientos técnicos y de gobierno para los controles pertinentes se ajustan a la Ley Sarbanes-Oxley (SOX). Gestionamos la estrategia corporativa y las operaciones para tener en cuenta los riesgos funcionales, de mercado y de producto, y nuestro director de estrategia, Chief Strategy Officer, informa directamente a nuestro CEO sobre los riesgos estratégicos del grupo.

Evaluación del riesgo integrado

A petición del CRGC, la función de Risk & Controls define y coordina una evaluación integrada de los riesgos de la empresa, que reúne las funciones de negocio de "primera línea", de gestión de riesgos de "segunda línea" y de auditoría interna de "tercera línea". Este marco incluye, además de las funciones empresariales principales, Risk & Controls, Corporate Audit, Ethics & Compliance, Information Security y Data Privacy. Con un enfoque integral, estas funciones colaboran para identificar, evaluar y responder a los nuevos riesgos estratégicos, externos, inherentes al proceso y al despliegue del proyecto. Los riesgos y oportunidades de sostenibilidad, como los relacionados con la seguridad, el suministro de hojas, el cambio climático, los residuos electrónicos y las condiciones laborales, por ejemplo, se tienen en cuenta como parte de la evaluación integrada de riesgos de la empresa.

En 2020, las funciones de gestión de riesgos de "segunda línea" y de auditoría interna de "tercera línea" celebraron reuniones mensuales para permitir una evaluación continua del entorno de riesgos de la empresa, alineando y consolidando la gestión de riesgos y los planes de acción. El CRGC y el comité de auditoría del Consejo de Administración recibieron información actualizada sobre las prácticas y observaciones de gestión de riesgos y controles internos de la empresa al menos una vez por trimestre.

En los formularios 10-K y 10-Q que presentamos a la Comisión del Mercado de Valores de EE. UU. (SEC) hablamos de los factores de riesgo de la empresa. Haga clic [aquí](#) para acceder a las últimas presentaciones.

Gestionar los riesgos durante la pandemia de COVID-19

Tras el estallido de la pandemia de COVID-19 en 2020, nuestra función de Risk & Controls estableció actividades específicas de gestión de riesgos para permitir una alineación continua entre los propietarios de los procesos de negocio, las partes interesadas en la planificación de la continuidad del negocio (BCP) y las funciones de gestión de riesgos. Estas actividades se establecieron con el objetivo de proporcionar a la alta dirección una actualización quincenal de la rápida evolución del panorama de riesgos de la empresa.

Las actividades de gestión de riesgos establecidas por COVID-19 se centraron en riesgos específicos y concretos del BCP, entre ellos los siguientes:

- El riesgo de indisponibilidad (parcial) de nuestro personal (por ejemplo, debido a medidas reglamentarias obligatorias, enfermedad, hospitalización).
- El riesgo de indisponibilidad (parcial) de nuestras sedes físicas (por ejemplo, debido al "cierre" voluntario y/o reglamentario de las sedes de PMI).
- El riesgo de indisponibilidad o vulnerabilidad (parcial) de nuestra infraestructura informática (por ejemplo, debido a un "pico" de esfuerzo en la infraestructura tecnológica).
- El riesgo de indisponibilidad (parcial) de nuestras partes/dependencias externas, incluyendo proveedores, terceros, autoridades gubernamentales y otras partes/dependencias externas.

En última instancia, estos esfuerzos proporcionaron a nuestra alta dirección una visión agregada del panorama de riesgos de la empresa y de la eficacia de las medidas del BCP invocadas. Por ello, nuestra respuesta de gestión de riesgos a la pandemia contribuyó a gestionar con éxito los retos a los que se enfrentó nuestra empresa. Además, permitió a la empresa continuar con sus operaciones sin interrupciones significativas, abordando el riesgo oportunamente a medida que surgía en medio de la dinámica inicial causada por el brote pandémico.

El brote de la pandemia y la respuesta de la empresa en materia de gestión de riesgos demostraron el valor añadido de centrarse en la identificación temprana de los riesgos que surgen y evolucionan rápidamente durante situaciones especiales. A raíz de nuestra respuesta al brote de COVID-19 en 2020, decidimos que determinadas actividades de gestión de riesgos (por ejemplo, la movilización de las funciones locales de riesgo en la comprobación y validación rápidas de las orientaciones emitidas a nivel central en respuesta al riesgo) se integrarán estructuralmente en nuestro enfoque habitual hacia la gestión de riesgos en el futuro.

Nuestro marco de gestión de riesgos

Leer más >

Gestión de riesgos

Hemos diseñado nuestras prácticas de gestión de riesgos y de control interno para hacer frente a todos los riesgos estratégicos, externos, inherentes a los procesos y al despliegue de los

Evaluación del riesgo integrado

A petición del CRGC, la función de Risk & Controls define y coordina una evaluación integrada de los riesgos de la empresa, que reúne las funciones de negocio de "primera línea", de gestión de riesgos de "segunda línea" y de auditoría interna de "tercera línea".

Nuestro marco de gestión de riesgos



a nuestro CEO sobre los riesgos estratégicos del grupo.

Gestionar los riesgos durante la pandemia de COVID-19

Tras el estallido de la pandemia de COVID-19 en 2020, nuestra función de Risk & Controls estableció actividades específicas de gestión de riesgos para permitir una alineación continua entre los propietarios de los procesos de negocio, las partes interesadas en la planificación de la continuidad del negocio (BCP) y las funciones de gestión de riesgos. Estas actividades se establecieron con el objetivo de proporcionar a la alta dirección una actualización quincenal de la rápida evolución del panorama de riesgos de la empresa.

Las actividades de gestión de riesgos establecidas por COVID-19 se centraron en riesgos específicos y concretos del BCP, entre ellos los siguientes:

- El riesgo de indisponibilidad (parcial) de nuestro personal (por ejemplo, debido a medidas reglamentarias obligatorias, enfermedad, hospitalización).
- El riesgo de indisponibilidad (parcial) de nuestras sedes físicas (por ejemplo, debido al "cierre" voluntario y/o reglamentario de las sedes de PMI).
- El riesgo de indisponibilidad o vulnerabilidad (parcial) de nuestra infraestructura informática (por ejemplo, debido a un "pico" de esfuerzo en la infraestructura tecnológica).
- El riesgo de indisponibilidad (parcial) de nuestras partes/dependencias externas, incluyendo proveedores, terceros, autoridades gubernamentales y otras partes/dependencias externas.

En última instancia, estos esfuerzos proporcionaron a nuestra alta dirección una visión agregada del panorama de riesgos de la empresa y de la eficacia de las medidas del BCP invocadas. Por ello, nuestra respuesta de gestión de riesgos a la pandemia contribuyó a gestionar con éxito los retos a los que se enfrentó nuestra empresa. Además, permitió a la empresa continuar con sus operaciones sin interrupciones significativas, abordando el riesgo oportunamente a medida que surgía en medio de la dinámica inicial causada por el brote pandémico.

El brote de la pandemia y la respuesta de la empresa en materia de gestión de riesgos demostraron el valor añadido de centrarse en la identificación temprana de los riesgos que surgen y evolucionan rápidamente durante situaciones especiales. A raíz de nuestra respuesta al brote de COVID-19 en 2020, decidimos que determinadas actividades de gestión de riesgos (por ejemplo, la movilización de las funciones locales de riesgo en la comprobación y validación rápidas de las orientaciones emitidas a nivel central en respuesta al riesgo) se integrarán estructuralmente en nuestro enfoque habitual hacia la gestión de riesgos en el futuro.



Analista de laboratorio en la planta de fabricación de PMI en Izhora, Rusia

TRABAJAMOS PARA

Innovar para mejorar los productos

El hábito de fumar provoca graves enfermedades y la mejor manera de evitar los daños del tabaco es no empezar nunca o, si se empieza, dejarlo. Sin embargo, también reconocemos que millones de fumadores adultos no dejarán de fumar a menos que se les presente una alternativa mejor. Creemos que la innovación de productos tiene el potencial de beneficiar a los fumadores y, en consecuencia, tener un impacto positivo en la salud pública.

Para alcanzar este potencial, debemos lograr dos objetivos: En primer lugar, debemos desarrollar productos que tengan un impacto significativamente menor sobre la salud en comparación con los cigarrillos de combustión. Lo hemos conseguido investigando y desarrollando productos libres de humo, cuyo perfil de riesgo reducido está científicamente fundamentado, mediante un programa paso a paso derivado de las prácticas seguidas por la industria farmacéutica.

En segundo lugar, para reducir con éxito los daños a nivel individual y de la población, hay que motivar a los fumadores adultos para que se pasen a estos productos mejores en lugar de seguir fumando. En este sentido, debemos seguir innovando, transformando nuestra organización y comprometiéndonos con los responsables políticos y los legisladores para garantizar que los adultos, que de otro modo seguirían fumando, tengan acceso a alternativas sin humo.

En esta sección

NIVEL 1	Impacto de los productos en la salud	p.34
	Acceso a los productos sin humo	p.41

Más información

NIVEL 2	Adictividad del producto	↗
	Fiabilidad del producto	↗

NIVEL 1

Impacto de los productos en la salud

Las autoridades de salud pública, la comunidad científica y muchos organismos reguladores, como la Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA), coinciden en que la causa principal de las enfermedades relacionadas con el hábito de fumar no es la nicotina, sino la inhalación de componentes nocivos y potencialmente nocivos, la gran mayoría de los cuales se emiten como resultado de la combustión del tabaco.¹ Por lo tanto, hemos desarrollado, y seguimos perfeccionando, una cartera de productos que suministran nicotina sin combustión: productos sin humo. Aunque no están exentos de riesgos, estos productos son una opción mucho mejor que seguir fumando.

Leer más >



Científico del centro de I+D de PMI en Neuchâtel, Suiza

Hacer lo correcto

Fumar cigarrillos es la forma más peligrosa de consumir tabaco. Es la principal causa de enfermedades que se pueden prevenir, como las enfermedades cardiovasculares, el cáncer de pulmón y la enfermedad pulmonar obstructiva crónica. La mejor manera de evitar el daño derivado de fumar es no empezar a hacerlo, pero para aquellos que ya fuman, es dejarlo. Sin embargo, muchos fumadores no dejan de fumar. Según las previsiones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), todavía habrá más de mil millones de fumadores en el año 2025. Para estas personas, es fundamental el acceso a productos alternativos que reduzcan significativamente el riesgo de enfermedad en comparación con seguir fumando. Si se regulan adecuadamente, estos productos pueden complementar y ayudar a acelerar los esfuerzos existentes para reducir la prevalencia del tabaquismo.

El caso empresarial

El futuro de la industria de la nicotina está indiscutiblemente en los productos sin humo, que están experimentando un rápido crecimiento. Gracias a nuestra inversión temprana y sostenida en I+D, y al consiguiente liderazgo en tecnología e innovación, hemos conseguido una posición muy sólida. A finales de 2020, nuestro trabajo de I+D y sus innovaciones asociadas dieron lugar a 1.300 patentes concedidas para tecnologías sin humo por las cinco mayores oficinas de propiedad intelectual del mundo (IP5); además, en 2020 teníamos más del 80% de la categoría internacional de productos de tabaco calentado y más de la mitad de la categoría global de productos sin humo (en comparación con la cuota de volumen de cigarrillos del 25,7%). Los consumibles de tabaco calentado también tienen mayores ingresos y márgenes brutos unitarios por paquete en comparación con los cigarrillos, y a medida que aumenta la escala también estamos impulsando una importante expansión del margen de ingresos operativos, ya que generamos un impulso operativo en los costes de desarrollo, dispositivos e infraestructura comercial, y realizamos una eficiencia digital. A través de un crecimiento lo más rápido posible de este negocio, y del cambio total de los fumadores adultos a nuestros productos sin humo, pretendemos captar más cuota de mercado global con márgenes superiores y ofrecer un fuerte crecimiento orgánico de los ingresos netos y de los beneficios diluidos por acción (BPA) ajustados. Esto proporciona una atractiva rentabilidad a nuestras significativas inversiones iniciales y continuas en el desarrollo de la categoría, con 8.100 millones de dólares invertidos desde 2008 en el desarrollo de productos sin humo científicamente probados y comercialmente viables, como IQOS.

¹ Fuente: <https://www.fda.gov/tobacco-products/health-information/nicotine-addictive-chemical-tobacco-products>

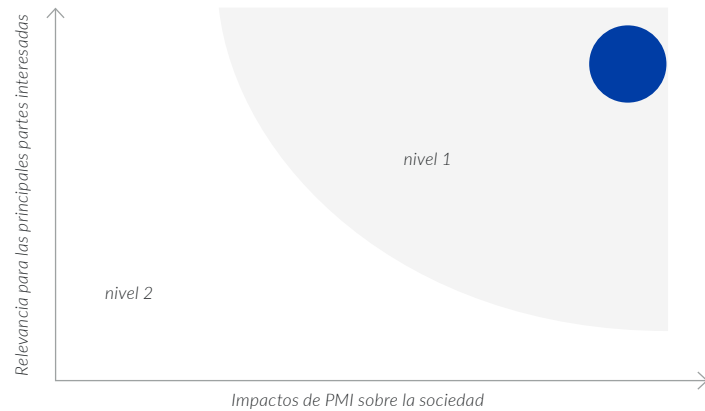
Impacto de los productos en la salud

Descripción del tema

Reducir los riesgos para la salud asociados al uso de nuestros productos.



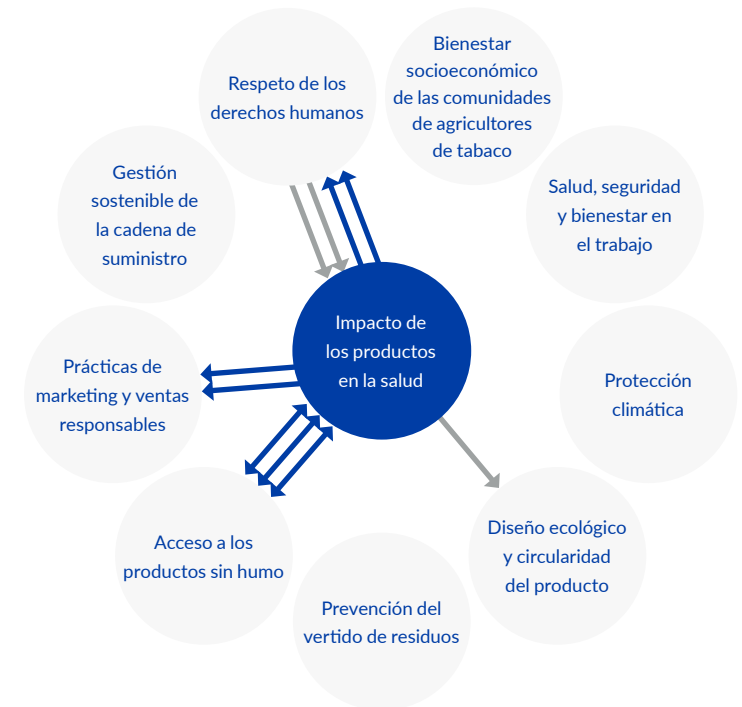
Relevancia del tema: Materialidad



Impacto en nuestra cadena de valor

- Flujo ascendente
- Operaciones de PMI
- Flujo descendente

Conectividad con nuestros otros temas de sostenibilidad del nivel 1



Principales partes interesadas



Megatendencias



Contribución a los ODS



Leyenda

Fuerza de la interacción: → Baja ⇌ Media ⇨ Alta

Naturaleza de la interacción: ■ Habilitar o reforzar ■ Limitar o requerir compensaciones

Impacto de los productos en la salud (continuación)

Conseguir nuestros objetivos

El origen principal de las enfermedades relacionadas con el tabaquismo es conocido: La combustión de tabaco emite la gran mayoría de las sustancias químicas nocivas que se encuentran en el humo de los cigarrillos. Al evitar la combustión, reducimos o eliminamos la formación de componentes nocivos y potencialmente nocivos (HPHC). Gracias a una importante inversión en I+D, hemos desarrollado productos que proporcionan la agradable experiencia de consumir nicotina y aromas sin necesidad de quemar tabaco.

[Leer más en PMIScience.com](#)

Dos principios fundamentales guían la evaluación científica de los productos sin humo:

Epidemiología

Los daños y las enfermedades relacionadas con el hábito de fumar se deben a la exposición prolongada a las sustancias tóxicas presentes en el humo de los cigarrillos. La mejor manera de evitar estos daños es no empezar nunca a fumar. Para los hombres y mujeres que fuman, dejar de hacerlo es la mejor manera de reducir los daños y el riesgo de enfermedades relacionadas con el tabaco, al eliminar la exposición a los agentes tóxicos del humo del cigarrillo. El abandono completo y a largo plazo ofrece la máxima reducción del riesgo que puede alcanzar un fumador y, por tanto, es el “estándar óptimo” para la evaluación de los productos sin humo.

Toxicología

El nivel y la duración de la exposición a los agentes tóxicos determinan la naturaleza y el alcance de los efectos adversos para la salud. Para que se produzca la exposición, los agentes tóxicos deben estar presentes, es decir, ser emitidos por el producto o el proceso de uso. Un producto con emisiones tóxicas significativamente menores en comparación con los cigarrillos tiene el potencial de reducir de modo relevante la exposición a los agentes tóxicos, lo que a su vez conduce a una reducción de los efectos adversos para la salud.

En línea con estos dos principios, nuestro programa de evaluación pretende comparar los resultados sanitarios del cambio a productos sin humo con el hábito de fumar y el abandono del mismo.

Llevamos a cabo un riguroso programa de evaluación científica en consonancia con el proyecto de directrices de la FDA de EE. UU. sobre productos de tabaco de riesgo modificado (más información sobre cómo llevamos a cabo nuestra I+D en [PMI.com](#) y [PMIScience.com](#)). Además de los estudios químicos, no clínicos y clínicos sobre aerosoles, el programa de evaluación incluye estudios sobre el comportamiento de los consumidores con el fin de minimizar el uso de nuestros productos sin humo por parte de audiencias no deseadas, como exfumadores, personas que nunca han fumado y jóvenes. Además, tras el lanzamiento al mercado, supervisamos continuamente el perfil de seguridad de nuestros productos sin humo para garantizar que cualquier riesgo nuevo o diferente para la salud asociado a su uso pueda identificarse a tiempo, si se produce, y pueda gestionarse adecuadamente. Para ello, mejoramos nuestros productos y actualizamos la información de los usuarios. También elaboramos y compartimos con los organismos reguladores —incluida la FDA de Estados Unidos— informes anuales de actualización de la seguridad, que incluyen las notificaciones recibidas directamente de los consumidores.

Nuestros dos principales centros de I+D, situados en Suiza y Singapur, emplean a cientos de científicos,

ingenieros y otros expertos que trabajan para desarrollar y evaluar productos sin humo. Este trabajo está dirigido por los directores de Life Sciences, Product y Consumer, que son miembros de la Dirección de la empresa PMI.

En 2020, PMI destinó el 99% de su presupuesto de I+D, de 495 millones de dólares, a su catálogo de productos sin humo. Esto incluye los costes relacionados con los estudios clínicos, el desarrollo de maquinaria y prototipos, y las pruebas de aceptabilidad del producto. El 1% restante de nuestros gastos está relacionado en gran medida con los requisitos de cumplimiento de la normativa para nuestros productos de combustión de tabaco.

“La ciencia y la tecnología pueden ayudar a la sociedad a dar pasos significativos en nuestros esfuerzos colectivos para abordar los problemas más acuciantes del mundo. Dar más importancia a los hechos y a las pruebas en la elaboración de políticas —por encima de la ideología, la política y las creencias sin fundamento— contribuirá a satisfacer las expectativas del público de las decisiones que les afectan a ellos y a su futuro se basen en la ciencia”.

Dra. Moira Gilchrist, vicepresidenta de Strategic & Scientific Communications de PMI



Analista de laboratorio en la planta de fabricación de PMI en San Petersburgo, Rusia

Impacto de los productos en la salud (continuación)

Progreso en 2020

Fumar y COVID-19

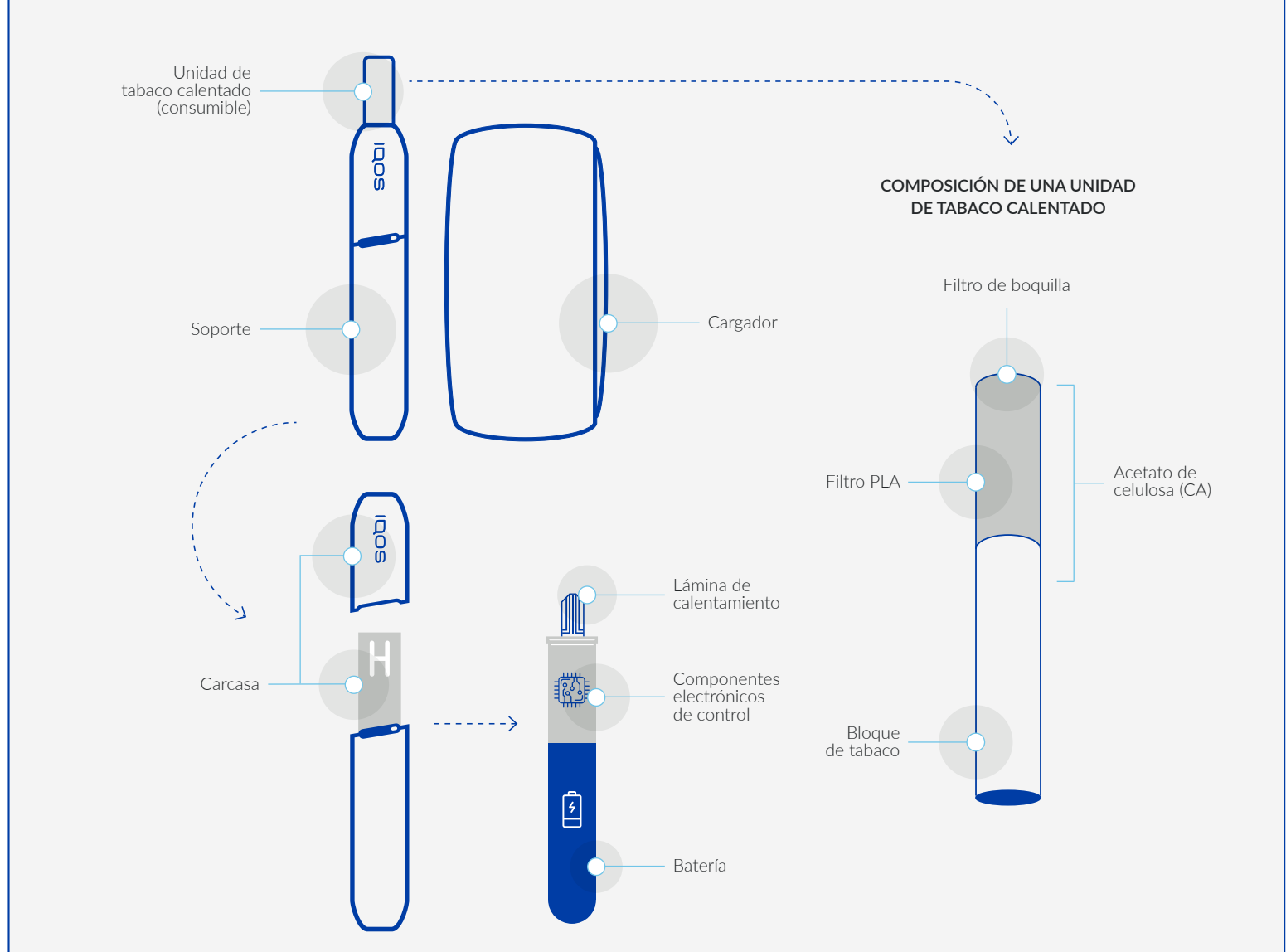
[Leer más >](#)

Nuestro producto de calentamiento sin combustión, IQOS

¿Qué es y cómo funciona?

Nuestro principal producto sin humo, IQOS, es un producto que funciona con pilas y que calienta el tabaco para producir un aerosol que contiene nicotina y que el usuario inhala. No hay combustión de tabaco. Nuestro modelo base consta de tres componentes principales: Una unidad de tabaco, un soporte y un cargador. La unidad de tabaco es un producto novedoso diseñado específicamente y exclusivamente para su uso con el soporte (el dispositivo de calentamiento). Contiene dos secciones de filtro y tabaco especialmente procesado, diseñado para calentarse pero sin quemarse. Las hojas de tabaco se muelen y se reconstituyen en hojas de tabaco, llamadas "hojas fundidas". Estas hojas se prensan 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. Cada unidad de tabaco proporciona un máximo de 14 caladas o unos seis minutos de consumo, lo que sucede primero. El soporte contiene una pequeña batería, que puede recargarse introduciéndola en el cargador; el cargador, a su vez, puede recargarse mediante una toma de corriente doméstica. Seguimos mejorando nuestro catálogo de productos IQOS, impulsado por los conocimientos de los consumidores y apoyado por la justificación científica, y actualmente vendemos una variedad de modelos en cada mercado.

Las diferentes partes de un dispositivo IQOS 3



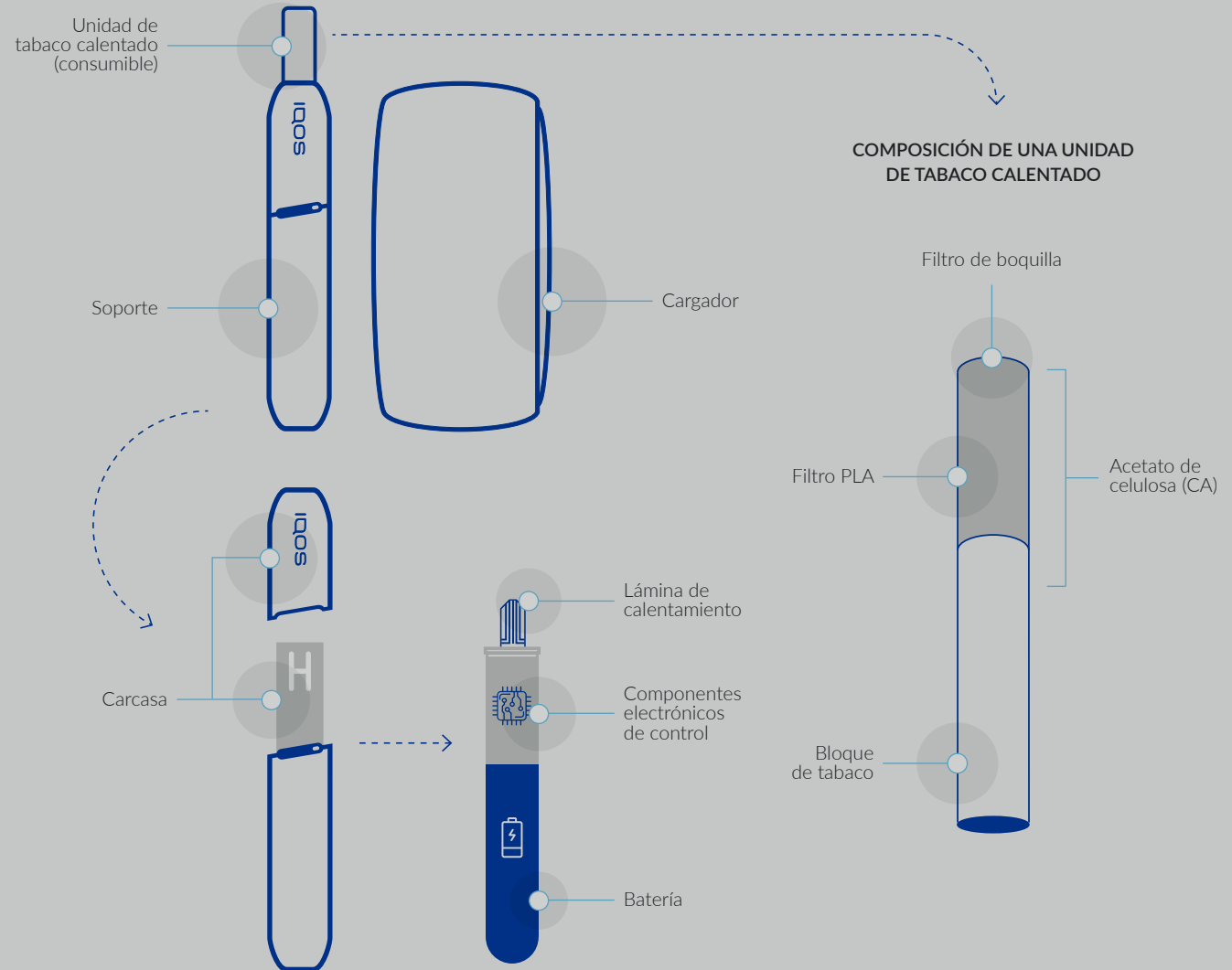
Impacto de los productos en la salud (continuación)

Fumar y COVID-19

Poco después del estallido de la pandemia de COVID-19, varios estudios publicados informaron de la posible relación entre el consumo de cigarrillos y la infección por el virus.¹ Según los expertos en salud pública, las pruebas apoyan que los fumadores que contraen el virus podrían tener un mayor riesgo de padecer enfermedades graves y complicaciones.² En la actualidad no existen pruebas científicas fiables sobre la existencia de ninguna asociación entre la COVID-19 y el uso de productos de tabaco sin combustión.³

- 1 Cho E.R. J, Slutsky A.S. Smoking and the risk of COVID-19 infection in the UK Biobank Prospective Study. medRxiv. 2020. [Smoking and the risk of COVID-19 infection in the UK Biobank Prospective Study | medRxiv](#); [WHO statement: Tobacco use and COVID-19](#)
- 2 Society for Research on Nicotine and Tobacco (SRNT) 27th Annual Meeting, 24 de febrero, 2021—Mitch Zeller
- 3 Comunicado de prensa: <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/04/17/2018148/0/en/FDA-Confirms-There-is-No-Link-Between-Vaping-and-COVID-19.html>

Las diferentes partes de un dispositivo IQOS 3



tabaco, llamadas "hojas calentadas". Estas hojas se prensan 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. Cada unidad de tabaco proporciona un máximo de 14 caladas o unos seis minutos de consumo, lo que suceda primero. El soporte contiene una pequeña batería, que puede recargarse introduciéndola en el cargador; el cargador, a su vez, puede recargarse mediante una toma de corriente doméstica. Seguimos mejorando nuestro catálogo de productos IQOS, impulsado por los conocimientos de los consumidores y apoyado por la justificación científica, y actualmente vendemos una variedad de modelos en cada mercado.

Impacto de los productos en la salud (continuación)



Analista de laboratorio en la planta de fabricación de PMI en Bergen op Zoom, Países Bajos

¿Qué pruebas científicas hemos reunido hasta la fecha?

IQOS es la más estudiada de nuestras plataformas sin humo. Hemos acumulado una gran cantidad de datos clínicos y no clínicos que respaldan su potencial para reducir el riesgo de desarrollar enfermedades relacionadas con el hábito de fumar en comparación con el consumo continuado de cigarrillos.

En nuestro programa de evaluación, comparamos la composición química del aerosol producido por *IQOS* con el humo de un cigarrillo de referencia, utilizando métodos analíticos estandarizados y validados. Descubrimos que estos HPHC se reducen de media entre un 90 y un 95 por ciento en comparación con el humo del cigarrillo de referencia. Además, realizamos una amplia identificación química del aerosol *IQOS*. Nuestro análisis no selectivo se utilizó para determinar todos los constituyentes por encima de 100 ng/unidad y dio como resultado la caracterización del 99,8 por ciento de la masa de aerosoles. Estos análisis han demostrado que hay aproximadamente 10 veces menos componentes en el aerosol *IQOS* que en el humo de los cigarrillos de referencia. Como dijo la FDA de EE. UU. cuando autorizó la venta de una versión de *IQOS* en ese país, "estas sustancias químicas están presentes en niveles muy bajos y los efectos potenciales se ven compensados por la disminución sustancial del número y los niveles de HPHC encontrados en los cigarrillos de combustión".¹ También realizamos estudios sobre la química y la calidad del aire interior, que demostraron que el uso de *IQOS* no tiene un impacto negativo en la calidad del aire interior.

Llevamos a cabo estudios toxicológicos para *IQOS*, tanto in vitro como in vivo, para determinar si la menor formación de HPHC en el aerosol conduce a una menor toxicidad. Los resultados de los estudios in vitro muestran que el aerosol del *IQOS* es significativamente menos citotóxico y genotóxico que el humo de los cigarrillos. Los estudios in vivo descubrieron que, en comparación con el humo del cigarrillo, la reducción de la exposición a los tóxicos se traduce en una reducción significativa de la inflamación pulmonar y la toxicidad respiratoria.

“En el caso de nuestros productos de tabaco calentado, hemos realizado numerosos estudios clínicos y no clínicos. La potencial reducción de riesgos de estos productos está respaldado por volúmenes de datos de investigación de alta calidad”.

Prof. Manuel C. Peitsch, director científico de PMI

¹ Fuente: <https://www.fda.gov/media/124247/download> (p. 41). La FDA no respalda ni aprueba los productos de tabaco

Impacto de los productos en la salud (continuación)

En la siguiente fase, realizamos varios estudios de toxicología de sistemas para evaluar los mecanismos biológicos relevantes para la enfermedad que se ven afectados por la exposición a los tóxicos, utilizando cultivos celulares in vitro derivados de humanos y cultivos de tejidos organotípicos. Estos estudios demostraron que, en comparación con el humo de los cigarrillos de referencia, el aerosol IQOS tiene un impacto significativamente reducido en los mecanismos clave implicados en el desarrollo de enfermedades respiratorias y cardiovasculares. En un estudio de toxicología sistémica realizado en un modelo de enfermedad animal (ApoE-/-), observamos que el cambio al aerosol IQOS tras dos meses de exposición al humo del cigarrillo reduce el desarrollo tanto de la aterosclerosis como del enfisema de forma similar a dejar de fumar. También completamos un estudio in vivo para evaluar el potencial del aerosol IQOS de reducir el riesgo de inflamación pulmonar, enfisema y cáncer de pulmón en comparación con el humo del cigarrillo. Los resultados de este estudio muestran que, a diferencia del humo de los cigarrillos, el aerosol de IQOS no aumenta la incidencia ni el número de tumores de pulmón. El estudio también confirmó el efecto significativamente reducido del aerosol IQOS sobre la inflamación pulmonar y el enfisema observado en el estudio mencionado anteriormente.¹

Nuestros 14 estudios clínicos sobre IQOS han contado con miles de participantes y hasta 12 meses de exposición. Por ejemplo, llevamos a cabo cuatro estudios clínicos —cada uno de ellos con 160 participantes y un periodo de exposición de entre cinco días y tres meses— para evaluar la exposición relativa de los sujetos a los agentes tóxicos al utilizar IQOS en comparación con seguir fumando cigarrillos. Los dos primeros estudios —que incorporan una exposición de cinco días, en confinamiento— se realizaron en Europa y Japón. Los dos estudios siguientes se prolongaron durante tres meses

—un periodo de exposición confinada de cinco días seguido de un periodo ambulatorio de 85 días— y se llevaron a cabo utilizando una versión mentolada de las unidades de tabaco calentado en Japón y EE. UU. El periodo de estudio ambulatorio pretendía evaluar si las reducciones de la exposición observadas en un entorno confinado se mantenían en condiciones del “mundo real”, donde factores como el entorno, la dieta o el tabaquismo pasivo podrían influir en la exposición a los HPHC. Los cuatro estudios mostraron una reducción significativa (que oscilaba entre el 47 y el 96% en relación con el consumo continuado de cigarrillos) en los 15 biomarcadores de exposición en los fumadores adultos que cambiaron a IQOS. El cambio completo a IQOS logró una reducción del 95% de la exposición a la abstinencia del tabaco.

También realizamos un estudio de exposición-respuesta para medir los marcadores de riesgo clínico cuando los fumadores adultos cambian a IQOS durante seis meses. Los resultados de este estudio muestran que, seis meses después de cambiar a IQOS, los ocho biomarcadores coprimarios de daño potencial mostraron cambios favorables (es decir, cambios en la misma dirección que dejarlo) y que para cinco de los ocho marcadores los cambios favorables fueron estadísticamente significativos en comparación con la continuidad del hábito de fumar. Completamos una extensión de seis meses del estudio de respuesta a la exposición de seis meses para entender cómo son los mismos marcadores 12 meses después del cambio. El estudio demostró que en los fumadores que cambiaron a IQOS se mantuvieron los cambios favorables observados a los seis meses.

Para complementar nuestra investigación, en 2020 también iniciamos estudios ecológicos. Estos estudios se utilizan para medir la prevalencia y la incidencia de las enfermedades, observando los datos a nivel de población o de grupo, en lugar de a nivel individual.

El programa de estudios ecológicos puesto en marcha explora los factores modificadores del riesgo sobre los resultados sanitarios a nivel de la población. Pruebas independientes ya relacionan el lanzamiento de IQOS con un descenso acelerado del consumo de cigarrillos en Japón, el primer país en el que se lanzó IQOS a nivel nacional (2015).² Ahora estamos estudiando series temporales de datos hospitalarios japoneses y reclamaciones de seguros sanitarios para dos enfermedades relacionadas con el tabaquismo (la enfermedad pulmonar obstructiva crónica y la cardiopatía

isquémica) para detectar un posible impacto sanitario de la introducción del IQOS a nivel de la población. Los primeros resultados muestran un descenso en las tasas de hospitalización observadas para las agudizaciones de la enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC) coincidiendo con el despliegue nacional de IQOS en Japón. Se necesitan más investigaciones para confirmar esta primera observación ecológica. Nuestro objetivo es publicar los resultados de estas investigaciones en revistas especializadas lo antes posible.

Estado de la fundamentación científica de IQOS

Beneficios de los productos en la salud



Reducción de riesgo individual

×

Acceso a los productos sin humo



Cambio del consumidor

=

Innovar para mejorar los productos



Reducción de daños en la población

Datos recogidos hasta ahora

Reducción media del 95% de los productos químicos nocivos medidos en estudios de laboratorio Los análisis de los aerosoles identifican pocos o ningún riesgo nuevo en comparación con el consumo de cigarrillos Los estudios clínicos encuentran cambios favorables en los marcadores de riesgo entre los fumadores que se cambian	El 72% de los fumadores que se pasan a IQOS dejan de fumar cigarrillos Niveles muy bajos de uso de IQOS entre los jóvenes y los no fumadores	12,7 millones de fumadores han dejado de fumar y se han pasado a IQOS IQOS acelera significativamente el descenso del consumo de cigarrillos
--	---	---

Datos recogidos

Es probable que en futuros estudios se establezca una reducción sustancial de la morbilidad o la mortalidad entre los consumidores individuales de tabaco	Se están realizando estudios ecológicos para establecer el impacto de IQOS en la salud pública de las enfermedades relacionadas con el tabaquismo (EPOC y CI) a nivel de población
---	--



Nuestros 14 estudios clínicos sobre IQOS han contado con miles de participantes y hasta 12 meses de exposición

¹ Referencias: [32780830](#) y [32780831](#)
² "Effect of IQOS introduction on cigarette sales: evidence of decline and replacement," Junio 2019, Tobacco Control, Michal Stoklosa, American Cancer Society

Impacto de los productos en la salud (continuación)

¿Cuáles son los resultados externos hasta la fecha?

Nuestros resultados científicos están respaldados por un creciente número de investigaciones independientes. Varios organismos gubernamentales ya han revisado las pruebas disponibles o han realizado sus propias investigaciones. Además de los estudios sobre la química y la toxicología de los aerosoles, han empezado a surgir los primeros estudios clínicos independientes y posteriores a la comercialización. En general, estos estudios confirman los resultados de PMI, aunque algunos tienen interpretaciones contradictorias de los datos (por ejemplo, el uso de aire fresco como factor de comparación en lugar del humo del cigarrillo), diferencias metodológicas (por ejemplo, poblaciones inscritas, estudios que no siguen las directrices de la OCDE) o conclusiones exageradas.

La lista de estudios independientes (más de 160 en total) publicados en torno a los productos sin humo de PMI y/o nuestros métodos y resultados hasta el 29 de abril de 2021 está disponible en [PMIscience.com](https://www.pmi.com/science).

En 2019, una versión de nuestro producto de calentamiento sin combustión IQOS se convirtió en la primera alternativa electrónica innovadora a los cigarrillos en ser autorizada por la FDA para su venta en Estados Unidos (lea el resumen de la decisión [aquí](#)). El 7 de julio de 2020, la FDA dio un paso más, al autorizar la comercialización de IQOS como producto de tabaco de riesgo modificado con la siguiente información de "exposición reducida":

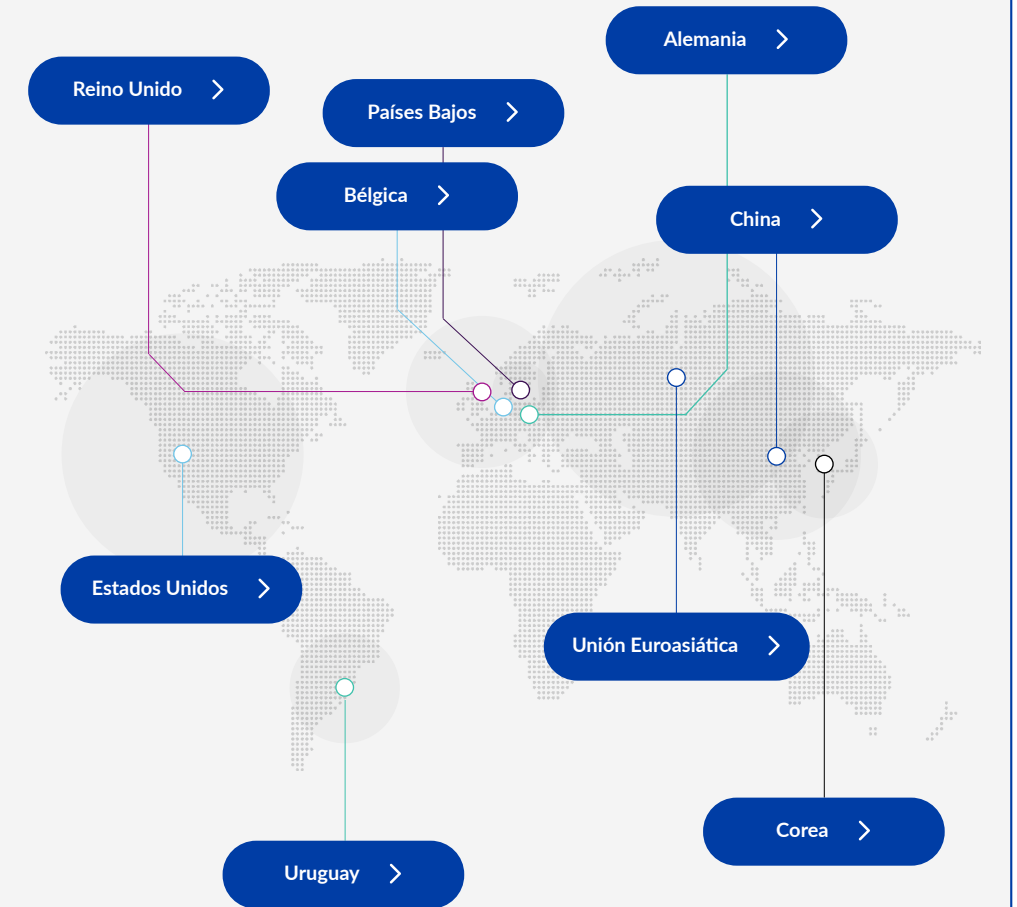
- El sistema IQOS calienta el tabaco pero no lo quema.
- Esto reduce de forma significativa la producción de sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

- Los estudios científicos han demostrado que cambiar por completo de los cigarrillos convencionales al sistema IQOS reduce significativamente la exposición del cuerpo a sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

Esta decisión se produjo tras una revisión de varios años de las pruebas científicas que PMI presentó a la FDA en diciembre de 2016. La agencia consideró que el uso de reclamaciones de exposición reducida sería "apropiado para promover la salud pública y se espera que beneficie a la salud de la población en su conjunto".¹ La FDA también concluyó que la totalidad de las pruebas presentadas sugiere que es razonablemente probable que se establezca una reducción medible y sustancial de la morbilidad o la mortalidad entre los consumidores individuales de tabaco en estudios posteriores. La carta de la orden, así como el resumen de la decisión, están disponibles en el [sitio web de la FDA](#).

El 7 de diciembre de 2020, la FDA autorizó la venta en Estados Unidos del dispositivo IQOS 3, que contiene una serie de avances tecnológicos en comparación con una versión previamente autorizada del dispositivo IQOS, entre ellos, una mayor duración de la batería y una recarga más rápida entre usos. En su [decisión](#), la FDA señaló que los datos de las encuestas internacionales revisadas por la agencia no encontraron pruebas de un mayor consumo de IQOS por parte de los jóvenes o adultos jóvenes, mientras que los patrones de uso disponibles para una versión previamente autorizada de IQOS dentro de Estados Unidos, no han planteado nuevas preocupaciones con respecto al uso del producto en los jóvenes y adultos jóvenes.²

Creciente consenso científico y normativo



¹ Fuente: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-authorizes-marketing-iqos-tobacco-heating-system-reduced-exposure-information>

² Fuente: <https://www.pmi.com/media-center/press-releases/press-details?newsId=22996>

Impacto de los productos en la salud (continuación)

¿Cuáles son los resultados externos hasta la fecha?

Nuestros resultados científicos están respaldados por un creciente número de investigaciones independientes. Varios organismos gubernamentales ya han revisado las pruebas disponibles o han realizado sus propias investigaciones. Además de los estudios sobre la química y la toxicología de los aerosoles, han empezado a surgir los primeros estudios clínicos independientes y posteriores a la comercialización. En general, estos estudios confirman los resultados de PMI, aunque algunos tienen interpretaciones contradictorias de los datos (por ejemplo, el uso de aire fresco como factor de comparación en lugar del humo del cigarrillo), diferencias metodológicas (por ejemplo, poblaciones inscritas, estudios que no siguen las directrices de la OCDE) o conclusiones exageradas.

La lista de estudios independientes (más de 160 en total) publicados en torno a los productos sin humo de PMI y/o nuestros métodos y resultados hasta el 29 de abril de 2021 está disponible en [PMIscience.com](https://www.pmi.com/science).

En 2019, una versión de nuestro producto de calentamiento sin combustión IQOS se convirtió en la primera alternativa electrónica innovadora a los cigarrillos en ser autorizada por la FDA para su venta en Estados Unidos (lea el resumen de la decisión [aquí](#)). El 7 de julio de 2020, la FDA dio un paso más, al autorizar la comercialización de IQOS como producto de tabaco de riesgo modificado con la siguiente información de "exposición reducida":

- El sistema IQOS calienta el tabaco pero no lo quema.
- Esto reduce de forma significativa la producción de sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

- Los estudios científicos han demostrado que cambiar por completo de los cigarrillos convencionales al sistema IQOS reduce significativamente la exposición del cuerpo a sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

Esta decisión se produjo tras una revisión de varios años de las pruebas científicas que PMI presentó a la FDA en diciembre de 2016. La agencia consideró que el uso de reclamaciones de exposición reducida sería "apropiado para promover la salud pública y se espera que beneficie a la salud de la población en su conjunto".¹ La FDA también concluyó que la totalidad de las pruebas presentadas sugiere que es razonablemente probable que se establezca una reducción medible y sustancial de la morbilidad o la mortalidad entre los consumidores individuales de tabaco en estudios posteriores. La carta de la orden, así como el resumen de la decisión, están disponibles en el [sitio web de la FDA](#).

El 7 de diciembre de 2020, la FDA autorizó la venta en Estados Unidos del dispositivo IQOS 3, que contiene una serie de avances tecnológicos en comparación con una versión previamente autorizada del dispositivo IQOS, entre ellos, una mayor duración de la batería y una recarga más rápida entre usos. En su [decisión](#), la FDA señaló que los datos de las encuestas internacionales revisadas por la agencia no encontraron pruebas de un mayor consumo de IQOS por parte de los jóvenes o adultos jóvenes, mientras que los patrones de uso disponibles para una versión previamente autorizada de IQOS dentro de Estados Unidos, no han planteado nuevas preocupaciones con respecto al uso del producto en los jóvenes y adultos jóvenes.²

Crecimiento

Estados Unidos

El 7 de julio de 2020, la FDA determinó que existían pruebas científicas suficientes para demostrar que sería apropiado emitir una orden de modificación de la exposición para promover la salud pública, por lo que autorizó la comercialización de una versión de nuestro producto IQOS IQOS, concretamente IQOS 2.4 y tres consumibles relacionados, como "producto de tabaco de riesgo modificado" (MRTP).

Hay dos tipos de órdenes de MRTP que la FDA puede emitir: Una orden de "modificación del riesgo" o una orden de "modificación de la exposición". Habíamos solicitado ambos tipos de órdenes. Tras la revisión, la FDA determinó que las evidencias no respaldaban la emisión de una orden de "modificación del riesgo" en este momento, pero que sí respaldaban la emisión de una orden de "modificación de la exposición" para el producto. Esta determinación incluía la conclusión de que la emisión de la orden de modificación de la exposición es adecuada para promover la salud pública y se espera que beneficie a la salud de la población en su conjunto.

Esperamos trabajar con la FDA para proporcionar cualquier información adicional que puedan requerir con el fin de comercializar este producto con declaraciones de riesgo reducido. Esta decisión se produce después de que la agencia autorizara en abril de 2019 la comercialización del sistema de tabaco calentado IQOS como "apropiado para la protección de la salud pública", de acuerdo con la vía de solicitud de productos de tabaco previa a la comercialización (PMTA).

Además, el 7 de diciembre de 2020, la FDA emitió una orden de comercialización PMTA para una versión más nueva del dispositivo IQOS, IQOS 3, determinando que el producto es apropiado para la protección de la salud pública. La autorización PMTA de IQOS 3 es independiente de la autorización MRTP para el dispositivo IQOS 2.4. PMI tendría que obtener una autorización MRTP independiente para IQOS 3 antes de poder comercializar el producto con información de riesgo modificada.

¹ Fuente: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-authorizes-marketing-iqos-tobacco-heating-system-reduced-exposure-information>

² Fuente: <https://www.pmi.com/media-center/press-releases/press-details?newsId=22996>



Países Bajos

Una publicación revisada en 2020 y de la que es coautor el Instituto Nacional Holandés de Salud Pública y Medio Ambiente (RIVM) comparó la carcinogénesis de los cigarrillos con los productos de tabaco calentado (PTC) utilizando los datos de la química de los aerosoles de IQOS. Los autores concluyeron que "se estimó que (el cambio en la exposición acumulada) era de 10 a 25 veces menor cuando se usaban los PTC en lugar de cigarrillos". [...] En general, la conclusión parece garantizar que el consumo de los PTC en vez de cigarrillos se asociará con un aumento de la esperanza de vida para el subgrupo de fumadores que moriría de cáncer. Sin embargo, se espera que siga habiendo un impacto negativo sustancial en la salud por el consumo de los PTC en comparación con la abstinencia total de los productos de tabaco.¹ Esto siguió a la publicación en 2018 de una "Hoja informativa sobre los nuevos productos de tabaco calentado", que había concluido que "el uso de los HeatSticks con el IQOS es perjudicial para la salud, pero probablemente menos dañino que fumar cigarrillos de tabaco", según sus mediciones de la química del aerosol, que son "del mismo orden de magnitud que en los datos de Philip Morris".

¹ Fuente: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/risa.13482>

su venta en Estados Unidos (lea el resumen de la decisión [aquí](#)). El 7 de julio de 2020, la FDA dio un paso más, al autorizar la comercialización de IQOS como producto de tabaco de riesgo modificado con la siguiente información de "exposición reducida":

- El sistema IQOS calienta el tabaco pero no lo quema.
- Esto reduce de forma significativa la producción de sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

Países Bajos en la salud (continuación)

Los estudios científicos han demostrado que cambiar por completo de los cigarrillos convencionales al sistema IQOS reduce significativamente la exposición del cuerpo a sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

La decisión se produjo tras una revisión de varios años de las pruebas científicas que PMI presentó a la FDA en diciembre de 2016. La agencia consideró que el uso de reclamaciones de exposición reducida era "apropiado para promover la salud pública y se esperaba que beneficiara a la salud de la población en su conjunto".¹ La FDA también concluyó que la totalidad de pruebas presentadas sugiere que es razonablemente probable que se establezca una reducción medible sustancial de la morbilidad o la mortalidad entre consumidores individuales de tabaco en estudios posteriores. La carta de la orden, así como el resumen de la decisión, están disponibles en el [sitio web de la FDA](#).

En diciembre de 2020, la FDA autorizó la venta en los Estados Unidos del dispositivo IQOS 3, que contiene una serie de avances tecnológicos en comparación con la versión previamente autorizada del dispositivo IQOS, entre ellos, una mayor duración de la batería y una carga más rápida entre usos. En su [decisión](#), la FDA señaló que los datos de las encuestas internacionales revisadas por la agencia no encontraron pruebas de un mayor consumo de IQOS por parte de los jóvenes o adultos jóvenes, mientras que los patrones de uso disponibles para una versión previamente autorizada de IQOS dentro de Estados Unidos, no han planteado nuevas preocupaciones con respecto al uso del producto en los jóvenes y adultos jóvenes.²

Creciente consenso científico y normativo



¹ Fuente: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-authorizes-marketing-iqos-tobacco-heating-system-reduced-exposure-information>

² Fuente: <https://www.pmi.com/media-center/press-releases/press-details?newsId=22996>

Impacto de los productos

¿Cuáles son los resultados externos hasta la fecha?

Nuestros resultados científicos están respaldados por un creciente número de investigaciones independientes. Varios organismos gubernamentales ya han revisado las pruebas disponibles o han realizado sus propias investigaciones. Además de los estudios sobre la química y la toxicología de los aerosoles, han empezado a surgir los primeros estudios clínicos independientes y posteriores a la comercialización. En general, estos estudios confirman los resultados de PMI, aunque algunos tienen interpretaciones contradictorias de los datos (por ejemplo, el uso de aire fresco como factor de comparación en lugar del humo del cigarrillo), diferencias metodológicas (por ejemplo, poblaciones inscritas, estudios que no siguen las directrices de la OCDE) o conclusiones exageradas.

La lista de estudios independientes (más de 160 en total) publicados en torno a los productos sin humo de PMI y/o nuestros métodos y resultados hasta el 29 de abril de 2021 está disponible en [PMIscience.com](https://www.pmi.com/science).

En 2019, una versión de nuestro producto de calentamiento sin combustión IQOS se convirtió en la primera alternativa electrónica innovadora a los cigarrillos en ser autorizada por la FDA para su venta en Estados Unidos (lea el resumen de la decisión [aquí](#)). El 7 de julio de 2020, la FDA dio un paso más, al autorizar la comercialización de IQOS como producto de tabaco de riesgo modificado con la siguiente información de "exposición reducida":

- El sistema IQOS calienta el tabaco pero no lo quema.
- Esto reduce de forma significativa la producción de sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

• Los e
por c
al sis
expo
nociv

Esta de
años d
la FDA
que el
sería "a
espera
conjun
las pru
probab
y susta
los con
posteri
la decis

El 7 de
Estado
una se
una ve
IQOS, e
recarga
señaló
revisad
de un

jóvenes o adultos jóvenes, mientras que los patrones de uso disponibles para una versión previamente autorizada de IQOS dentro de Estados Unidos, no han planteado nuevas preocupaciones con respecto al uso del producto en los jóvenes y adultos jóvenes.²

Bélgica

En abril de 2020, el Consejo Superior de Salud de Bélgica emitió una publicación en la que se revisaban los riesgos de los productos de tabaco calentado. Los autores concluyeron que, aunque no pueden considerarse exentos de riesgos, "los productos de tabaco calentado parecen tener un perfil de toxicidad más favorable que los productos del tabaco convencionales". Además, "en estudios clínicos, tras el cambio de cigarrillos convencionales a productos de tabaco calentado (IQOS o GLO), se han observado disminuciones significativas en los niveles de biomarcadores de exposición a componentes nocivos y potencialmente nocivos, aunque no se consideran completamente seguros. También se han observado cambios favorables en varios biomarcadores con impacto biológico, lo que sugiere que existe la posibilidad de que disminuya el riesgo de enfermedad si los fumadores cambian los cigarrillos convencionales por productos de tabaco calentado." A pesar de estas conclusiones, el consejo recomendó que el consumo de productos de tabaco calentado "no debe promoverse con medidas que los hagan más atractivos que los productos del tabaco convencionales".¹

¹ Fuente: https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth_theme_file/201026_shc-9538_new_tobacco_products_vweb.pdf

ente consenso científico y normativo



¹ Fuente: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-authorizes-marketing-iqos-tobacco-heating-system-reduced-exposure-information>

² Fuente: <https://www.pmi.com/media-center/press-releases/press-details?newsId=22996>

Impacto de los productos en la salud (continuación)

¿Cuáles son los resultados externos hasta la fecha?

Nuestros resultados científicos están respaldados por un creciente número de investigaciones independientes. Varios organismos gubernamentales ya han revisado las pruebas disponibles o han realizado sus propias investigaciones. Además de los estudios sobre la química y la toxicología de los aerosoles, han empezado a surgir los primeros estudios clínicos independientes y posteriores a la comercialización. En general, estos estudios confirman los resultados de PMI, aunque algunos tienen interpretaciones contradictorias de los datos (por ejemplo, el uso de aire fresco como factor de comparación en lugar del humo del cigarrillo), diferencias metodológicas (por ejemplo, poblaciones inscritas, estudios que no siguen las directrices de la OCDE) o conclusiones exageradas.

La lista de estudios independientes (más de 160 en total) publicados en torno a los productos sin humo de PMI y/o nuestros métodos y resultados hasta el 29 de abril de 2021 está disponible en [PMIscience.com](https://www.pmi.com/science).

En 2019, una versión de nuestro producto de calentamiento sin combustión IQOS se convirtió en la primera alternativa electrónica innovadora a los cigarrillos en ser autorizada por la FDA para su venta en Estados Unidos (lea el resumen de la decisión [aquí](#)). El 7 de julio de 2020, la FDA dio un paso más, al autorizar la comercialización de IQOS como producto de tabaco de riesgo modificado con la siguiente información de "exposición reducida":

- El sistema IQOS calienta el tabaco pero no lo quema.
- Esto reduce de forma significativa la producción de sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

- Los estudios científicos han demostrado que cambiar por completo de los cigarrillos convencionales al sistema IQOS reduce significativamente la exposición del cuerpo a sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

Esta decisión se produjo tras una revisión de varios años de las pruebas científicas que PMI presentó a la FDA en diciembre de 2016. La agencia consideró que el uso de reclamaciones de exposición reducida sería "apropiado para promover la salud pública y se espera que beneficie a la salud de la población en su conjunto".¹ La FDA también concluyó que la totalidad de las pruebas presentadas sugiere que es razonablemente probable que se establezca una reducción medible y sustancial de la morbilidad o la mortalidad entre los consumidores individuales de tabaco en estudios posteriores. La carta de la orden, así como el resumen de la decisión, están disponibles en el [sitio web de la FDA](#).

El 7 de diciembre de 2020, la FDA autorizó la venta en Estados Unidos del dispositivo IQOS 3, que contiene una serie de avances tecnológicos en comparación con una versión previamente autorizada del dispositivo IQOS, entre ellos, una mayor duración de la batería y una recarga más rápida entre usos. En su [decisión](#), la FDA señaló que los datos de las encuestas internacionales revisadas por la agencia no encontraron pruebas de un mayor consumo de IQOS por parte de los jóvenes o adultos jóvenes, mientras que los patrones de uso disponibles para una versión previamente autorizada de IQOS dentro de Estados Unidos, no han planteado nuevas preocupaciones con respecto al uso del producto en los jóvenes y adultos jóvenes.²

Corea

Los datos del Ministerio de Seguridad Alimentaria y Farmacéutica de Corea (MFDS), miembro de la Red de Laboratorios de Tabaco de la OMS, confirmaron la existencia de niveles más bajos de sustancias químicas nocivas en tres productos de tabaco calentado, encontrando una reducción media de más del 90% en los niveles de nueve sustancias químicas nocivas en el aerosol en comparación con los niveles encontrados en el humo de las cinco principales marcas de cigarrillos en Corea. Sin embargo, en lugar de centrarse en las importantes reducciones de sustancias químicas nocivas en comparación con el humo de los cigarrillos, el MFDS señala las mediciones de "alquitrán" para juzgar el riesgo relativo de los productos del tabaco. Los productos de tabaco calentado no queman tabaco, por lo que la composición del aerosol de los productos sin humo es fundamentalmente diferente del humo de los cigarrillos, lo que hace que el "alquitrán" sea una medida inadecuada para comparar la nocividad de los productos de tabaco calentado con los cigarrillos de combustión.

Crecier

Rein



¹ Fuente: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-authorizes-marketing-iqos-tobacco-heating-system-reduced-exposure-information>

² Fuente: <https://www.pmi.com/media-center/press-releases/press-details?newsId=22996>

Impacto de los productos en la salud (continuación)

¿Cuáles son los resultados externos hasta la fecha?

Nuestros resultados científicos están respaldados por un creciente número de investigaciones independientes. Varios organismos gubernamentales ya han revisado las pruebas disponibles o han realizado sus propias investigaciones. Además de los estudios sobre la química y la toxicología de los aerosoles, han empezado a surgir los primeros estudios clínicos independientes y posteriores a la comercialización. En general, estos estudios confirman los resultados de PMI, aunque algunos tienen interpretaciones contradictorias de los datos (por ejemplo, el uso de aire fresco como factor de comparación en lugar del humo del cigarrillo), diferencias metodológicas (por ejemplo, poblaciones inscritas, estudios que no siguen las directrices de la OCDE) o conclusiones exageradas.

La lista de estudios independientes (más de 160 en total) publicados en torno a los productos sin humo de PMI y/o nuestros métodos y resultados hasta el 29 de abril de 2021 está disponible en [PMIscience.com](https://www.pmi.com/science).

En 2019, una versión de nuestro producto de calentamiento sin combustión IQOS se convirtió en la primera alternativa electrónica innovadora a los cigarrillos en ser autorizada por la FDA para su venta en Estados Unidos (lea el resumen de la decisión [aquí](#)). El 7 de julio de 2020, la FDA dio un paso más, al autorizar la comercialización de IQOS como producto de tabaco de riesgo modificado con la siguiente información de "exposición reducida":

- Los estudios científicos han demostrado que cambiar por completo de los cigarrillos convencionales al sistema IQOS reduce significativamente la exposición del cuerpo a sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

Esta decisión se produjo tras una revisión de varios años de las pruebas científicas que PMI presentó a la FDA en diciembre de 2016. La agencia consideró que el uso de reclamaciones de exposición reducida sería "apropiado para promover la salud pública y se espera que beneficie a la salud de la población en su conjunto".¹ La FDA también concluyó que la totalidad de las pruebas presentadas sugiere que es razonablemente probable que se establezca una reducción medible y sustancial de la morbilidad o la mortalidad entre los consumidores individuales de tabaco en estudios posteriores. La carta de la orden, así como el resumen de la decisión, están disponibles en el [sitio web de la FDA](#).

El 7 de diciembre de 2020, la FDA autorizó la venta en Estados Unidos del dispositivo IQOS 3, que contiene una serie de avances tecnológicos en comparación con una versión previamente autorizada del dispositivo IQOS, entre ellos, una mayor duración de la batería y una recarga más rápida entre usos. En su [decisión](#), la FDA señaló que los datos de las encuestas internacionales revisadas por la agencia no encontraron pruebas de un mayor consumo de IQOS por parte de los jóvenes o adultos jóvenes, mientras que los patrones de uso disponibles para una versión previamente autorizada de IQOS dentro de Estados Unidos, no han planteado nuevas preocupaciones con respecto al uso del producto en los jóvenes y adultos jóvenes.²



Reino Unido

El Comité de Toxicidad de Reino Unido realizó una revisión de la evidencia disponible sobre dos productos de tabaco calentado, uno de los cuales era el IQOS y concluyó que dichos productos "podrían reducir el riesgo para los fumadores". Public Health England se basó en esta revisión en su posterior informe de 2018, y concluyó que "la evidencia disponible sugiere que los productos de tabaco calentado pueden ser considerablemente menos dañinos que los cigarrillos de tabaco, y más nocivos que los cigarrillos electrónicos".

² Fuente: <https://www.pmi.com/media-center/press-releases/press-details?newsId=22996>

Impacto de los productos en la salud (continuación)

¿Cuáles son los resultados externos hasta la fecha?

Nuestros resultados científicos están respaldados por un creciente número de investigaciones independientes. Varios organismos gubernamentales ya han revisado las pruebas disponibles o han realizado sus propias investigaciones. Además de los estudios sobre la química y la toxicología de los aerosoles, han empezado a surgir los primeros estudios clínicos independientes y posteriores a la comercialización. En general, estos estudios confirman los resultados de PMI, aunque algunos tienen interpretaciones contradictorias de los datos (por ejemplo, el uso de aire fresco como factor de comparación en lugar del humo del cigarrillo), diferencias metodológicas (por ejemplo, poblaciones inscritas, estudios que no siguen las directrices de la OCDE) o conclusiones exageradas.

La lista de estudios independientes (más de 160 en total) publicados en torno a los productos sin humo de PMI y/o nuestros métodos y resultados hasta el 29 de abril de 2021 está disponible en [PMIscience.com](https://www.pmi.com/science).

En 2019, una versión de nuestro producto de calentamiento sin combustión IQOS se convirtió en la primera alternativa electrónica innovadora a los cigarrillos en ser autorizada por la FDA para su venta en Estados Unidos (lea el resumen de la decisión [aquí](#)). El 7 de julio de 2020, la FDA dio un paso más, al autorizar la comercialización de IQOS como producto de tabaco de riesgo modificado con la siguiente información de "exposición reducida":

- El sistema IQOS calienta el tabaco pero no lo quema.
- Esto reduce de forma significativa la producción de sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

- Los estudios científicos han demostrado que cambiar por completo de los cigarrillos convencionales al sistema IQOS reduce significativamente la exposición del cuerpo a sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

Esta decisión se produjo tras una revisión de varios años de las pruebas científicas que PMI presentó a la FDA en diciembre de 2016. La agencia consideró que el uso de reclamaciones de exposición reducida sería "apropiado para promover la salud pública y se espera que beneficie a la salud de la población en su conjunto".¹ La FDA también concluyó que la totalidad de las pruebas presentadas sugiere que es razonablemente probable que se establezca una reducción medible y sustancial de la morbilidad o la mortalidad entre los consumidores individuales de tabaco en estudios posteriores. La carta de la orden, así como el resumen de la decisión, están disponibles en el [sitio web de la FDA](#).

El 7 de diciembre de 2020, la FDA autorizó la venta en Estados Unidos del dispositivo IQOS 3, que contiene una serie de avances tecnológicos en comparación con una versión previamente autorizada del dispositivo IQOS, entre ellos, una mayor duración de la batería y una recarga más rápida entre usos. En su [decisión](#), la FDA señaló que los datos de las encuestas internacionales revisadas por la agencia no encontraron pruebas de un mayor consumo de IQOS por parte de los jóvenes o adultos jóvenes, mientras que los patrones de uso disponibles para una versión previamente autorizada de IQOS dentro de Estados Unidos, no han planteado nuevas preocupaciones con respecto al uso de

Creciente consenso científico y normativo

The infographic features a world map with callout boxes for several countries, each with a right-pointing arrow. The countries listed are: Reino Unido, Países Bajos, Bélgica, Alemania, China, Unión Euroasiática, Estados Unidos, Uruguay, and Corea.

✕

Alemania

El Instituto Federal Alemán de Evaluación de Riesgos, dependiente del Ministerio Federal de Alimentación y Agricultura y miembro de la Red de Laboratorios del Tabaco de la OMS, realizó un estudio de laboratorio sobre el IQOS. El estudio concluyó que las medidas de reducción de los tóxicos seleccionados por el Instituto "probablemente reduzcan la exposición a los tóxicos". Los resultados de las mediciones de la química de los aerosoles en este estudio coinciden en general con los nuestros.

¹ Fuente: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-authorizes-marketing-iqos-tobacco-heating-system-reduced-exposure-information>

² Fuente: <https://www.pmi.com/media-center/press-releases/press-details?newsId=22996>

Impacto de los productos en la salud (continuación)

¿Cuáles son los resultados externos hasta la fecha?

Nuestros resultados científicos están respaldados por un creciente número de investigaciones independientes. Varios organismos gubernamentales ya han revisado las pruebas disponibles o han realizado sus propias investigaciones. Además de los estudios sobre la química y la toxicología de los aerosoles, han empezado a surgir los primeros estudios clínicos independientes y posteriores a la comercialización. En general, estos estudios confirman los resultados de PMI, aunque algunos tienen interpretaciones contradictorias de los datos (por ejemplo, el uso de aire fresco como factor de comparación en lugar del humo del cigarrillo), diferencias metodológicas (por ejemplo, poblaciones inscritas, estudios que no siguen las directrices de la OCDE) o conclusiones exageradas.

La lista de estudios independientes (más de 160 en total) publicados en torno a los productos sin humo de PMI y/o nuestros métodos y resultados hasta el 29 de abril de 2021 está disponible en [PMIscience.com](https://www.pmi.com/science).

En 2019, una versión de nuestro producto de calentamiento sin combustión IQOS se convirtió en la primera alternativa electrónica innovadora a los cigarrillos en ser autorizada por la FDA para su venta en Estados Unidos (lea el resumen de la decisión [aquí](#)). El 7 de julio de 2020, la FDA dio un paso más, al autorizar la comercialización de IQOS como producto de tabaco de riesgo modificado con la siguiente información de "exposición reducida":

- El sistema IQOS calienta el tabaco pero no lo quema.
- Esto reduce de forma significativa la producción de sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

- Los estudios científicos han demostrado que cambiar por completo de los cigarrillos convencionales al sistema IQOS reduce significativamente la exposición del cuerpo a sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

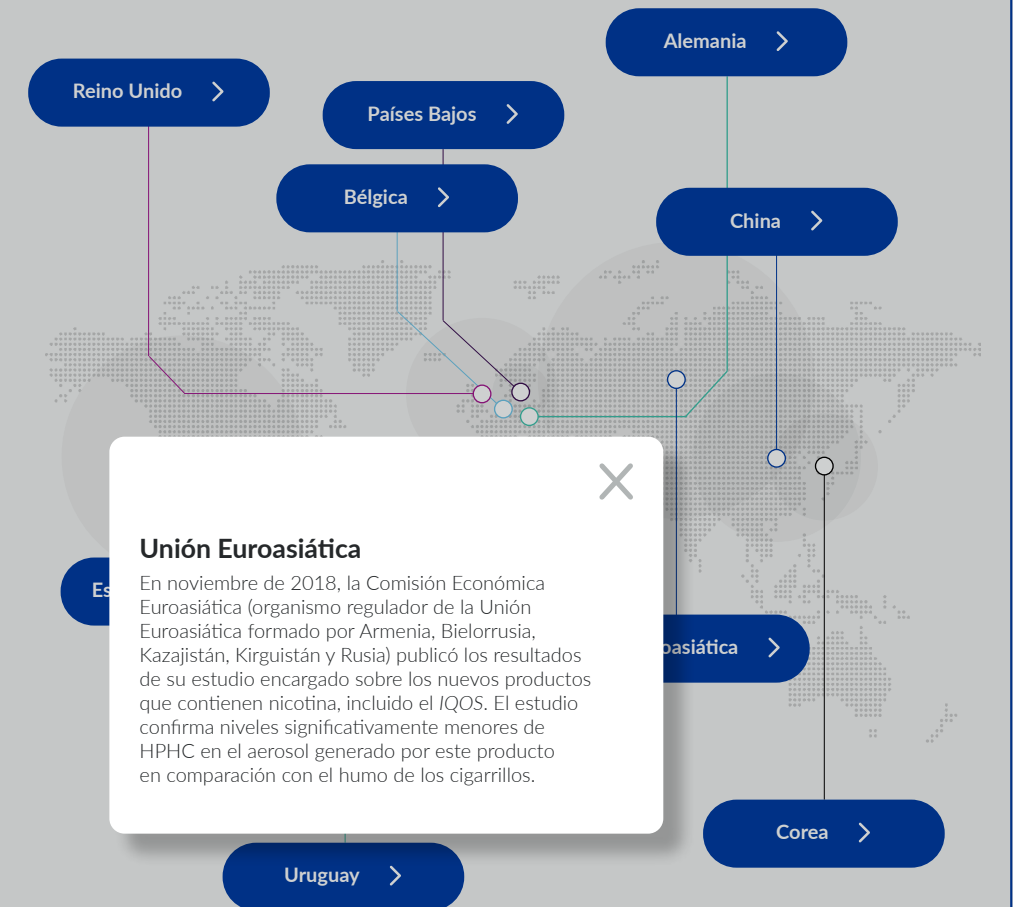
Esta decisión se produjo tras una revisión de varios años de las pruebas científicas que PMI presentó a la FDA en diciembre de 2016. La agencia consideró que el uso de reclamaciones de exposición reducida sería "apropiado para promover la salud pública y se espera que beneficie a la salud de la población en su conjunto".¹ La FDA también concluyó que la totalidad de las pruebas presentadas sugiere que es razonablemente probable que se establezca una reducción medible y sustancial de la morbilidad o la mortalidad entre los consumidores individuales de tabaco en estudios posteriores. La carta de la orden, así como el resumen de la decisión, están disponibles en el [sitio web de la FDA](#).

El 7 de diciembre de 2020, la FDA autorizó la venta en Estados Unidos del dispositivo IQOS 3, que contiene una serie de avances tecnológicos en comparación con una versión previamente autorizada del dispositivo IQOS, entre ellos, una mayor duración de la batería y una recarga más rápida entre usos. En su [decisión](#), la FDA señaló que los datos de las encuestas internacionales revisadas por la agencia no encontraron pruebas de un mayor consumo de IQOS por parte de los jóvenes o adultos jóvenes, mientras que los patrones de uso disponibles para una versión previamente autorizada de IQOS dentro de Estados Unidos, no han planteado nuevas preocupaciones con respecto al uso del producto en los jóvenes y adultos jóvenes.²

¹ Fuente: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-authorizes-marketing-iqos-tobacco-heating-system-reduced-exposure-information>

² Fuente: <https://www.pmi.com/media-center/press-releases/press-details?newsId=22996>

Creciente consenso científico y normativo



Impacto de los productos e

¿Cuáles son los resultados externos hasta la fecha?

Nuestros resultados científicos están respaldados por un creciente número de investigaciones independientes. Varios organismos gubernamentales ya han revisado las pruebas disponibles o han realizado sus propias investigaciones. Además de los estudios sobre la química y la toxicología de los aerosoles, han empezado a surgir los primeros estudios clínicos independientes y posteriores a la comercialización. En general, estos estudios confirman los resultados de PMI, aunque algunos tienen interpretaciones contradictorias de los datos (por ejemplo, el uso de aire fresco como factor de comparación en lugar del humo del cigarrillo), diferencias metodológicas (por ejemplo, poblaciones inscritas, estudios que no siguen las directrices de la OCDE) o conclusiones exageradas.

La lista de estudios independientes (más de 160 en total) publicados en torno a los productos sin humo de PMI y/o nuestros métodos y resultados hasta el 29 de abril de 2021 está disponible en [PMIscience.com](https://www.pmi.com/science).

En 2019, una versión de nuestro producto de calentamiento sin combustión IQOS se convirtió en la primera alternativa electrónica innovadora a los cigarrillos en ser autorizada por la FDA para su venta en Estados Unidos (lea el resumen de la decisión [aquí](#)). El 7 de julio de 2020, la FDA dio un paso más, al autorizar la comercialización de IQOS como producto de tabaco de riesgo modificado con la siguiente información de "exposición reducida":

- El sistema IQOS calienta el tabaco pero no lo quema.
- Esto reduce de forma significativa la producción de sustancias químicas nocivas o potencialmente nocivas.

- Los estudios por comparación con el sistema de exposición a los aerosoles nocivos

Esta decisión de la FDA en 2020 fue el resultado de un proceso de revisión que el uso de aire fresco sería "apropiado para el uso conjunto".¹ Las pruebas de laboratorio muestran que es probable que el uso de aire fresco y sustancias químicas nocivas

de los consumidores individuales de tabaco en estudios posteriores. La carta de la orden, así como el resumen de la decisión, están disponibles en el [sitio web de la FDA](#).

El 7 de diciembre de 2020, la FDA autorizó la venta en Estados Unidos del dispositivo IQOS 3, que contiene una serie de avances tecnológicos en comparación con una versión previamente autorizada del dispositivo IQOS, entre ellos, una mayor duración de la batería y una recarga más rápida entre usos. En su [decisión](#), la FDA señaló que los datos de las encuestas internacionales revisadas por la agencia no encontraron pruebas de un mayor consumo de IQOS por parte de los jóvenes o adultos jóvenes, mientras que los patrones de uso disponibles para una versión previamente autorizada de IQOS dentro de Estados Unidos, no han planteado nuevas preocupaciones con respecto al uso del producto en los jóvenes y adultos jóvenes.²

China

En enero de 2019, los medios científicos publicaron los resultados del estudio del Centro Nacional de Supervisión y Pruebas de la Calidad del Tabaco de China (CNTQST) en el que se comparaba el aerosol generado por IQOS con el humo de los cigarrillos. El CNTQST comprobó que el primero contenía menos componentes nocivos y en menor cantidad que el segundo y concluyó que la menor temperatura de calentamiento del tabaco en el producto IQOS contribuía a la diferencia. El CNTQST declaró que la reducción de las emisiones de componentes nocivos no puede interpretarse como equivalente a una reducción proporcional del daño/riesgo para los fumadores.

Consenso científico y normativo



¹ Fuente: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-authorizes-marketing-iqos-tobacco-heating-system-reduced-exposure-information>

² Fuente: <https://www.pmi.com/media-center/press-releases/press-details?newsId=22996>

Impacto de los productos en la salud (continuación)

Nuestro producto de vapor electrónico, IQOS VEEV

Nuestro segundo producto sin humo, *IQOS VEEV*, es un producto de vapor electrónico (o cigarrillo electrónico). El dispositivo, que funciona con pilas, utiliza una solución líquida que contiene nicotina y aromas para producir un vapor inhalable. El producto se compone de un dispositivo y un cartucho desechable. El dispositivo alberga la batería y el sensor de caladas, mientras que el cartucho contiene el elemento de calentamiento y el e-líquido.

IQOS VEEV representa una nueva tecnología de calentamiento dentro de la categoría de productos de vapor electrónico. Hasta hace poco, la mayoría de los productos de vapor electrónico utilizaban un sistema de

bobina y mecha para calentar una solución que contenía nicotina. La mecha arrastra el líquido hacia un elemento de calentamiento de la bobina para crear un aerosol. En estos sistemas, la temperatura del calefactor puede variar significativamente dependiendo, por ejemplo, de la cantidad de líquido que haya en el sistema, o de la intensidad con la que el usuario dé una calada al cigarrillo electrónico. Varios estudios han demostrado que dar una calada a un cigarrillo electrónico cuando el nivel de líquido es bajo da lugar a "caladas secas", lo que puede aumentar significativamente la exposición a ciertos tóxicos, especialmente al formaldehído.

En *IQOS VEEV* se elimina la mecha y se sustituye la bobina por una malla metálica. Cuando el líquido se introduce en el calentador, la mayor superficie que proporciona el diseño de la malla ayuda a calentar el

líquido de forma más consistente en comparación con los sistemas de bobina y mecha de la generación actual. El software garantiza que la temperatura del calentador sea estable y no varíe en función de la intensidad de la calada o de una calada a otra. El sistema de detección de bajo nivel de líquido corta la alimentación del calentador de malla una vez que el líquido ha descendido por debajo de un determinado nivel, eliminando así las caladas secas.

A diferencia de los típicos cartuchos de productos de vapor electrónico, los cartuchos de *IQOS VEEV* se fabrican, ensamblan, rellenan y sellan previamente en un proceso totalmente automatizado para garantizar la consistencia del producto. Esto ocurre en nuestras instalaciones de producción europeas. Lanzamos el producto en 2020 en Nueva Zelanda y la República Checa y estamos recopilando información sobre los consumidores antes de proceder a un despliegue internacional previsto en 2021. Además, *IQOS VEEV* es el primero de nuestros productos sin humo que se ha probado en Nueva Zelanda con tecnología para evitar el uso por parte de menores de edad, por lo que el dispositivo solo puede ser desbloqueado por usuarios registrados y de edad verificada (lea más [aquí](#)).

Siguientes pasos

Seguimos invirtiendo en investigación para desarrollar y fundamentar científicamente un catálogo de productos sin humo cada vez mejores, asequibles y aceptables para los actuales fumadores adultos, tanto en los países de la OCDE como en los que no lo son. A finales de 2020, nuestro trabajo de I+D y sus innovaciones asociadas han dado lugar a 1.300 patentes concedidas para tecnologías sin humo por las cinco principales oficinas de propiedad intelectual del mundo (IP5).

Para reforzar aún más el ya sólido paquete de pruebas del *IQOS*, estamos empezando a complementar los estudios clínicos y de laboratorio con pruebas del mundo real relativas al impacto en la salud pública de la introducción del *IQOS* a nivel de la población.

Por último, empezaremos a impulsar nuestras capacidades técnicas y científicas más allá del campo de la nicotina y los productos de riesgo reducido, utilizando nuestros conocimientos y experiencia en el suministro de aerosoles a los seres humanos, tanto en aplicaciones de bienestar como médicas, tales como el suministro de medicamentos respiratorios.



Analistas de laboratorio en las instalaciones de fabricación de Papastratos, la afiliada griega de PMI

Puntos destacados del rendimiento de 2020

Ver cifras de rendimiento >



934

Puestos de I+D, incluidos científicos, ingenieros, técnicos y personal de apoyo (FTE)



1.300

Patentes concedidas hasta la fecha en las jurisdicciones del IP5 relacionadas con productos sin humo

NIVEL 1

Acceso a los productos sin humo

El beneficio para la salud pública de los productos sin humo no solo depende de su potencial para reducir el riesgo de enfermedades relacionadas con el hábito de fumar, sino también de su uso real como alternativas a los cigarrillos por parte de los fumadores adultos. Para que los fumadores se pasen a ellas, estas alternativas deben ser accesibles. Aumentar la accesibilidad significa mejorar la concienciación de los consumidores, así como la aceptabilidad, disponibilidad y capacidad de adquisición de nuestro producto sin humo.

[Leer más >](#)


Coaches de IQOS en una tienda de IQOS en Lausana, Suíza

Hacer lo correcto

Reducir los daños causados por el hábito de fumar es un deseo de la mayoría de los fumadores y un objetivo largamente perseguido por las ONG, la comunidad científica, los expertos en salud pública y los legisladores. Invertir en I+D para conocer las causas de los daños y trabajar para reducirlos significativamente fue un primer paso importante para crear mejores alternativas a los cigarrillos. PMI decidió ir más allá, adoptando el propósito más amplio de acelerar el descenso de la prevalencia del hábito de fumar y la eliminación progresiva de los cigarrillos. En PMI, consideramos que nuestra propuesta de valor no debe basarse en la ampliación de nuestro catálogo para ofrecer opciones además de los cigarrillos. Por el contrario, nuestro propósito es hacer que los cigarrillos queden obsoletos, animando a los fumadores adultos a cambiar a alternativas mejores.

El caso empresarial

Una inversión continua en I+D, capacidades comerciales y la marca IQOS ha creado una ventaja competitiva que permite que nuestros productos sin humo lideren la nueva categoría de alternativas mejores que los cigarrillos. Al centrar la mayor parte de nuestros esfuerzos de despliegue comercial en conseguir que los fumadores que no dejan de fumar cambien totalmente a alternativas mejores, pretendemos llegar al mayor número posible de fumadores adultos en el mayor número de mercados posible; esto incluye a los 130 millones de fumadores de cigarrillos PMI estimados, así como a los más de 800 millones de fumadores que compran marcas de la competencia. Esto no solo es lo correcto, sino que, además, el caso empresarial es claro: Nuestros productos consumibles sin humo generan mayores ingresos netos y rentabilidad por paquete que los cigarrillos, con importantes beneficios en el margen de ingresos operativos por el aumento de la escala, ya que empezamos a generar un rendimiento atractivo de las importantes inversiones iniciales y continuas en el desarrollo de la categoría. También estamos ganando cuota en el mercado total del tabaco, aumentando así nuestra base de ingresos actuales y futuros con los que generar ingresos. Cualquier retraso en el acceso de los fumadores a los productos sin humo supone una disminución de los ingresos y de los beneficios por acción para PMI.

Nuestros objetivos

>40 millones

Número de fumadores adultos en todo el mundo que cambian a productos sin humo PMI y dejan de fumar en 2025

>20 millones

Número de fumadores adultos en países no pertenecientes a la OCDE que cambian a productos sin humo PMI y dejan de fumar en 2025

100

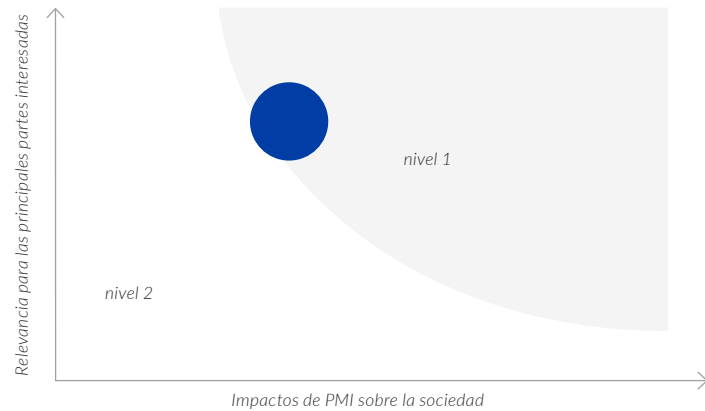
Número de mercados en todo el mundo en los que productos sin humo de PMI están disponibles a la venta en 2025

Acceso a los productos sin humo

Descripción del tema

Para proporcionar a los fumadores adultos un acceso significativo a los productos sin humo, necesitamos dar a conocer sus beneficios y conseguir que sean suficientemente aceptables, estén disponibles y sean asequibles para que los fumadores se pasen a ellos.

Relevancia del tema: Materialidad



Principales partes interesadas



Megatendencias



Impacto en nuestra cadena de valor

- Flujo ascendente
- Operaciones de PMI
- Flujo descendente

Contribución a los ODS



Conectividad con nuestros otros temas de sostenibilidad del nivel 1



Fuerza de la interacción: → Baja ⇌ Media ⇨ Alta
 Naturaleza de la interacción: ■ Habilitar o reforzar ■ Limitar o requerir compensaciones

Acceso a los productos sin humo (continuación)

Conseguir nuestros objetivos

Nuestra aspiración constante es que, para 2025, al menos 40 millones de fumadores se pasen a los productos sin humo de PMI y dejen de fumar, incluyendo al menos 20 millones de fumadores en países no pertenecientes a la OCDE. Esta cifra puede ser mucho mayor si más legisladores hacen de la reducción de los daños del tabaco una parte integral de sus estrategias de control del tabaco, además de prevenir la iniciación y fomentar el abandono.

Hemos avanzado mucho hacia nuestros objetivos. Estimamos que a finales de 2020, un total de 12,7 millones de fumadores —incluidos 4,3 millones de fumadores en países no pertenecientes a la OCDE— se habrán pasado a IQOS y habrán dejado de fumar cigarrillos.

En los cuatro años siguientes al anuncio de nuestra visión de una vida sin humo en 2016, el volumen de

envíos de productos sin humo de PMI aumentó de 8 a 76 mil millones de unidades. Al mismo tiempo, el volumen de envíos de nuestros productos de combustión de tabaco se redujo de 845.000 a 654.000 millones de unidades en ese periodo, y los productos sin humo desempeñaron un papel muy importante.

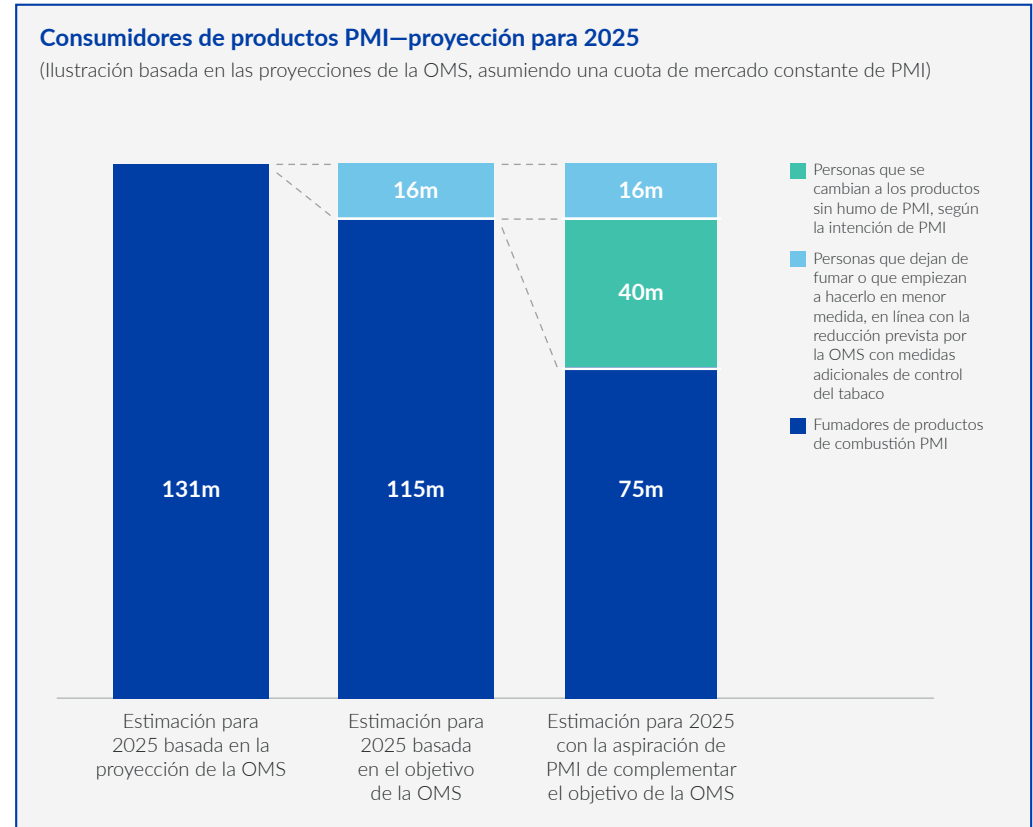
Para lograr que el mundo sea un lugar sin humo, necesitamos que todos los fumadores adultos tengan acceso a los productos sin humo de PMI. Por acceso, nos referimos a lo siguiente:

- Los fumadores son **conscientes** de los beneficios de los productos sin humo.
- Los productos son **aceptados** por los fumadores como una alternativa viable a los cigarrillos.
- Los productos están convenientemente **disponibles** para la venta a los fumadores.
- Los productos sin humo son **asequibles** para los fumadores.

En este contexto, es esencial un marco normativo que permita la venta de los productos y que los fumadores adultos sepan que estos existen y están disponibles.

Para lograr nuestros objetivos, estamos impulsando los recursos para, allí donde podamos, mejorar la concienciación, la aceptabilidad, la disponibilidad y la asequibilidad de nuestros productos sin humo. Nuestro ratio de gasto comercial es un buen indicador global de los esfuerzos en este sentido, ya que muestra qué parte de nuestro gasto global total en marketing, participación de los consumidores y actividades comerciales se dedica a los productos sin humo. En 2020, el 76% de los gastos comerciales de PMI estaban relacionados

con productos sin humo (frente al 71% de 2019), lo que supera con creces su participación en los ingresos netos totales (23,8%). Mientras que PMI hace todo lo que está bajo su control al desplazar los recursos, el gobierno, la política y la normativa deben desempeñar un papel clave para permitir y facilitar el acceso.



Acceso a los productos sin humo (continuación)

Nuestro director ejecutivo encabeza los esfuerzos por implantar productos sin humo en todos nuestros mercados a nivel mundial. El equipo dirigido por el director de Consumer de PMI reúne todas las experiencias de cara al consumidor a lo largo de su recorrido, desde las tendencias y los conocimientos sobre la estrategia del canal de adquisición hasta los programas para disuadir de la recaída en los cigarrillos. En conjunto, nuestro equipo comercial, encabezado por el vicepresidente senior de Commercial de PMI, desarrolla, prueba y despliega las rutas de comercialización de los productos sin humo. Mientras tanto, el equipo dirigido por nuestro director de Product desarrolla y mejora continuamente los productos sin humo de PMI, basándose en los comentarios de los consumidores. Es importante que nuestro equipo de operaciones, dirigido por el vicepresidente senior de Operations, trabaje para garantizar que nuestras capacidades de fabricación satisfagan la demanda de productos sin humo.

“Proporcionar a los fumadores adultos el acceso a nuestros productos sin humo es la máxima prioridad de PMI. Además de considerables recursos, dedicamos a este tema una gran parte del tiempo de las tareas de gestión, desde todo nuestro equipo de dirección de la empresa hasta los equipos de gestión de cada mercado en el que estamos comercializando o planeamos comercializar IQOS”.

Jacek Olczak, director ejecutivo de PMI

ESTUDIO DE CASO

¿Pueden acelerar el descenso del hábito de fumar productos innovadores como IQOS?

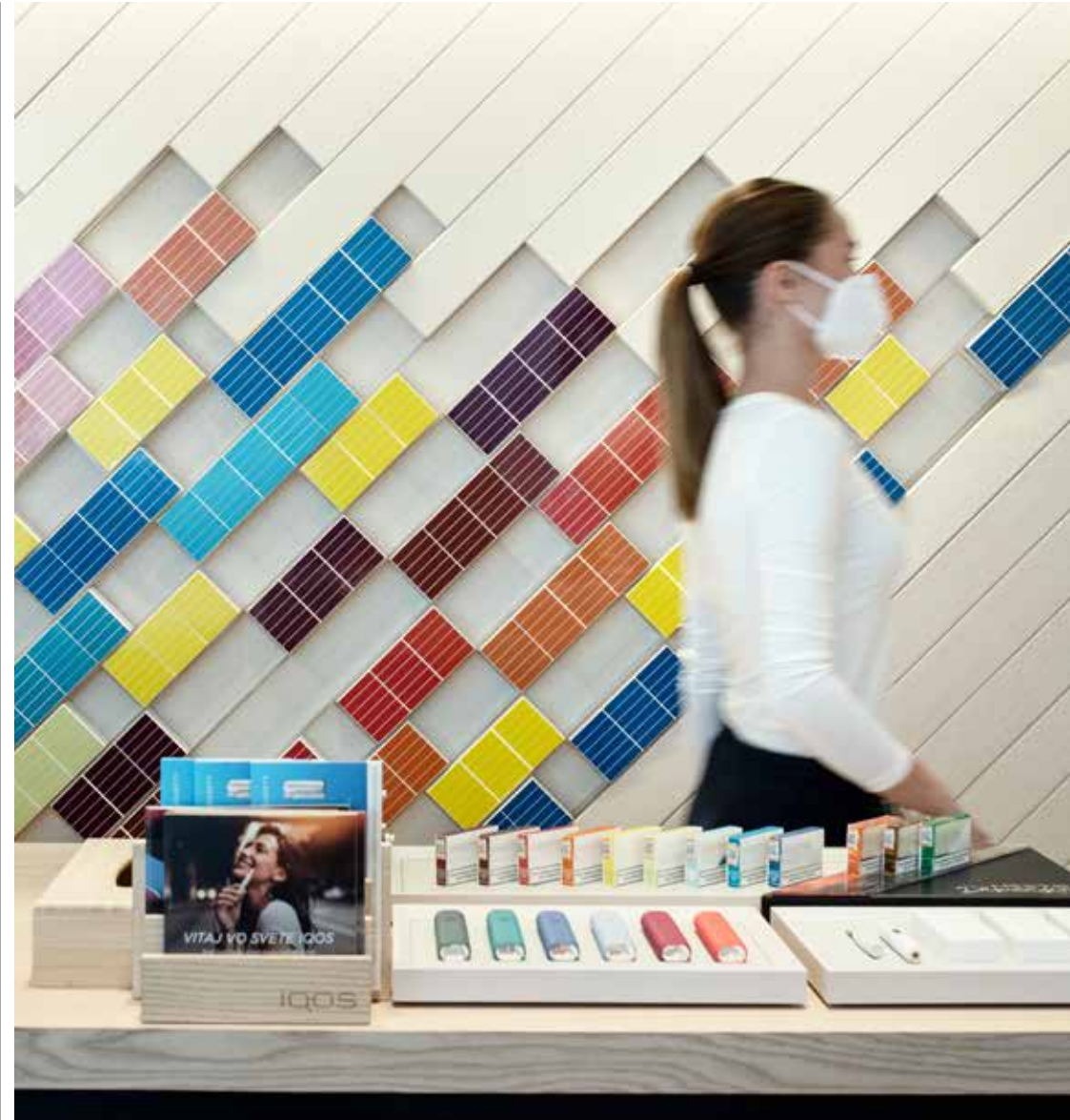
Minimizar los daños relacionados con el tabaco a nivel de la población no solo depende del grado de reducción del riesgo de los productos sin humo, sino también de su adopción por parte de los adultos que, de otro modo, seguirían fumando. Es importante que la gran mayoría de estas personas cambie completamente, a la vez que la iniciación al producto por parte de los no fumadores —incluidos los jóvenes y los exfumadores— debe minimizarse.

Este estudio de caso es la respuesta a las peticiones de investigadores y expertos en políticas en salud pública de comprender mejor el impacto a nivel de población de la creciente disponibilidad y aceptación de IQOS, nuestro producto de calentamiento sin combustión.

[Leer el estudio de caso](#)



Representante de ventas y cliente en una tienda de IQOS en Ginza, Japón



Representante de ventas en una tienda de IQOS en Bratislava, Eslovaquia

Acceso a los productos sin humo (continuación)

Progreso en 2020

Concienciación del producto

El primer componente de nuestra estrategia de acceso es la labor de concienciación. Esto supone que los consumidores comprendan las causas de la morbilidad y la mortalidad, y que se conciencie a los adultos que fuman y que seguirán fumando sobre los productos sin humo. Queremos que estos fumadores entiendan las diferencias y las ventajas de nuestros productos sin humo en comparación con los cigarrillos de combustión, al tiempo que nos aseguramos de que comprendan que los productos sin humo son adictivos y no están exentos de riesgos. En nuestros esfuerzos de concienciación, somos cautelosos para evitar el uso por parte de públicos no deseados, como los que nunca han fumado, los exfumadores y los jóvenes (leer más: [Prácticas de marketing y ventas responsables](#)).

La comercialización de productos del tabaco está sujeta a amplias restricciones en todo el mundo, incluida la prohibición total en algunos países. El entorno normativo varía sustancialmente en los distintos mercados, lo que dificulta —o casi imposibilita— en algunos países que las personas que fuman conozcan las alternativas disponibles a los cigarrillos y cómo y por qué deberían utilizarlas en su lugar.

A finales de 2020, estimamos que solo el 36% de los fumadores adultos en los mercados en los que PMI comercializó IQOS conocían las características y beneficios del producto en comparación con fumar cigarrillos.¹ Esta falta de información representa, sin duda, el mayor obstáculo para lograr la reducción de los daños del tabaco. También es potencialmente la más fácil de superar si las organizaciones de salud pública deciden informar a los fumadores adultos —o permitir que se les informe— sobre los beneficios de los productos sin humo.

1 La estimación se basa en estudios realizados en 54 mercados en los que se comercializó IQOS en 2020

2 Changing Perceptions of Harm of e-Cigarette vs Cigarette Use Among Adults in 2 US National Surveys From 2012 to 2017, marzo de 2019 (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6450305/>)

3 Datos del estudio en Perception of the relative harm of electronic cigarettes compared to cigarettes amongst US adults from 2013 to 2016: analysis of the Population Assessment of Tobacco and Health (PATH), 2020 (<https://harmreductionjournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12954-020-00410-2>)

Información del producto

En PMI, tratamos de proporcionar a los consumidores adultos información precisa y no engañosa sobre nuestros productos sin humo para que las personas que de otro modo seguirían fumando puedan optar por cambiar. Disponemos de procesos internos para garantizar que nuestros mensajes a los consumidores cumplan esta norma. También hemos desarrollado un programa de estudios de evaluación de la percepción y el comportamiento para comprender cómo se perciben nuestros productos sin humo y cómo se comportan los usuarios con ellos.

Un equipo multifuncional formado por científicos, investigadores de mercado, abogados, expertos en comunicación y profesionales comerciales revisa los mensajes de los consumidores sobre las características y beneficios de nuestros productos. Para determinar si una afirmación es correcta (fundamentada), el equipo la coteja con la información disponible sobre el diseño y las características de los productos o con las pruebas científicas disponibles en la bibliografía o directamente en nuestros estudios científicos o de consumo. Para confirmar que un mensaje es claro y no engañoso, sobre todo en el caso de los mensajes de riesgo reducido, llevamos a cabo una investigación de comprensión en varios mercados y analizamos cuidadosamente los resultados antes de permitir la difusión del mensaje.

El equipo también trabaja directamente con los mercados para garantizar el correcto despliegue de la comunicación al consumidor desarrollada a nivel central y que los materiales de marketing desarrollados localmente cumplan nuestras normas y los requisitos de la legislación local.

Los estudios de evaluación de la percepción y el comportamiento nos ayudan a evaluar las percepciones de riesgo de los productos sin humo entre varios grupos de consumidores adultos. Los resultados de nuestros estudios hasta la fecha muestran que los grupos de consumidores adultos analizados entienden muy bien que el IQOS presenta menos riesgo que los cigarrillos pero no está exento de riesgos y que es más arriesgado que dejar de fumar. Además, cuando se evaluó en el contexto de materiales de comunicación específicos, más del 90% de los participantes en los estudios de consumidores comprendieron que el IQOS no está destinado a los no fumadores, y más

del 80% comprendieron que dejar de consumir todo tipo de tabaco es la mejor manera de reducir el riesgo de enfermedades relacionadas con el tabaco.

No hemos llevado a cabo estudios en personas menores de la edad legal para comprar tabaco. Hemos realizado estudios sobre nuestro producto de calentamiento sin combustión IQOS entre adultos jóvenes que nunca han fumado (de 18 a 25 años) y estas pruebas indican una intención muy baja o nula de usar o probar IQOS entre estos adultos jóvenes que nunca han fumado. Sin embargo, nuestra orden de modificación de la exposición del MRTP de la FDA exigía que presentáramos un plan de vigilancia y estudios posteriores a la comercialización, que debía ser aprobado por la Agencia. Como parte de ese plan, nuestro socio de comercialización en Estados Unidos, Altria, llevará a cabo un análisis secundario de la actual Encuesta sobre el Consumo de Tabaco en Menores (UTUS) de Altria, que es una encuesta representativa a nivel nacional de los individuos de 13 a 20 años que viven en los hogares de Estados Unidos. Se añadieron preguntas específicas sobre IQOS a la UTUS y se utilizarán para estimar el conocimiento y el uso del IQOS entre los menores de edad. Esta información forma parte de los esfuerzos de vigilancia postcomercialización en curso de la FDA relacionados con IQOS, que se consideraron necesarios para conceder la orden de modificación de la exposición del MRTP.

Los estudios previos y posteriores a la comercialización guían todas nuestras actividades y comunicaciones de cara al consumidor, incluida la evaluación interna de los mensajes al consumidor.

Las opiniones expresadas sobre los productos sin humo por parte de las organizaciones de salud pública, los organismos reguladores y las ONG tienen un gran impacto en las decisiones de los fumadores individuales, por lo que es fundamental que estas organizaciones eviten contribuir a la confusión de categorías o a la desinformación. Estos son ejemplos para ilustrar conceptos erróneos existentes: Según un estudio, "la proporción de adultos estadounidenses que percibían los cigarrillos electrónicos como menos dañinos [que los cigarrillos] se redujo del 39,4 por ciento en 2012 al 33,9 por ciento en 2017" y "durante el mismo período, la proporción de adultos que percibían los cigarrillos electrónicos como igualmente dañinos que los cigarrillos se triplicó con creces, pasando del 11,5 por ciento

en 2012 al 36,4 por ciento en 2017."² Según otro estudio, "la proporción de adultos estadounidenses que percibían correctamente los cigarrillos electrónicos como menos dañinos que los cigarrillos disminuyó cada año, pasando del 41,1% en 2013-2014, al 31,5% 2014-2015 y al 25,3% en 2015-2016."³ Es de suma importancia que la ciencia y los hechos prevalezcan para los 1.100 millones de fumadores de todo el mundo.

Unsmoke: nuestra campaña global corporativa

Leer más >



Una tienda IQOS en Estocolmo, Suecia

Acceso a los productos sin humo (continuación)

Progreso en 2020

Concienciación del producto

El primer componente de nuestra estrategia de acceso es la labor de concienciación. Esto supone que los consumidores comprendan las causas de la morbilidad y la mortalidad, y que se conciencie a los adultos que fuman y que seguirán fumando sobre los productos sin humo. Queremos que estos fumadores entiendan las diferencias y las ventajas de nuestros productos sin humo en comparación con los cigarrillos de combustión, al tiempo que nos aseguramos de que comprendan que los productos sin humo son adictivos y no están exentos de riesgos. En nuestros esfuerzos de concienciación, somos cautelosos para evitar el uso por parte de públicos no deseados, como los que nunca han fumado, los exfumadores y los jóvenes (leer más: [Prácticas de marketing y ventas responsables](#)).

La comercialización de productos del tabaco está sujeta a amplias restricciones en todo el mundo, incluida la prohibición total en algunos países. El entorno normativo varía sustancialmente en los distintos mercados, lo que dificulta —o casi imposibilita— en algunos países que las personas que fuman conozcan las alternativas disponibles a los cigarrillos y cómo y por qué deberían utilizarlas en su lugar.

A finales de 2020, estimamos que solo el 36% de los fumadores adultos en los mercados en los que PMI comercializó IQOS conocían las características y beneficios del producto en comparación con fumar cigarrillos.¹ Esta falta de información representa, sin duda, el mayor obstáculo para lograr la reducción de los daños del tabaco. También es potencialmente la más fácil de superar si las organizaciones de salud pública deciden informar a los fumadores adultos —o permitir que se les informe— sobre los beneficios de los productos sin humo.

¹ La estimación se basa en estudios realizados en 54 mercados en los que se comercializó IQOS en 2020

² Changing Perceptions of Harm of e-Cigarette vs Cigarette Use Among Adults in 2 US National Surveys From 2012 to 2017, marzo de 2019 (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6450305/>)

³ Datos del estudio en Perception of the relative harm of electronic cigarettes compared to cigarettes amongst US adults from 2013 to 2016: analysis of the Population Assessment of Tobacco and Health (PATH), 2020 (<https://harmreductionjournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12954-020-00410-2>)

Información del producto

En PMI, tratamos de proporcionar a los consumidores adultos información precisa y no engañosa sobre nuestros productos sin humo para que las personas que de otro modo seguirían fumando puedan optar por cambiar. Disponemos de procesos internos para garantizar que nuestros mensajes a los consumidores cumplan esta norma. También hemos desarrollado un programa de estudios de evaluación de la percepción y el comportamiento para comprender cómo se perciben nuestros productos sin humo y cómo se comportan los usuarios con ellos.

Un equipo multifuncional formado por científicos, investigadores de mercado, abogados, expertos en comunicación y profesionales comerciales revisa los mensajes de los consumidores sobre las características y beneficios de nuestros productos. Para determinar si una afirmación es correcta (fundamentada), el equipo la coteja con la información disponible sobre el diseño y las características de los productos o con las pruebas científicas disponibles en la bibliografía o directamente en nuestros estudios científicos o de consumo. Para confirmar que un mensaje es claro y no engañoso, sobre todo en el caso de los mensajes de riesgo reducido, llevamos a cabo una investigación de comprensión en varios mercados y analizamos cuidadosamente los resultados antes de permitir la difusión del mensaje.

El equipo también trabaja directamente con los mercados para garantizar el correcto despliegue de la comunicación al consumidor desarrollada a nivel central y que los materiales de marketing desarrollados localmente cumplan nuestras normas y los requisitos de la legislación local.

Los estudios de evaluación de la percepción y el comportamiento nos ayudan a evaluar las percepciones de riesgo de los productos sin humo entre varios grupos de consumidores adultos. Los resultados de nuestros estudios hasta la fecha muestran que los grupos de consumidores adultos analizados entienden muy bien que el IQOS presenta menos riesgo que los cigarrillos pero no está exento de riesgos y que es más arriesgado que dejar de fumar. Además, cuando se evaluó en el contexto de materiales de comunicación específicos, más del 90% de los participantes en los estudios de consumidores comprendieron que el IQOS no está destinado a los no fumadores, y más

Nuestra campaña global corporativa

Unsmoke:

"Unsmoke" es una campaña corporativa global lanzada en 2019 que desplegamos en varios canales de comunicación online y offline. Su objetivo es abordar las ideas erróneas ampliamente difundidas sobre la categoría de productos sin humo y los conceptos que la sustentan, como la combustión, el papel de la nicotina y el potencial de estos productos para la salud pública.

Su mensaje central está condensado en una sencilla triada: "Si no fumas, no empieces; si fumas, déjalo; si no lo dejas, cambia". Más allá de eso, se ha convertido en un movimiento para ayudar a la gente a entender la ciencia y los hechos que hay detrás de la categoría y replantearse lo que saben sobre PMI.

Actualmente, la campaña abarca dos vertientes distintas:

- **Unsmoke Your World (UYW)**

Dirigido al público en general, la vertiente de un mundo sin humo, UYW, hace un llamamiento al cambio positivo reforzando que dejar los cigarrillos y la nicotina por completo es la mejor opción e informando a los adultos que de otro modo seguirían fumando de que existen mejores alternativas. También anima al público en general a implicarse y pide una regulación que permita a los adultos que de otro modo seguirían fumando acceder a alternativas mejores e informarse sobre ellas.

- **Unsmoke Your Mind (UYM)**

Dirigido a los principales líderes de opinión, la vertiente de una mente sin humo, UYM, cuestiona los conceptos erróneos en torno a la categoría de productos sin humo (por ejemplo, el papel de la nicotina, el alquitrán y la combustión) y pide una conversación abierta y transparente para apoyar una regulación proporcional al riesgo que diferencie los productos sin humo de los cigarrillos. También insta a los responsables políticos a situar la ciencia y las pruebas en el centro de la toma de decisiones.

Ver los sitios web dedicados en unsmokeyourworld.com y unsmokeyourmind.com

50, por ciento en 2017 y durante el mismo periodo, la proporción de adultos que percibían los cigarrillos electrónicos como igualmente dañinos que los cigarrillos se triplicó con creces, pasando del 11,5 por ciento



Una tienda IQOS en Estocolmo, Suecia

Acceso a los productos sin humo (continuación)

Implicar a los consumidores en los puntos de venta

Para ayudar a los fumadores a pasarse a los productos sin humo, estamos cambiando de un modelo de empresa a otro enfocado en el consumidor. Se trata de una tarea muy compleja y que requiere muchos recursos. En el cuadro siguiente, ilustramos algunas de las dimensiones de este cambio en nuestro modelo de negocio, que muestran la complejidad y la escala del cambio. Esta transformación requiere cambios significativos en nuestros procesos internos, conjunto de aptitudes y mentalidad. También requiere una inversión sustancial y a largo plazo en infraestructura, sistemas y creación de capacidades. Por lo tanto, tenemos que mantener un ritmo cuidadoso mientras lo ampliamos todo.

Comprar y probar un producto sin humo es solo un paso en el viaje de conversión de un fumador adulto que se cambia a una alternativa menos dañina. Es esencial que establezcamos la infraestructura adecuada para apoyar a los fumadores en cada etapa de este viaje.

Actualmente contamos con 24 centros de atención al consumidor, donde los usuarios adultos pueden ponerse en contacto con nosotros si tienen alguna pregunta sobre el producto o su uso. Las ideas que recibimos las incorporamos al desarrollo de nuestros productos.

A finales de 2020, PMI tenía una huella de 259 tiendas dedicadas a IQOS y más de 2.200 puntos de venta exclusivos de IQOS en todo el mundo.¹ Estos puntos de venta ofrecen una asistencia personalizada a los consumidores adultos, que empieza por explicar cómo debe utilizarse el producto y cómo limpiarlo. En nuestras boutiques, los fumadores adultos interesados pueden conocer la tecnología del tabaco calentado y sus beneficios, comunicarse con el personal y probar el producto. Nuestros coaches de IQOS reciben formación de buenas prácticas para la conversión recogidas en las **Good Conversion Practices** y deben interactuar exclusivamente con fumadores adultos.

Además de las tiendas IQOS, existen tiendas selectas de distribuidores exclusivos en las que proporcionamos información sobre nuestros productos sin humo a los fumadores adultos, ofreciéndoles la oportunidad de tener una sesión con personal formado para conocer el producto, sus beneficios y cómo utilizarlo dentro del entorno que visitan habitualmente para comprar productos de tabaco. Además, estos lugares ofrecen a los usuarios de IQOS acceso a servicios relacionados, como la limpieza y la sustitución de dispositivos (en caso de defectos). Estos sitios también permiten a los usuarios actuales experimentar y acceder a nuevas gamas de dispositivos y accesorios con los que personalizar sus productos IQOS.

Las capacidades digitales nos ayudan a ser más eficientes en el servicio a los consumidores. En 2020, cambiamos nuestro enfoque en esta dirección, ya que las medidas de cierre relacionadas con la COVID-19 impedían otros medios de conexión con los consumidores. En los países en los que está permitido, a los fumadores adultos que manifiestan su interés por IQOS se les ofrece una sesión online con un coach de IQOS a distancia. Los consumidores también pueden beneficiarse de servicios adicionales a través de otros puntos de contacto digitales. Con el consentimiento

del consumidor, utilizamos la gestión de la relación con el cliente (CRM) para ofrecer comunicaciones y promociones personalizadas a los consumidores, de acuerdo con sus intereses específicos y la etapa que han alcanzado en su viaje hacia la conversión. La CRM también nos permite procesar, analizar y responder rápidamente a las opiniones de los consumidores recogidas en todos los puntos de contacto.

¹ En 2020, redefinimos nuestra clasificación de los diferentes canales de venta al por menor

	De	A
Producto	Un solo producto	Varios productos con múltiples componentes (dispositivos, consumibles, accesorios)
Viaje del consumidor	Simple: de una marca de cigarrillos a otra	Complejo: cambiar el comportamiento ² hacia un producto sin humo y dejar de fumar
Puntos de contacto	Un tipo: minorista	Varios tipos: comercio minorista propio, comercio minorista independiente, comercio electrónico, centros de llamadas, coaches

² Para los fumadores que, de otro modo, seguirían fumando



Representante de ventas y cliente en una tienda de IQOS en Ginza, Japón

Acceso a los productos sin humo (continuación)

Aceptabilidad del producto

Los fumadores solo dejarán de fumar y cambiarán a alternativas mejores si prefieren estos productos a los cigarrillos.

Un indicador importante para saber si nuestro producto de calentamiento sin combustión satisface las preferencias del consumidor es la llamada tasa de cambio total: el porcentaje de usuarios de IQOS que dejaron de fumar frente al total de usuarios de IQOS. En 2020, la tasa media de cambio total de IQOS fue del 72%, lo que supera significativamente el rendimiento de los productos de la competencia, para los que el uso dual (es decir, usar tanto productos sin humo como cigarrillos) es la norma. La tasa perfecta de cambio total es del 100%, y este es nuestro objetivo mientras seguimos desarrollando y mejorando nuestros productos y haciendo que los cigarrillos queden realmente obsoletos. IQOS es un producto nuevo

con características diferentes a las de los cigarrillos. Durante el proceso de cambio, los usuarios pasan por un proceso de adaptación en el que puede darse un doble uso. Nuestro objetivo es apoyar a los consumidores para que este proceso de adaptación sea lo más breve posible. Solo si se produce el cambio por completo, y se eliminan los cigarrillos, se pueden obtener todos los beneficios de los productos sin humo como IQOS.

Diseño del producto

Hemos diseñado nuestros productos sin humo para reducir el riesgo de enfermedad en comparación con el tabaquismo, al tiempo que replicamos en la medida de lo posible el sabor, la administración de nicotina y las características rituales de los cigarrillos, de modo que los adultos que no quieren dejar de fumar estén dispuestos a cambiar a estos productos alternativos.

La probabilidad de que los fumadores adultos consideren un producto sin humo como una alternativa viable a los cigarrillos depende de la experiencia sensorial general y de la administración de nicotina, así como de la claridad de los posibles beneficios para la salud. Con respecto a la nicotina, la FDA declaró lo siguiente en su decisión de solicitud de tabaco previa a la comercialización de 2019: "IQOS suministra nicotina en niveles cercanos a los de los cigarrillos de combustión, lo que sugiere la probabilidad de que los usuarios de IQOS puedan abandonar por completo los cigarrillos de combustión y usar IQOS exclusivamente".¹ El papel de la nicotina en nuestros productos sin humo se trata con más detalle en [PMIscience.com](https://www.pmi.com/science) y [PMI.com](https://www.pmi.com).

A 31 de diciembre de 2020, las unidades de tabaco calentado para IQOS estaban disponibles en más de 30 variantes de sabor para satisfacer una gran variedad de gustos y maximizar la probabilidad de que un fumador cambie. En 2020, lanzamos una herramienta de asesoramiento sobre sabores, tanto en las tiendas como online, para guiar a los consumidores en la selección de la variante que mejor se ajusta a sus preferencias. Los aromas son esenciales para animar a los fumadores adultos a cambiar, y su uso debería preservarse; sin embargo, ciertos aromas, como los de caramelo o postre, podrían ser especialmente atractivos para los jóvenes y no deberían utilizarse. En cualquier circunstancia, las unidades de tabaco calentado, como cualquier producto de tabaco o nicotina, deberían estar reguladas, incluida la forma en que se comercializan, para garantizar que no atraigan especialmente a los jóvenes. En PMI, hemos implementado un sistema de gobierno central, bajo el cual se evalúan los nuevos productos de tabaco calentado con sabor y los productos de vapor electrónico y por el cual esas variantes de productos están sujetas a un marco de evaluación específico que requiere datos y puntos de control en el proceso para demostrar, antes de la comercialización, que una nueva propuesta de

producto con sabor no sea particularmente atractiva para los menores u otras audiencias no deseadas. Como parte de la evaluación, revisamos la literatura y los datos del mercado y también llevamos a cabo la evaluación de la investigación del comportamiento mediante pruebas de consumo online en función de cada caso. Solamente una vez realizado este proceso de revisión y validación, se comercializan los nuevos productos de tabaco calentado aromatizado o vapor electrónico. Para confirmar los hallazgos previos a la comercialización, también realizamos estudios posteriores a la comercialización para verificar que los productos de tabaco y nicotina aromatizados comercializados por PMI no sean especialmente atractivos para el público no deseado, incluidos los jóvenes.

Desde el diseño del concepto hasta la comercialización a escala, los esfuerzos por mejorar continuamente la experiencia de nuestros productos sin humo se guían por los conocimientos de los consumidores. Regularmente incorporamos actualizaciones del producto y nuevas características diseñadas para abordar los puntos débiles de los consumidores para ayudar a los fumadores adultos a dejar los cigarrillos sin problemas. En los últimos años, hemos ampliado nuestro catálogo de dispositivos de calentamiento sin combustión IQOS y actualmente estamos comercializando cuatro modelos. En 2020, nos centramos en finalizar una importante actualización del producto: una nueva tecnología de calentamiento que resuelve los problemas de los consumidores relacionados con la necesidad de limpiar regularmente el aparato y el riesgo de romper la lámina de calentamiento. Lanzaremos esta nueva tecnología en 2021.



Couch de IQOS y cliente en una tienda de IQOS en Lausana, Suiza



Los esfuerzos por mejorar continuamente la experiencia de nuestros productos sin humo se guían por los conocimientos de los consumidores

¹ Fuente: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-permits-sale-iqos-tobacco-heating-system-through-premarket-tobacco-product-application-pathway>. La FDA no respalda ni aprueba los productos de tabaco

Acceso a los productos sin humo (continuación)

Estudios y supervisión posteriores a la comercialización

Llevamos a cabo estudios posteriores a la comercialización para saber quién utiliza el producto y cómo lo hace. Estos estudios son necesarios para confirmar los resultados de nuestras evaluaciones de percepción y comportamiento previas a la comercialización, para medir el grado en que los fumadores adultos actuales cambian al producto y para garantizar que no lo utilizan ni los que nunca han fumado, ni los que sí lo han hecho.

Hemos establecido repeticiones de estudios en 45 países entre los usuarios de IQOS adultos. Estos estudios incluyen en total a unos 100.000 participantes y permiten medir los patrones de uso de los propietarios adultos de IQOS a lo largo del tiempo.

En Japón, estamos realizando encuestas intersectoriales para medir las tendencias de prevalencia y los patrones de uso de IQOS a lo largo del tiempo y para evaluar el impacto del producto en la salud pública. Los resultados hasta ahora han puesto de manifiesto una proporción muy baja de iniciación al consumo de tabaco con IQOS (2,0% de los usuarios de IQOS en 2017, 1,3% en 2018 y 0,6% en 2019) y un uso muy bajo por parte de los exfumadores (solo el 0,1% de los exfumadores adultos reanudaron el consumo de tabaco con IQOS). Además, los resultados de un estudio independiente encargado por el Ministerio de Sanidad japonés entre estudiantes de secundaria y bachillerato revelaron que el consumo de productos de tabaco calentado entre este grupo es extremadamente bajo, y menor que el de los cigarrillos.¹

También estamos realizando encuestas intersectoriales similares en Italia y Alemania. Los resultados de estos estudios han mostrado una dinámica comparable a la observada en Japón. Entre 2018 y 2019, la mayor proporción de inicio de consumo de tabaco con IQOS entre los usuarios de IQOS fue del 0,7 por ciento y se observó en Italia, mientras que la menor proporción fue del 0,2 por ciento y se detectó en Alemania. Con respecto a los antiguos fumadores que reanudan el

consumo de tabaco con IQOS, el valor más alto fue igual al 1,5% en Alemania y el más bajo fue el 0,1% en Italia.

En general, los datos de nuestros estudios, así como los de estudios independientes, confirman que IQOS llega al público al que va dirigido, los fumadores adultos, y tiene un interés muy limitado para los adultos que nunca han consumido productos de nicotina o que ya han dejado de consumir tabaco.

Acogemos con satisfacción y fomentamos un seguimiento riguroso del mercado global del tabaco y la nicotina por parte de los organismos gubernamentales, de forma que se comprenda la dinámica de este nuevo mercado y se potencie un diálogo constructivo sobre la regulación que pueda acelerar el cambio de los fumadores, que no lo dejan, a alternativas mejores.

Disponibilidad del producto

Que podamos poner nuestros productos sin humo a disposición de los fumadores adultos depende de varios factores, algunos de los cuales escapan a nuestro control. Las condiciones normativas del país deben ser favorables para permitir el lanzamiento del producto allí de forma comercialmente viable. Si lo son, debemos crear una capacidad de producción suficiente, que depende en parte de las zonas comerciales y las barreras arancelarias. Por último, tenemos que establecer la organización de mercado adecuada para comercializar el producto y poner en práctica la necesaria interacción con el consumidor descrita anteriormente en esta sección.

En diciembre de 2020, nuestros productos sin humo estaban disponibles en 64 mercados, en ciudades clave o en todo el país. A partir de esta huella geográfica, estimamos que alrededor de 150 millones de fumadores adultos (es decir, el 64% del número total de fumadores adultos en los mercados en los que hemos lanzado productos) tienen acceso físico para comprar dispositivos y consumibles IQOS.

Capacidad de producción

La ampliación de la venta de productos sin humo requiere una importante inversión en nuestra capacidad de producción. En particular, la fabricación de consumibles para productos sin humo requiere que construyamos nuevas fábricas o que convirtamos las

fábricas de cigarrillos existentes y que aumentemos nuestros gastos de capital, por ejemplo, para comprar nueva maquinaria. En 2020, ocho de nuestras 39 fábricas se dedicaron, parcial o totalmente, a la fabricación de consumibles de productos sin humo.

Lanzamientos de mercados

En 2020, lanzamos IQOS en otros 12 mercados, incluidos el Líbano y Filipinas. Esto elevó a 64 el número total de mercados en los que se comercializa el producto. De estos mercados, el 52% se encuentra en países no pertenecientes a la OCDE.

Varios países, como Australia, India y Singapur, no permiten la venta de productos de tabaco calentado. No obstante, seguimos colaborando con las partes interesadas para abogar por una normativa que permita, en un marco bien definido, la venta de IQOS y otros productos sin humo científicamente

probados en estos países. No creemos que prohibir estos productos sea una política racional, sobre todo teniendo en cuenta que estos países permiten la venta del producto de tabaco más dañino: los cigarrillos.

Además de los factores externos, las limitaciones internas afectan al ritmo de implantación de los productos sin humo en todo el mundo. PMI está presente en más de 175 mercados, pero el tamaño y la capacidad de nuestras organizaciones locales varían. No todos los mercados tienen los recursos y la capacidad para lanzar productos sin humo inmediatamente. Nosotros evaluamos la viabilidad comercial del lanzamiento de productos sin humo en cada mercado para decidir cómo priorizar los recursos internos a nivel internacional.



Ciente y representante de ventas en una tienda emergente de IQOS en Ciudad del Cabo, Sudáfrica

¹ Kumamaru H & Osaki Y (2019). Update of Current Status in Japan on Tobacco Harm Reduction. Global Nicotine Forum (GNF) 2019 presentation. Disponible en : https://gfn.net.co/downloads/2019/presentations/Hiroya_Kumamaru.pdf

Acceso a los productos sin humo (continuación)

Canales de distribución

A finales de 2020, había 27 mercados en los que nuestro producto de calentamiento sin combustión IQOS, y sus consumibles estaban disponibles para su compra en todo el país en los canales físicos o en el comercio electrónico, cuando se permitía.

El viaje del consumidor a IQOS

Leer más >

En los demás mercados en los que hemos lanzado IQOS, el producto se ofrece inicialmente en ciudades clave, lo que nos permite adquirir experiencia y crear capacidad antes de proceder a un despliegue a escala nacional.

La ampliación de la disponibilidad geográfica de nuestros productos sin humo requiere que aprovechemos una variedad de canales de venta al por menor. En 2015, empezamos a abrir y gestionar nuestras propias tiendas minoristas en los mercados en los que IQOS estaba presente. Estos puntos de contacto con el consumidor nos permiten comunicarnos y relacionarnos directamente con los fumadores adultos. Permiten que los fumadores adultos vean, toquen y prueben el producto cuando está permitido. Nos basamos en áreas de venta tanto fijas como temporales, con tiendas insignia establecidas y emergentes. A finales de 2020, contábamos con 259 boutiques y tiendas permanentes de IQOS en todo el mundo, principalmente en ciudades clave y zonas de alto tráfico de consumidores. Donde la ley lo permite, también gestionamos sitios de comercio electrónico para IQOS, lo que permite a los

consumidores adultos comprar el producto online y recibirlo en sus hogares (51 mercados en 2020).

El entorno minorista indirecto está formado por nuestros socios comerciales tradicionales (por ejemplo, los minoristas de tabaco) y las cadenas de cuentas clave (por ejemplo, las tiendas de conveniencia y las gasolineras). Dependiendo del catálogo de productos tratados y los servicios prestados a los consumidores, clasificamos el universo del comercio general y de las grandes cuentas en tres grupos: Vendedores de consumibles, puntos de servicio y distribuidores exclusivos. En cuanto a los vendedores de consumibles, el objetivo principal es ofrecer a los usuarios de IQOS una opción cómoda para la compra diaria de las unidades de tabaco calentado. En los puntos de servicio, los consumidores también pueden acceder a servicios relacionados con IQOS, como la sustitución del dispositivo en caso de que tenga defecto. Los distribuidores exclusivos ofrecen a los consumidores toda la gama de servicios, incluida la limpieza de dispositivos y las sesiones de aprendizaje, junto con una experiencia de marca completa.

A finales de 2020, había más de 2.200 puntos de venta exclusivos de IQOS y 3.800 puntos de venta indirectos de experiencia de marca en todo el mundo, y alrededor de 749.000 puntos de venta en los que se vendían unidades de tabaco calentado IQOS.

Asequibilidad del producto

Para lograr un futuro sin humo, es necesario que los productos sin humo sean asequibles para aquellos fumadores adultos que no dejan el tabaco y la nicotina pero que quieren pasarse a dichos productos.

La economía de los innovadores productos sin humo es muy diferente a la de un producto centenario como los cigarrillos.

A diferencia de lo que ocurre con los cigarrillos, los fumadores adultos que quieren pasarse a IQOS deben comprar primero un dispositivo. El precio de venta al público de estos dispositivos oscila entre 29 y 136 dólares, según el modelo y el país, con un precio medio geográfico para el dispositivo IQOS de menor coste de 50 dólares. Estos dispositivos de alta calidad requieren importantes costes de producción para garantizar que funcionen de forma consistente dentro de las especificaciones bien definidas del paquete de fundamentos científicos.

Para hacer frente a la posible barrera del coste para los fumadores adultos que quisieran cambiar, hemos puesto en marcha varias soluciones, como el préstamo

inicial del dispositivo o el pago a lo largo del tiempo, y hemos rebajado el precio de las versiones existentes del dispositivo IQOS tras el lanzamiento de las nuevas versiones. También hemos mejorado el rendimiento de la batería, con lo que ha aumentado la duración de los dispositivos. Además de reducir los costes medios anuales para el usuario, esto mejora la huella ecológica de los dispositivos IQOS. En 2020, también introdujimos el dispositivo LIL SOLID con licencia, para su uso con consumibles Fiit, a un precio inferior al dispositivo IQOS más barato en Rusia y Ucrania.

Un segundo aspecto de la asequibilidad es el precio del consumible. Actualmente, los costes de producción de las unidades de tabaco calentado utilizadas con los dispositivos IQOS son, por término medio, algo más elevados que los de los cigarrillos. Las unidades de tabaco calentado se someten a un proceso de fabricación especial que es muy diferente al de la fabricación de cigarrillos, y los productos requieren un mayor nivel de garantía de calidad en las fábricas. También incurrimos en otros costes que no son aplicables a los cigarrillos, como los costes de fundamentar científicamente el perfil de riesgo reducido de estos productos.

Es importante destacar que IQOS tiene unos costes de comercialización mucho más elevados que los de los cigarrillos, debido a la necesidad de presentar adecuadamente a los consumidores este nuevo producto y explicar sus funcionalidades. Estos costes incluyen nuestros centros de atención al cliente y el seguimiento para garantizar que los usuarios no vuelvan a fumar durante su viaje de conversión.

Más allá de los costes de producción y comercialización, un factor clave que impulsa los precios al por menor de los productos del tabaco es el impuesto especial. Los impuestos especiales sobre los cigarrillos suelen ser más altos que los de los productos sin humo. Dentro de la categoría de productos sin humo, los cigarrillos electrónicos tienden a estar menos gravados que los productos de tabaco sin combustión.

La imposición diferencial es una política fiscal adecuada teniendo en cuenta los perfiles de riesgo fundamentalmente diferentes de los productos del tabaco de combustión y las alternativas sin combustión.

Este enfoque desempeña un papel importante a la hora de incentivar a los fumadores adultos, que de otro modo seguirían fumando, para que abandonen los cigarrillos y otros productos de combustión de tabaco, y anima a los fabricantes a canalizar sus futuras inversiones de I+D hacia mejores alternativas.

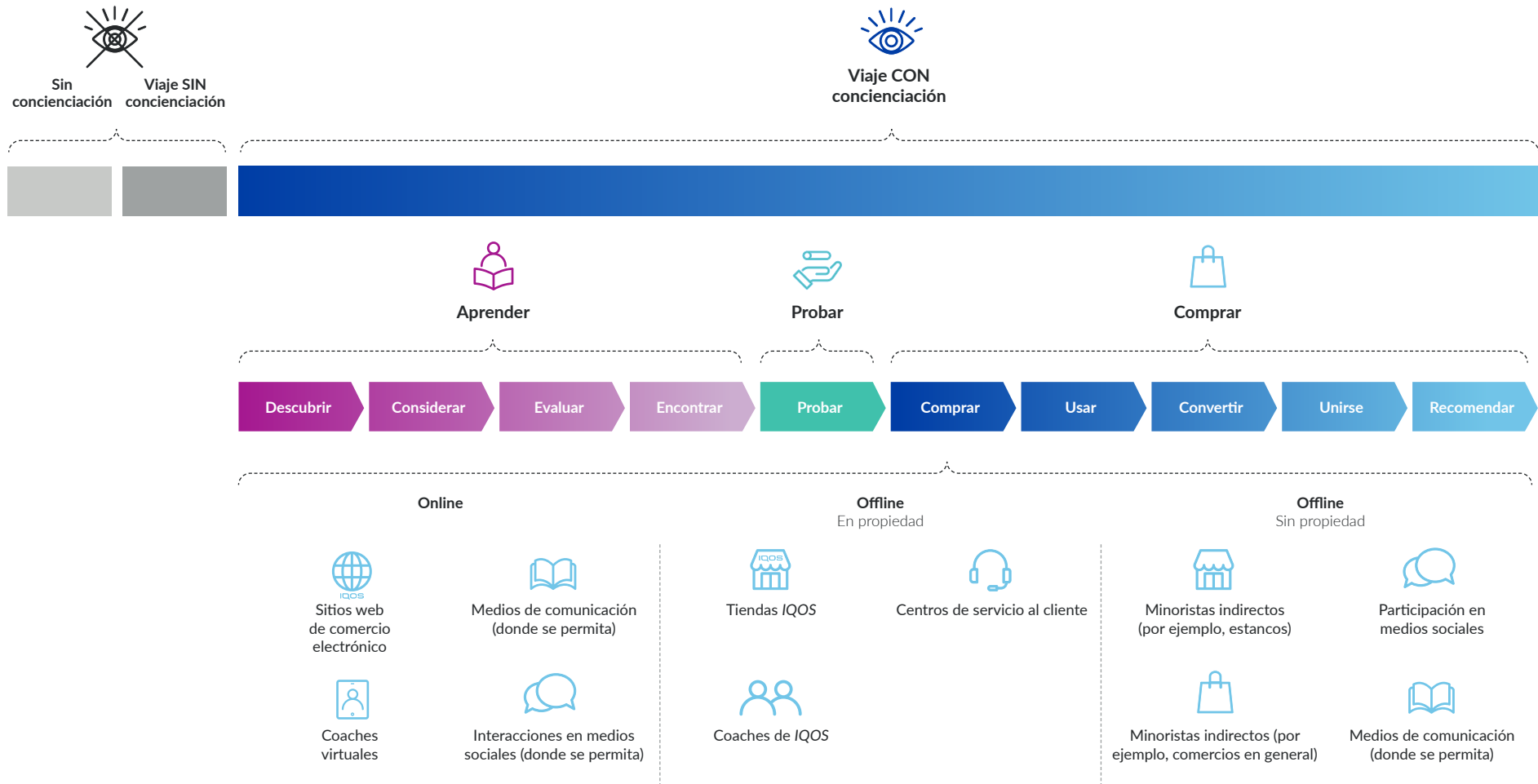


Una tienda IQOS en Bratislava, Eslovaquia

Acceso a los productos sin humo (continuación)

El viaje del consumidor a IQOS

Combinación única de episodios y canales



Acceso a los productos sin humo (continuación)

El efecto combinado de las diferencias de costes e impuestos es tal que el precio para el consumidor de las unidades de tabaco calentado IQOS suele ser inferior al de los cigarrillos de primera calidad y a veces, como en Nueva Zelanda y el Reino Unido, se sitúa en el extremo inferior del precio de los cigarrillos. Estimamos que las unidades de tabaco calentado tienen un precio igual o inferior al de la marca de cigarrillos actual del fumador para el 58,6% de los fumadores en las zonas geográficas en las que actualmente comercializamos IQOS.¹

Para ayudar a resolver las posibles barreras de asequibilidad, también estamos ampliando nuestra gama de consumibles para unidades de tabaco calentado, ofreciendo marcas a varios precios en determinados mercados. El ejemplo más notable es el de Japón, donde introdujimos una marca de precio medio en 2019, y lo vemos como una estrategia necesaria para una gama más amplia de mercados con el tiempo. También hemos aprovechado nuestro acuerdo con KT&G en este sentido, para ofrecer marcas de unidades de tabaco calentado (UTC) a precios inferiores a los de los consumibles HEETS tanto en Rusia como en Ucrania, como parte de nuestra estrategia para hacer crecer la categoría de tabaco calentado ofreciendo una gama más amplia de productos, incluso en función del precio.

Está claro que para lograr nuestra visión de un futuro sin humo, los productos sin humo deben ser asequibles para todos los fumadores adultos de cada mercado.

El mismo razonamiento se aplica a todos los países. Nuestro objetivo es llegar a todos los fumadores adultos de todos los países, tanto de la OCDE como de fuera de ella.

Apenas estamos empezando a comercializar un catálogo completo de productos sin humo a escala mundial y estamos buscando activamente asociaciones para acelerar un futuro sin humo. Además de nuestra cooperación con Altria Group, Inc. en la comercialización de IQOS en EE. UU., en enero de 2020 conseguimos un acuerdo con KT&G para comercializar su catálogo de productos sin humo fuera de su país de origen, Corea del Sur. En 2020, comercializamos con éxito el producto de calentamiento sin combustión KT&G, LIL SOLID, en Rusia y Ucrania junto con nuestro producto IQOS, ofreciendo a los consumidores una gama más amplia de opciones de sabor, precio y tecnología.

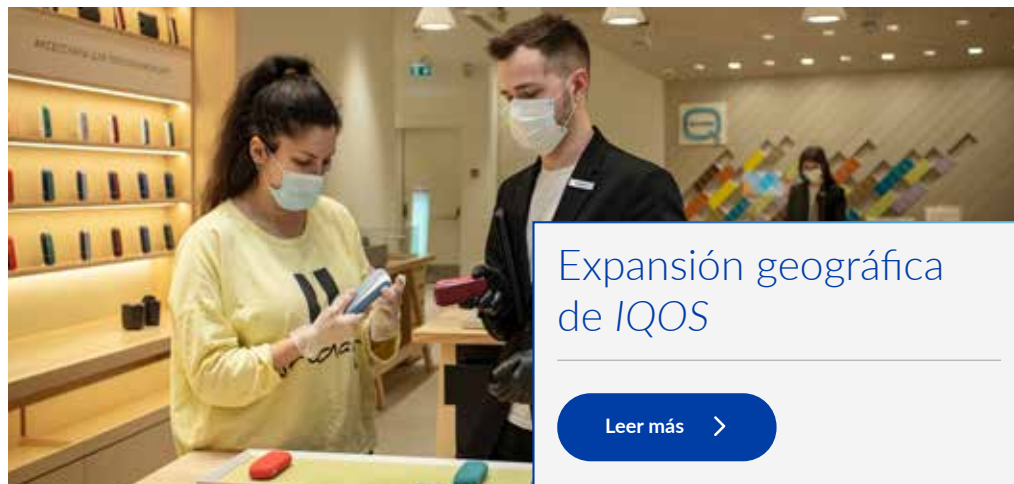
Siguientes pasos

Nuestra constante aspiración es que, para 2025, al menos 40 millones de fumadores se pasen a los productos sin humo y dejen de fumar. Para lograr este ambicioso objetivo, tendremos que trabajar en los cuatro motores de acceso: Concienciación, aceptabilidad, disponibilidad y asequibilidad. Esto, a su vez, requiere que sigamos centrando los recursos en los productos sin humo.

Las opiniones de los consumidores recibidas durante el lanzamiento de IQOS VEEV en Nueva Zelanda y la República Checa en 2020 servirán de base para nuestro lanzamiento en otros países en 2021. También tenemos previsto entrar en la categoría de bolsas de nicotina en 2021.

Esperamos que el lanzamiento de la nueva versión del producto de calentamiento sin combustión IQOS en 2021 resuelva eficazmente los puntos débiles de los consumidores relacionados con nuestra tecnología de calentamiento actual y permita una conversión más fácil gracias a una mayor capacidad de intuición. Preveemos que esto impulsará la aceptación de IQOS por parte de los consumidores, lo que acelerará el abandono total de los cigarrillos.

Seguiremos haciendo todo lo posible para dar pleno acceso a nuestros productos sin humo a aquellos adultos que, de otro modo, seguirían fumando. Sin embargo, hay varios factores que escapan a nuestro control. Los gobiernos, en particular, pueden acelerar el final del hábito de fumar. Pueden garantizar, a través de la reglamentación, que los fumadores adultos dispongan de información precisa sobre los productos sin humo. Pueden introducir normas de productos para garantizar que solo se comercialicen productos sin humo con fundamento científico. Y, mediante una regulación y una fiscalidad proporcionales al riesgo, pueden ofrecer los incentivos adecuados para animar a los fumadores y a los fabricantes a cambiar los cigarrillos por alternativas mejores y científicamente probadas.



Expansión geográfica de IQOS

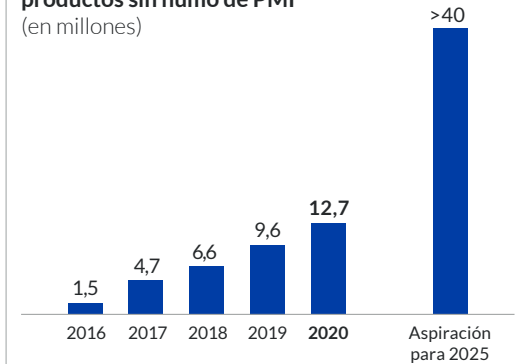
[Leer más >](#)

Representante de ventas y cliente en una tienda de IQOS en San Petersburgo, Rusia

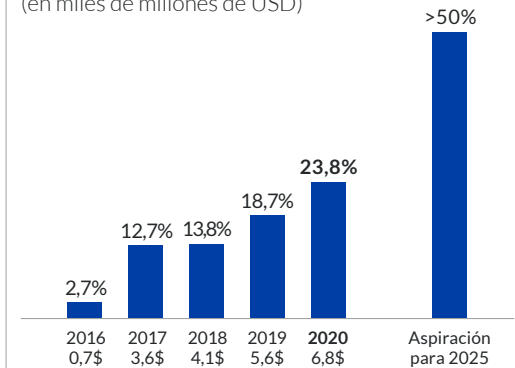
Puntos destacados del rendimiento de 2020

[Ver cifras de rendimiento >](#)

Número de consumidores que han dejado de fumar y se han pasado a los productos sin humo de PMI (en millones)



Ingresos netos (sin humo/total) e ingresos netos de productos sin humo (en miles de millones de USD)



¹ Frente al 53,4% de 2019 (cifra actualizada). Los principales impulsores del aumento interanual son las diferencias de precios entre los cigarrillos y las UTC, así como el lanzamiento de consumibles IQOS a precios más bajos

Acceso a los productos sin humo (continuación)

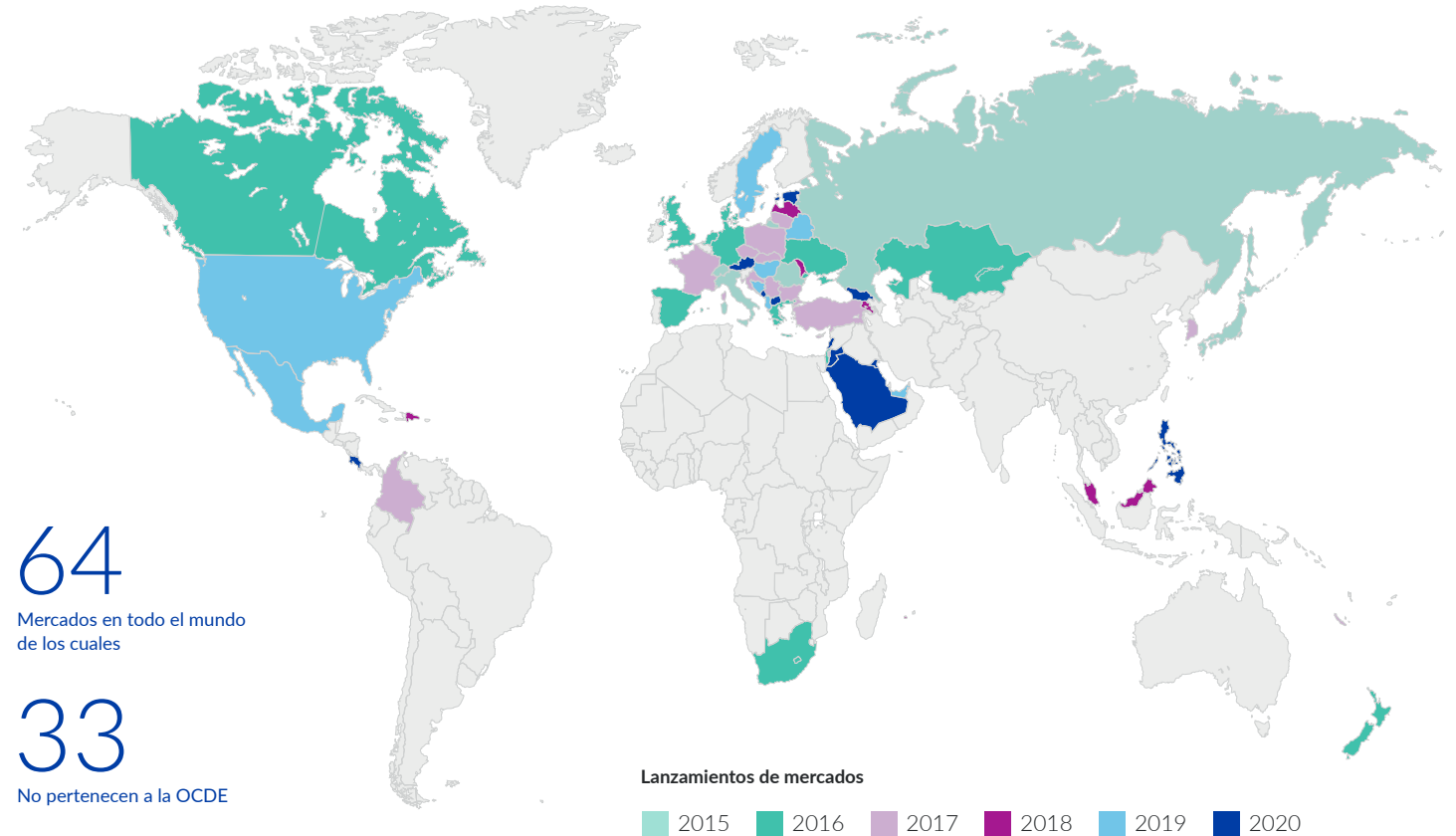
El efecto combinado de las diferencias de costes e impuestos es tal que el precio para el consumidor de las unidades de tabaco calentado IQOS suele ser inferior al de los cigarrillos de primera calidad y a veces, como en Nueva Zelanda y el Reino Unido, se sitúa en el extremo inferior del precio de los cigarrillos. Estimamos que las unidades de tabaco calentado tienen un precio igual o inferior al de la marca de cigarrillos actual del fumador para el 58,6% de los fumadores en las zonas geográficas en las que actualmente comercializamos IQOS.¹

Para ayudar a resolver las posibles barreras de asequibilidad, también estamos ampliando nuestra gama de consumibles para unidades de tabaco calentado, ofreciendo marcas a varios precios en determinados mercados. El ejemplo más notable es el de Japón, donde introdujimos una marca de precio medio en 2019, y lo vemos como una estrategia necesaria para una gama más amplia de mercados con el tiempo. También hemos aprovechado nuestro acuerdo con KT&G en este sentido, para ofrecer marcas de unidades de tabaco calentado (UTC) a precios inferiores a los de los consumibles HEETS tanto en Rusia como en Ucrania, como parte de nuestra estrategia para hacer crecer la categoría de tabaco calentado ofreciendo una gama más amplia de productos, incluso en función del precio.



Representante de ventas y cliente en una tienda de IQOS en San Petersburgo, Rusia

Expansión geográfica de IQOS



Estados a 31 de diciembre de 2020. Refleja los mercados en los que IQOS está disponible en ciudades clave o en todo el país. Refleja la fecha de la expansión geográfica inicial más allá de la ciudad piloto de lanzamiento. El número de mercados incluye la tienda internacional libre de impuestos Aunque IQOS HEETS está a la venta en México, el país ha prohibido la importación de cigarrillos electrónicos y dispositivos de tabaco calentado

impulsores del aumento interanual son las diferencias de precios entre los cigarrillos y los HTU, así como el lanzamiento de consumibles IQOS a precios más bajos.

NIVEL 2

Adictividad del producto

Para PMI, este tema tiene que ver con una mejor comprensión de la nicotina y su papel en la adicción, aparte de los riesgos para la salud asociados al uso de nuestros productos, en particular los de combustión del tabaco. La comunidad científica y de salud pública sigue explorando formas en las que la nicotina podría conferir ciertos beneficios para la salud, cuando se aísla y se utiliza como un potencial compuesto terapéutico.

[Leer más online](#)

Fiabilidad del producto

La fiabilidad del producto significa garantizar la calidad e integridad de nuestros productos, sus componentes e ingredientes, de acuerdo con las normas de diseño y fabricación adecuadas.

[Leer más online](#)



Una empleada en la planta de fabricación de PMI en Guadalajara, México

TRABAJAMOS PARA

Operar con excelencia

Nos esforzamos por alcanzar la excelencia en todo lo que hacemos. Esto incluye asegurarnos de que nuestros productos se comercialicen de forma responsable, de acuerdo con la normativa y las expectativas de la sociedad. Los programas y las normas que hemos establecido nos ayudan a cumplir los elevados estándares que hemos fijado para nuestras actividades de marketing y ventas.

La cadena de suministro representa una parte importante de nuestra huella social y medioambiental. A medida que integramos la sostenibilidad en la gestión de nuestra cadena de suministro, seguimos trabajando estrechamente con los proveedores para crear un valor sostenible. En todo esto, nuestro principio rector sigue siendo proteger y promover los derechos humanos de las personas afectadas por nuestras operaciones.

En esta sección

NIVEL 1 Prácticas de marketing y ventas responsables	p.52
Gestión sostenible de la cadena de suministro	p.59
Respeto de los derechos humanos	p.69

Más información

NIVEL 2 I+D responsable y transparente	↗
Protección y privacidad de los datos	↗
Integridad empresarial	↗
Prevención del comercio ilegal de tabaco	↗
Prácticas de compromiso responsable	↗
Prácticas fiscales justas	↗

NIVEL 1

Prácticas de marketing y ventas responsables

En todo el mundo, la comercialización de los productos del tabaco está sujeta a una amplia normativa. En PMI, respaldamos la regulación que apoya la reducción del daño del tabaco, así como las medidas para desalentar la iniciación, fomentar el abandono y animar a los fumadores que no tienen intención de dejar de fumar a cambiar a alternativas menos dañinas a los cigarrillos sin combustión.

[Leer más >](#)


Una tienda IQOS en Estocolmo, Suecia

Hacer lo correcto

La comercialización responsable de los productos de tabaco y la nicotina tiene un profundo interés para la sociedad. El tabaquismo es una de las principales causas de mortalidad y morbilidad evitables en el mundo. Aunque las tasas de tabaquismo, incluso entre los jóvenes, han disminuido en la mayoría de los países, el hábito de fumar sigue siendo un problema de salud pública. También existe una preocupación legítima sobre el consumo de productos sin humo que contienen nicotina por parte de los jóvenes, agravada especialmente por el uso de productos de vapor electrónico por parte de los jóvenes en EE. UU. Nos tomamos este riesgo muy en serio, y aunque nuestro catálogo de productos sin humo no tiene pruebas de un uso significativo por parte de los jóvenes, debemos centrarnos en seguir minimizando el uso por parte de públicos no deseados a medida que nos expandimos a más categorías y geografías.

Se calcula que todavía hay más de mil millones de personas que fuman en el mundo, y cientos de millones de personas que de otro modo seguirían fumando están buscando mejores alternativas a los cigarrillos. La disponibilidad de productos sin humo innovadores ofrece una importante oportunidad para que los fumadores adultos abandonen los cigarrillos, además de beneficiar a la salud pública.

El caso empresarial

El diseño, el desarrollo, el marketing, las ventas y el compromiso de los productos enfocados al consumidor son los motores de nuestro éxito comercial y pueden impulsar nuestra misión. Las prácticas responsables de marketing y ventas son fundamentales para minimizar el uso no intencionado de nuestros productos y el daño a la reputación de la marca. Para conseguir un crecimiento orgánico sostenible de los ingresos netos y de los beneficios por acción, es necesario contar con una licencia para operar con una normativa que nos permita comunicarnos con los fumadores adultos y comercializar con ellos. Mantener y aumentar el valor de marca de nuestros productos sin humo es también fundamental para aumentar nuestra cuota de mercado y obtener unos resultados financieros atractivos. La preocupación de que nuestros productos, el marketing y las ventas puedan disuadir del abandono, fomentar la iniciación o atraer especialmente a los menores puede socavar nuestra credibilidad, dañar nuestra reputación e incluso desencadenar una regulación adversa, que amenace nuestra capacidad de compromiso o ponga en peligro las categorías de productos. La forma en que comercializamos y vendemos nuestros productos puede mejorar o socavar nuestra credibilidad y confianza, especialmente en el caso de los productos sin humo, en los que un diálogo significativo es indispensable para lograr nuestro propósito de acelerar el fin del hábito de fumar. Aplicar las prácticas de marketing más responsables nos permite predicar con el ejemplo.

Nuestros objetivos

>90%

Programas de prevención para el acceso de los jóvenes (YAP) en los mercados que representan más del 90% del volumen total de envíos de PMI para 2020

100%

Porcentaje de dispositivos electrónicos sin humo PMI introducidos en el mercado a partir de 2023 equipados con tecnología de verificación de la edad

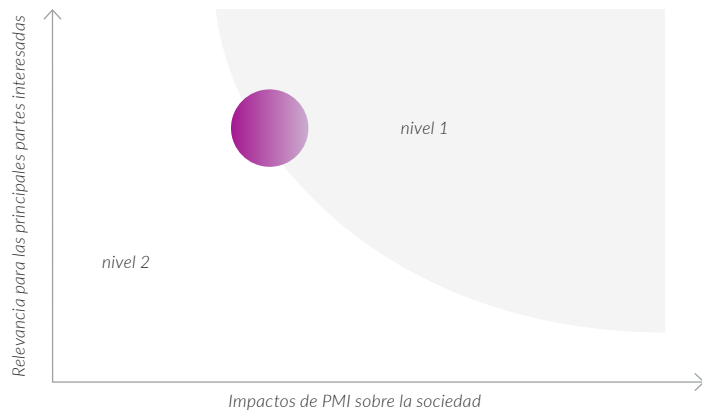
Prácticas de marketing y ventas responsables



Descripción del tema

Para PMI, el marketing y las ventas responsables significan comercializar nuestros productos de forma que se limite el acceso y el uso por parte de usuarios no deseados, incluidos los menores y los no fumadores, tanto de los que nunca han fumado como los que han dejado de hacerlo. También implica comunicaciones para concienciar a los fumadores adultos (o usuarios de productos que contienen nicotina) sobre mejores alternativas al consumo de cigarrillos. Y lo hacemos a la vez que proporcionamos información clara sobre los riesgos para la salud de los productos mediante un etiquetado y una comunicación adecuados.

Relevancia del tema: Materialidad



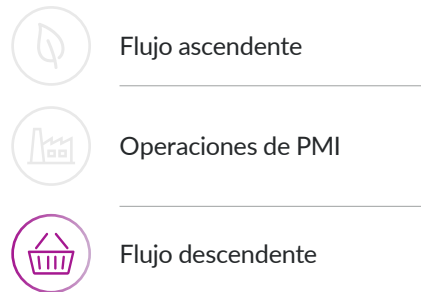
Principales partes interesadas



Megatendencias



Impacto en nuestra cadena de valor



Contribución a los ODS



Conectividad con nuestros otros temas de sostenibilidad del nivel 1



Fuerza de la interacción: → Baja ⇒ Media ⇨ Alta
 Naturaleza de la interacción: ■ Habilitar o reforzar ■ Limitar o requerir compensaciones

Prácticas de marketing y ventas responsables (continuación)

Conseguir nuestros objetivos

Nuestro objetivo es comercializar y vender los productos de forma responsable a los consumidores adultos de tabaco y productos que contienen nicotina. Para lograr este objetivo es fundamental proporcionar información clara y significativa sobre nuestros productos, incluidos los riesgos del consumo, a través de actividades de marketing y ventas.

Todas nuestras actividades de comercialización en el mundo se guían por un conjunto de principios básicos:

- Los productos PMI son solo para adultos que fuman o usan otros productos de consumo que contienen nicotina.
- Advertimos a los consumidores sobre los efectos de nuestros productos en la salud.
- Informamos sobre nuestros productos para que los consumidores adultos puedan elegir.

- Comercializamos con autenticidad y transparencia. Diseñamos, desarrollamos y comercializamos nuestros productos de forma coherente con nuestra misión de tener un mundo sin humo.

Nuestros principios y prácticas de marketing y ventas están codificados en códigos de marketing, Marketing Codes, separados para los productos de combustión de tabaco y las alternativas sin combustión (productos sin humo). Hasta 2021, el (único) código de marketing de PMI se centraba exclusivamente en los productos de combustión de tabaco, que, junto con las leyes nacionales, establecen las normas para el marketing y la venta de nuestros productos de combustión de tabaco. Paralelamente, nuestras buenas prácticas de conversión, Good Conversion Practices (GCP), articulan las normas que rigen el marketing y la venta de nuestros productos sin humo.

A principios de 2021, PMI publicó internamente un código de marketing actualizado para los productos de combustión de tabaco y un nuevo código de marketing separado para las alternativas sin combustión que codifica y desarrolla los principios contenidos en las GCP.

“Con el fin de maximizar el potencial de los productos sin humo y, al mismo tiempo, minimizar las consecuencias no deseadas, pretendemos que los procesos de verificación digital de la edad sean a la vez eficaces para evitar el acceso de los jóvenes y fluidos para los consumidores mayores de edad, con el fin de facilitar su abandono de los cigarrillos”.

Stefano Volpetti, director de Consumer de PMI

Los nuevos códigos de marketing establecen un sólido proceso de gobierno para garantizar que todos los programas, campañas e iniciativas comerciales cumplan con todas las leyes pertinentes y los principios de los códigos.

Todas las personas que participan en las actividades de comercialización de PMI —incluidos los empleados y los terceros que actúan en nuestro nombre— deben recibir formación sobre los códigos y seguirlos.

También tenemos políticas que establecen normas y requisitos para llevar a cabo estudios de mercado en relación con los productos de combustión de tabaco y las alternativas sin combustión. La investigación está restringida a los adultos que fuman o consumen otros productos que contienen nicotina, y todos los empleados y terceros que participan en las actividades de investigación de mercado deben recibir formación formal y están obligados por contrato a cumplir las políticas.

Tres funciones —Ethics & Compliance, Risk & Controls y Corporate Audit— apoyan y supervisan el cumplimiento de la guía para el éxito, **Guidebook for Success** (nuestro código de conducta), y nuestros principios y prácticas, Principles and Practices, a través de la formación, la comunicación, los controles, las investigaciones y las auditorías.

Destinamos la mayor parte de nuestros gastos de marketing a los productos sin humo. En 2020, el 76% del gasto comercial total estaba relacionado con el marketing y la venta de productos sin humo, mientras que solo el 24% correspondía a nuestros productos de combustión de tabaco.

Además, tratamos de aprovechar la tecnología y seguir de cerca las soluciones emergentes con potencial para aumentar la precisión de la verificación de la edad y minimizar el margen de error humano. Evitar el uso involuntario de productos sin humo es fundamental para construir un negocio sostenible. La cooperación con las partes interesadas externas, especialmente las empresas tecnológicas, es clave en este sentido para acelerar el ritmo de progreso y ayudarnos a cumplir nuestros objetivos.



Minorista en Tokio, Japón

Prácticas de marketing y ventas responsables (continuación)

Progreso en 2020

Comunicación al consumidor y etiquetado

Aplicamos normas estrictas a la hora de informar sobre nuestros productos a los consumidores adultos.

Advertimos a los consumidores sobre los efectos de todos nuestros productos en la salud. Cualquier publicidad y empaquetado para el consumidor de los productos de combustión de tabaco y de las alternativas sin combustión debe contener advertencias sanitarias claras y visibles, incluso en los mercados en los que no se exige por ley.

Desde 2015, no utilizamos las redes sociales para comercializar nuestros productos de combustión de tabaco. Esto se aplica a toda la publicidad, la comunicación directa, las campañas y las actividades, con o sin marca. La misma regla se aplica a nuestras partes

contratadas, incluidos los organizadores de eventos, las agencias de terceros y los embajadores de la marca.

A diferencia de los productos de combustión de tabaco, las alternativas sin combustión son una categoría nueva y todavía relativamente desconocida para la mayoría de la gente. Nuestra prioridad es concienciar a los adultos que fuman (y no quieren dejar de hacerlo) sobre estas mejores alternativas a seguir fumando. Nuestras actividades comerciales para las alternativas sin combustión deben conseguir el equilibrio adecuado entre animar a los fumadores adultos a cambiar completamente a estas mejores alternativas y minimizar el acceso, la iniciación y el uso por parte de los jóvenes y los no fumadores. Dado que el consumo de productos sin humo puede no ser tan intuitivo como el de los cigarrillos, también debemos informar a los consumidores sobre su uso adecuado. Además, aunque no lo exija la ley, debido a que estos productos no están exentos de riesgo, incluimos en los envases de los consumibles

una advertencia sanitaria de que el producto no está exento de riesgo, contiene nicotina y es adictivo.

Nuestras **Good Conversion Practices**

deben estar a la vista del personal y de los consumidores en las tiendas y otros lugares de venta directa que poseemos o controlamos.

Como uno de los principales fabricantes de productos de tabaco y nicotina, tenemos un papel clave en la protección del acceso de los jóvenes a los productos de tabaco y nicotina y a nuestras comunicaciones de marketing. Este es un papel que nos tomamos muy en serio. Hay varios canales a través de los cuales un consumidor adulto puede obtener acceso a los productos sin humo de PMI. Van desde plataformas de comercio electrónico propiedad de PMI y gestionadas por ella, hasta mercados online de terceros; y desde boutiques propiedad de PMI y gestionadas por ella, hasta minoristas de terceros. Aunque el nivel de control que tenemos sobre estos diferentes canales varía, es de vital importancia que, incluso en aquellos canales en los que nuestra influencia es limitada, hagamos todo lo posible para evitar el acceso de los jóvenes a las alternativas sin combustión de PMI. Adoptamos un enfoque similar cuando nos dirigimos a los adultos con nuestras comunicaciones de marketing relacionadas con las alternativas sin combustión de PMI y/o permitimos el acceso a dicho contenido de marketing.

Por ejemplo, abrimos cuentas comerciales en las redes sociales para las alternativas de no combustión de PMI en los países en los que obtenemos datos de audiencia fiables que muestran que la audiencia de la plataforma de las redes sociales en el país en cuestión es de al menos un 75% de adultos. Además, utilizamos todas las puertas de edad nativas disponibles en dichas plataformas de redes sociales. A partir de octubre de 2019, no nos comprometemos con nadie con el fin de generar publicaciones en las redes sociales para comercializar nuestros productos sin humo. No contratamos a personas influyentes en las redes sociales para publicitar nuestros productos sin humo. Además, no animamos a los consumidores adultos a compartir contenidos comerciales relacionados con las alternativas sin combustión de PMI en sus cuentas y páginas personales de las redes sociales, con el fin de limitar el alcance de nuestras comunicaciones comerciales al público no deseado, incluidos los menores.

Formación de empleados y terceros

Nuestros esfuerzos de comercialización responsable dependen de la adhesión y dedicación de nuestros empleados y de los terceros con los que trabajamos.

En 2020, se impartieron 28.569 sesiones de formación sobre nuestro código de marketing a través de diversos canales. Alrededor del 64% de estas sesiones de formación fueron para empleados y el 36% para terceros, incluidos proveedores, minoristas y anfitriones (2019: 14.500 sesiones). Esto también incluye más de 15.000 personas formadas en nuestras GCP en los mercados en los que vendemos productos sin humo (2019: 33.000).

La formación desempeña un papel fundamental a la hora de garantizar que los empleados y terceros comprendan nuestros principios y prácticas y los integren en su trabajo. Paralelamente a la publicación de nuestros códigos de marketing, desplegaremos una nueva formación en 2021 para llegar a todos los empleados de PMI que participen directamente en el desarrollo o la comercialización de nuestros productos, así como a los terceros contratados o comprometidos por PMI para hacerlo.

Nuestros códigos de marketing se discuten durante la contratación de posibles empleados y terceros que interactuarán con fumadores adultos y consumidores de productos sin humo. Contratamos a empleados y a terceros solo si se comprometen a seguirlos.

Aprovechar el poder de nuestras marcas para impulsar un cambio de comportamiento positivo

Nuestras marcas y actividades de marketing nos permiten conectar con los consumidores adultos y pueden concienciarlos y animarlos a cambiar a mejores alternativas a los productos de tabaco de combustión.

Intentamos utilizar el poder de nuestras marcas para animar a los fumadores adultos que de otro modo seguirían fumando a que prueben nuestros productos sin humo. Desde 2019, utilizamos una innovadora plataforma digital móvil llamada Scanpack, a la que pueden acceder los fumadores adultos escaneando un código QR o utilizando un enlace web que aparece en el prospecto del interior del paquete de cigarrillos. Combina la tecnología de reconocimiento de imágenes y de verificación de la edad para desencadenar campañas de comunicación únicas y específicas a través de las cuales podemos atraer a los fumadores adultos mayores de edad. Este nuevo canal ofrece la oportunidad de aumentar la concienciación sobre los productos sin humo comunicando digitalmente sus beneficios e impulsando la prueba entre el público objetivo: los fumadores adultos. Scanpack es una herramienta muy atractiva, que incluye funciones interactivas como cuestionarios o realidad aumentada.

Hasta ahora, hemos aprovechado Scanpack en 30 mercados, lo que nos ha permitido llegar a más de 850.000 fumadores adultos solo en 2020. La implicación ha sido contundente, ya que más del 15% de los fumadores adultos expuestos a los contenidos sin humo se inscribieron en una prueba gratuita. En 2021, tenemos previsto seguir desplegando esta tecnología, cubriendo mercados adicionales, y esperamos llegar a un millón de fumadores adultos más.

Cuando se permite, nuestras marcas también pueden servir como medio para aumentar las consideraciones medioambientales. Por ejemplo, pueden animar a los fumadores adultos a no tirar al suelo las colillas. Desde 2019, hemos desplegado una edición de cajetillas limitadas para nuestra marca *Marlboro* que comunica a los fumadores adultos una serie de mensajes contra el vertido de residuos, complementando así nuestros esfuerzos más amplios de concienciación.

[Leer más: Prevención del vertido de residuos](#)

Prácticas de marketing y ventas responsables (continuación)

Seguimiento y reparación

PMI cuenta con una infraestructura sólida y probada para garantizar el cumplimiento de sus políticas y procesos. Nuestra función de ética y cumplimiento, Ethics and Compliance, supervisa el cumplimiento de nuestras políticas sobre el terreno.

Supervisamos los incidentes de incumplimiento de las leyes y los códigos de marketing del PMI en las comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, la promoción y el patrocinio.

En 2020, se produjeron 29 infracciones justificadas de nuestro código de marketing o nuestras GCP (2019: 42). Como consecuencia de estas infracciones, despedimos a ocho empleados. Además, seis empleados fueron suspendidos y recibieron una advertencia por escrito, ocho empleados recibieron una advertencia por escrito o una reducción de sueldo, y siete empleados recibieron una advertencia verbal o asesoramiento.

El número de casos de incumplimiento es bajo, teniendo en cuenta que más de 35.000 empleados de PMI y terceros que trabajan en nuestro nombre están directamente implicados en la comercialización de nuestros productos. Tampoco hay un patrón que sugiera problemas sistémicos.

“Aunque PMI por sí sola no puede evitar que los jóvenes fumen o consuman productos que contienen nicotina, hay mucho que podemos hacer, y que estamos haciendo, para minimizar el alcance de nuestro marketing y nuestros productos a los jóvenes y a otros usuarios no deseados. Estamos comprometidos con varias partes interesadas en esta cuestión, incluidos los minoristas y los gobiernos”.

Werner Barth, vicepresidente senior de Commercial de PMI

Nuestro compromiso con la prevención del acceso de los jóvenes

Apoyamos una normativa que garantice que solo los adultos puedan comprar tabaco y productos que contengan nicotina, así como la aplicación estricta de las leyes de edad mínima y las sanciones para quienes proporcionen productos de tabaco a los menores.

Aplicamos directrices globales, incluso cuando no lo exigen las leyes locales, a todas nuestras actividades comerciales para reducir la probabilidad de que nuestros productos sean atractivos para los menores. Por ejemplo, nuestros materiales creativos no deben contener nada de lo siguiente: (i) imágenes

de modelos que son, o parecen ser, menores de 25 años; (ii) imágenes de celebridades orientadas a los jóvenes; (iii) personajes de la televisión infantil, dibujos animados, películas, programas de vídeo o audio online, libros o rimas infantiles; o (iv) marcas, juguetes u otros contenidos o merchandising destinados principalmente a los menores o utilizados por ellos. No pagamos por incluir productos en programas de entretenimiento, películas o producciones teatrales en o sobre Internet, cine, televisión, radio, videojuegos o cualquier otro programa destinado o difundido al público en general. Los aromas son esenciales para animar a los fumadores adultos a cambiar, y su uso debería preservarse; sin embargo, ciertos aromas, como los de caramelo o

postre, podrían ser especialmente atractivos para los jóvenes y no deberían utilizarse. En PMI, hemos implementado un sistema de gobierno central, bajo el cual se evalúan los nuevos productos de tabaco calentado y los productos de vapor electrónico y por el cual esas variantes de productos están sujetas a un marco de evaluación específico que requiere datos y puntos de control en el proceso para demostrar, antes de la comercialización, que una nueva propuesta de producto con aroma no sea particularmente atractiva para los menores u otras audiencias no deseadas (lea más en [Acceso a los productos sin humo](#)).



Una tienda IQOS en Moscú, Rusia

Prácticas de marketing y ventas responsables (continuación)

Seguimiento de nuestros esfuerzos en la prevención del acceso de los jóvenes

El riesgo de comercializar y vender a los jóvenes está contemplado en nuestra evaluación anual de riesgos integrada y en nuestro programa de auditoría basado en el riesgo.

Las revisiones realizadas en 2020 por nuestro departamento de auditoría corporativa, Corporate Audit, descubrieron que solo unas pocas afiliadas tenían problemas relacionados con el cumplimiento del marketing responsable, y estos problemas eran principalmente de procedimiento.

Durante 2020, Corporate Audit realizó siete auditorías que abarcaron 10 mercados, así como el gobierno del programa de prevención del acceso de los jóvenes (YAP) por parte de nuestra función comercial central en nuestro centro de operaciones en Suiza.

Se revisaron los procesos y controles en todos estos mercados, y los miembros del equipo de la auditoría corporativa visitaron un número limitado de puntos de venta en la mayoría de los lugares (en algunos de ellos, las restricciones de la COVID-19 no permitieron las visitas sobre el terreno) para evaluar el cumplimiento de las disposiciones del código de marketing y de nuestras GCP. No se identificaron problemas significativos relacionados con el acceso de los jóvenes en ninguno de los lugares visitados. La auditoría del programa central del YAP condujo a nuevas mejoras integradas en nuestros nuevos códigos de marketing.

También llevamos a cabo un programa de mystery shopping en una muestra de nuestras tiendas de productos sin humo, centros de contacto y operaciones del sitio web. Un tercero independiente utiliza mystery shoppers para evaluar la experiencia del consumidor,

la calidad del servicio ofrecido y el cumplimiento de nuestras GCP. Animamos a cualquier miembro del público que detecte materiales de marketing o prácticas de venta de PMI que considere inapropiadas a que se ponga en contacto con nosotros para que podamos revisar el caso y tomar las medidas necesarias.

Por último, pero no por ello menos importante, apoyamos el establecimiento por parte de los organismos reguladores de un seguimiento y una vigilancia posteriores a la comercialización, que pueden ayudar a abordar las preocupaciones relacionadas con el uso de los productos sin humo novedosos, midiendo si dichos productos están llegando realmente al público objetivo de los fumadores adultos, así como recogiendo datos y pruebas sobre la seguridad de estos productos y su impacto en la salud de los usuarios. Esta vigilancia posterior a la comercialización debería realizarse de forma independiente, pero pagada por los fabricantes.

Comprometernos con nuestros socios comerciales

Nosotros no poseemos ni controlamos la gran mayoría de los puntos de venta en los que se compran nuestros productos. Sin embargo, establecemos normas estrictas para nuestros socios comerciales directos y trabajamos con ellos para evitar la venta a los jóvenes.

En 2020, pusimos en marcha un conjunto de directrices y herramientas de YAP para ayudar a nuestras afiliadas a trabajar más eficazmente con sus socios comerciales para evitar la venta de nuestros productos de combustión y sin humo a los compradores menores de edad.

¿Qué es un programa de prevención del acceso de los jóvenes (YAP)?

[Leer más >](#)

Las herramientas incluyen modelos de cláusulas contractuales que, por ejemplo, exigen a los minoristas que garanticen el estricto cumplimiento de las leyes sobre la edad mínima o, en ausencia de dichas leyes, que rechacen la venta de productos con nicotina a cualquier persona menor de 18 años. Las herramientas también incluyen módulos educativos del YAP en la plataforma de comunicación digital que utilizamos con nuestros socios de comercio minorista en varios países (76 países, aproximadamente 955.000 puntos de venta registrados). Los módulos incluyen material didáctico sobre el YAP, tanto para los productos de combustión como para los productos sin humo, así como comprobaciones de conocimientos. Los socios comerciales que actualmente utilizan la plataforma debían completar los módulos educativos para finales de 2020.

Otras herramientas que proporcionamos son la señalización de los puntos de venta, las plantillas

de comunicación que pueden utilizar nuestras afiliadas y los temas de conversación para guiar las conversaciones en persona con los socios comerciales.

A finales de 2020, los mercados que representaban más del 94% del volumen total de envíos de PMI habían desarrollado y comenzado a aplicar los planes de YAP en los casos permitidos, teniendo en cuenta las restricciones de la COVID-19 impuestas por los gobiernos locales. En 2021, lanzaremos un nuevo conjunto de herramientas con materiales educativos y de comunicación actualizados para alinearnos con los nuevos códigos de comercialización y reforzar aún más las prácticas locales para prevenir el acceso de los jóvenes a nuestros productos. Los mercados seguirán desplegando las iniciativas destinadas a mantener la implantación del YAP en los mercados que representan más del 90% del volumen total de envíos de PMI.



Minorista en Estambul, Turquía

Prácticas de marketing y ventas responsables (continuación)

Seguimiento de nuestros esfuerzos en la prevención del acceso de los jóvenes

El riesgo de comercializar y vender a los jóvenes está contemplado en nuestra evaluación anual de riesgos integrada y en nuestro programa de auditoría basado en el riesgo.

Las revisiones realizadas en 2020 por nuestro departamento de auditoría corporativa, Corporate Audit, descubrieron que solo unas pocas afiliadas tenían problemas relacionados con el cumplimiento del marketing responsable, y estos problemas eran principalmente de procedimiento.

Durante 2020, Corporate Audit realizó siete auditorías que abarcaron 10 mercados, así como el gobierno del programa de prevención del acceso de los jóvenes (YAP) por parte de nuestra función comercial central en nuestro centro de operaciones en Suiza.

Se revisaron los procesos y controles en todos estos mercados, y los miembros del equipo de la auditoría corporativa visitaron un número limitado de puntos de venta en la mayoría de los lugares (en algunos de ellos, las restricciones de la COVID-19 no permitieron las visitas sobre el terreno) para evaluar el cumplimiento de las disposiciones del código de marketing y de nuestras GCP. No se identificaron problemas significativos relacionados con el acceso de los jóvenes en ninguno de los lugares visitados. La auditoría del programa central del YAP condujo a nuevas mejoras integradas en nuestros nuevos códigos de marketing.

También llevamos a cabo un programa de mystery shopping en una muestra de nuestras tiendas de productos sin humo, centros de contacto y operaciones del sitio web. Un tercero independiente utiliza mystery shoppers para evaluar la experiencia del consumidor,

¿Qué es un programa de prevención del acceso de los jóvenes (YAP)?

Un programa YAP es un conjunto de directrices y herramientas para ayudar a nuestras afiliadas a trabajar más eficazmente con sus socios comerciales para evitar la venta de productos de combustión y sin humo a los compradores menores de edad. Las herramientas incluyen las siguientes: (i) plantillas de cláusulas contractuales que, por ejemplo, exigen a los minoristas garantizar el estricto cumplimiento de las leyes sobre la edad mínima o, en ausencia de tales leyes, rechazar la venta de productos que contengan nicotina a cualquier persona menor de la edad legal (18 años como mínimo), (ii) módulos educativos y comprobaciones de conocimientos cargados en la plataforma de comunicación digital que utilizamos con nuestros socios comerciales minoristas en varios países, (iii) señalización en los puntos de venta, (iv) plantillas de comunicaciones que deben utilizar nuestras afiliadas con los socios comerciales para reforzar nuestro compromiso de evitar la venta de estos productos a compradores menores de edad, y (v) temas de conversación para guiar las conversaciones presenciales o virtuales con los socios comerciales.

¿Qué es un programa de prevención del acceso de los jóvenes (YAP)?

[Leer más >](#)

Las herramientas incluyen modelos de cláusulas contractuales que, por ejemplo, exigen a los minoristas que garanticen el estricto cumplimiento de las leyes sobre la edad mínima o, en ausencia de dichas leyes, que rechacen la venta de productos con nicotina a cualquier persona menor de 18 años. Las herramientas también incluyen módulos educativos del YAP en la plataforma de comunicación digital que utilizamos con nuestros socios de comercio minorista en varios países (76 países, aproximadamente 955.000 puntos de venta registrados). Los módulos incluyen material didáctico sobre el YAP, tanto para los productos de combustión como para los productos sin humo, así como comprobaciones de conocimientos. Los socios comerciales que actualmente utilizan la plataforma debían completar los módulos educativos para finales de 2020.

Otras herramientas que proporcionamos son la señalización de los puntos de venta, las plantillas

de comunicación que pueden utilizar nuestras afiliadas y los temas de conversación para guiar las conversaciones en persona con los socios comerciales.

A finales de 2020, los mercados que representaban más del 94% del volumen total de envíos de PMI habían desarrollado y comenzado a aplicar los planes de YAP en los casos permitidos, teniendo en cuenta las restricciones de la COVID-19 impuestas por los gobiernos locales. En 2021, lanzaremos un nuevo conjunto de herramientas con materiales educativos y de comunicación actualizados para alinearnos con los nuevos códigos de comercialización y reforzar aún más las prácticas locales para prevenir el acceso de los jóvenes a nuestros productos. Los mercados seguirán desplegando las iniciativas destinadas a mantener la implantación del YAP en los mercados que representan más del 90% del volumen total de envíos de PMI.



Minorista en Estambul, Turquía

Prácticas de marketing y ventas responsables (continuación)

Tecnología de verificación de edad

Hemos establecido y seguimos directrices internas que informan de los procesos que requieren la verificación de la edad de un consumidor antes de proporcionarle acceso a nuestros productos en los minoristas propios y de terceros, incluidos el comercio electrónico y los mercados.

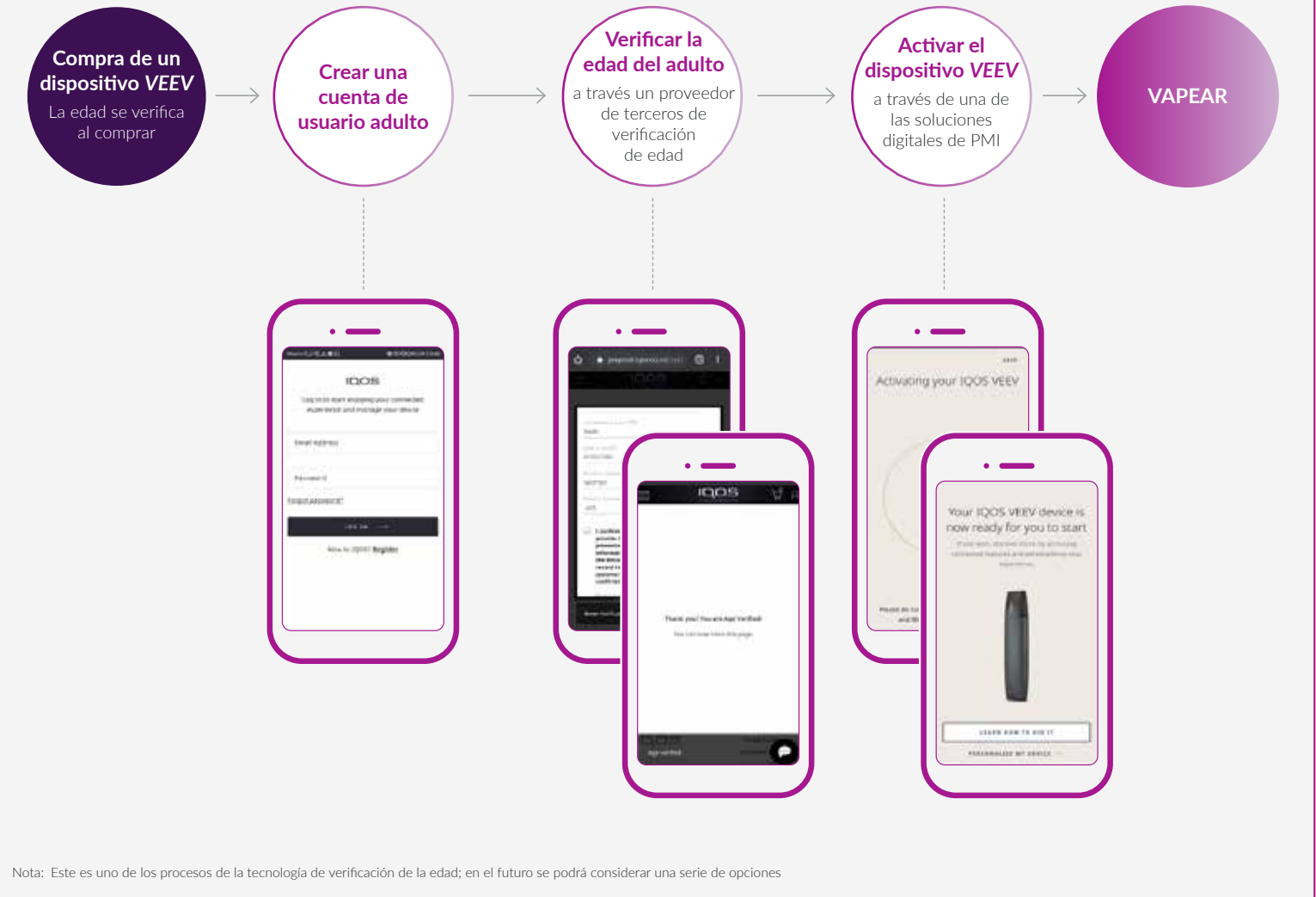
Al realizar la verificación de la edad online, aprovechamos los datos de fuentes autorizadas, como organizaciones gubernamentales, operadores de redes telefónicas y bancos, con el fin de utilizar fuentes fiables para realizar la verificación de la edad antes de vender dispositivos electrónicos sin humo. En 2020, trabajamos con proveedores de terceros de verificación de edad en 16 mercados para verificar online a los consumidores adultos que buscan comprar nuestros productos en uno de nuestros sitios web.

La tecnología de verificación de la edad online permite corroborar que un comprador tiene la edad mínima legal autorizada para adquirir productos que contienen nicotina en un mercado determinado, sin necesidad de una interacción física con un minorista. Nuestro objetivo es equipar todos los mercados en los que vendemos productos sin humo a través de plataformas de comercio electrónico propias con soluciones de verificación de la edad online.

Además, estamos desarrollando tecnología para evitar que los menores utilicen nuestros dispositivos sin humo mediante la verificación obligatoria de la edad antes del primer uso y permitiendo a los usuarios bloquear y desbloquear su dispositivo —cuando lo decidan— para evitar su uso involuntario. En el segundo semestre de 2020, lanzamos nuestro producto IQOS VEEV equipado con tecnología piloto de verificación de la edad en Nueva Zelanda. El objetivo es que nuestro catálogo de dispositivos electrónicos sin humo diseñados por PMI e introducidos en el mercado a partir de 2023 estén equipados con tecnología de verificación de edad.

La tecnología de verificación de la edad, segura y fácil de usar, es un avance novedoso en la categoría de productos sin humo y requiere una estrecha colaboración con los proveedores de servicios de tecnología de la información y los propietarios de diversas aplicaciones informáticas. Nuestros equipos se están poniendo en contacto con los principales actores de hardware y software de estos sectores para garantizar la disponibilidad de la mejor tecnología para los productos sin humo de PMI y la categoría en general.

Prueba piloto de la tecnología de verificación de la edad en Nueva Zelanda: ¿Cómo funciona?



Prácticas de marketing y ventas responsables (continuación)



Una tienda IQOS "shop-in-shop" en Tokio, Japón

Siguientes pasos

Tal y como se ha descrito, PMI cuenta con una sólida infraestructura para supervisar el cumplimiento de nuestros principios y prácticas.

En mayo de 2021, introdujimos dos nuevos códigos de marketing y directrices que implementaremos con un programa de formación completo para todos los empleados de PMI que participan directamente en el desarrollo o el despliegue de iniciativas de productos, envases, marketing y ventas centradas en el consumidor, así como para todos los terceros contratados por PMI para llevar a cabo esas actividades. Durante el año 2021, pondremos en marcha los códigos de marketing y las directrices para que la organización pueda integrar los principios de los códigos en las prácticas de ventas y marketing de PMI. Tenemos previsto publicar externamente los dos códigos en 2022.

Como uno de los principales fabricantes de productos de tabaco y nicotina, tenemos un papel fundamental en la protección del acceso de los jóvenes a nuestros productos. Este es un papel que nos tomamos muy en serio. Seguiremos desplegando medidas para verificar la edad de los consumidores a través de canales que van desde las plataformas de comercio electrónico y las boutiques de propiedad y gestión de PMI hasta los mercados y minoristas online de terceros. Aunque el nivel de control que tenemos sobre estos canales varía, es de vital importancia que, incluso donde nuestra influencia es limitada, hagamos todo lo posible para evitar el acceso de los jóvenes a nuestros productos.

Seguimos comprometidos con la aplicación de nuestros programas YAP, incluidos los nuevos materiales de comunicación y educación, con los socios comerciales.

Continuaremos investigando formas de seguir mejorando nuestra tecnología de verificación de la edad, con el objetivo de equipar con dicha tecnología todos los dispositivos electrónicos sin humo que introduzcamos en el mercado a partir de 2023.

Puntos destacados del rendimiento de 2020

[Ver cifras de rendimiento >](#)



■ 36% terceros
■ 64% empleados

>94%

De nuestro volumen total de envíos representado por los mercados con programas de prevención del acceso de los jóvenes en 2020

NIVEL 1

Gestión sostenible de la cadena de suministro

Con unas cadenas de valor cada vez más integradas y globalizadas, equilibrar la seguridad de nuestros suministros con la rentabilidad y las ambiciosas normas medioambientales, sociales y de calidad es una prioridad fundamental. La cadena de suministro representa una parte importante de nuestros posibles riesgos e impactos sociales y medioambientales, que nos comprometemos a gestionar y abordar de forma responsable. También es un aspecto difícil de acometer, ya que tenemos que involucrar e influir en un gran número de proveedores —empresas con diferentes estrategias, prioridades y culturas— para que se incorporen a nuestro viaje de sostenibilidad y se comprometan conjuntamente a cumplir nuestras ambiciones.

[Leer más >](#)


Trabajador del cultivo de tabaco en Salta, Argentina

Hacer lo correcto

La cadena de suministro es fundamental para nuestro negocio, y la sostenibilidad es esencial para que protejamos y desarrollemos la cadena de suministro. Las operaciones que realizamos se basan en la obtención de materiales y servicios de alta calidad, rentables y aptos para el uso de proveedores que son seleccionados y gestionados por PMI para que también se adhieran a nuestros requisitos medioambientales, sociales y de gobierno (ESG).

Creemos firmemente que PMI tiene un papel importante en el compromiso con los proveedores para minimizar nuestra huella social y medioambiental y en aportar un valor social, medioambiental y económico positivo a aquellos con los que colaboramos.

La gestión sostenible de la cadena de suministro desempeña un papel fundamental en la salvaguarda de los derechos humanos y laborales, así como en la protección de la salud y la seguridad de los trabajadores. En el mejor de los casos, también sirve para resolver las desigualdades e injusticias relacionadas con el género, y aliviar la pobreza. Además, representa una herramienta clave para mitigar los efectos adversos del cambio climático, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, proteger los bosques y la biodiversidad, y promover la eficiencia energética, la administración del agua y la gestión de residuos.

El caso empresarial

El creciente impacto medioambiental, social y económico de las cadenas de suministro globales y las crecientes expectativas de los consumidores de una mayor sostenibilidad y transparencia llevaron a PMI a integrar la sostenibilidad en nuestra gestión de la cadena de suministro, de principio a fin. Este cambio se refleja en la comprensión de que una cadena de suministro sostenible aporta nuevas e importantes oportunidades de creación de valor, al tiempo que contribuye al bien común. Además, los objetivos tradicionales, como la optimización de los costes, la garantía de la continuidad de nuestras operaciones y la reducción del tiempo necesario para preparar los materiales para el transporte, permiten una mejor reacción ante los retos empresariales. Además de reforzar el cumplimiento de la normativa y prevenir los riesgos de reputación, la gestión responsable de la cadena de suministro respalda nuestra capacidad para garantizar los recursos necesarios para cumplir el propósito de la empresa y hacer contribuciones positivas tangibles a las cuestiones medioambientales y sociales. Unos proveedores ágiles, fiables y de alta calidad son también fundamentales para nuestra capacidad de innovar y desplegar productos sin humo rápidamente y a gran escala, así como para responder a las opiniones de los consumidores, lo que a su vez nos permite captar más usuarios de nicotina adultos, aumentar la cuota de mercado y beneficiarnos del crecimiento de los resultados económicos y de explotación que ello implica. Además, la mejora de la colaboración con los proveedores y nuestro conocimiento de sus operaciones nos permite reforzar y ampliar las asociaciones. Estas asociaciones son fundamentales para la sostenibilidad, la innovación y el crecimiento, y nos permiten acelerar el progreso hacia la consecución de nuestros objetivos empresariales.

Nuestro objetivo

100%

Porcentaje de proveedores críticos de los que se abastece PMI de forma sostenible para 2025

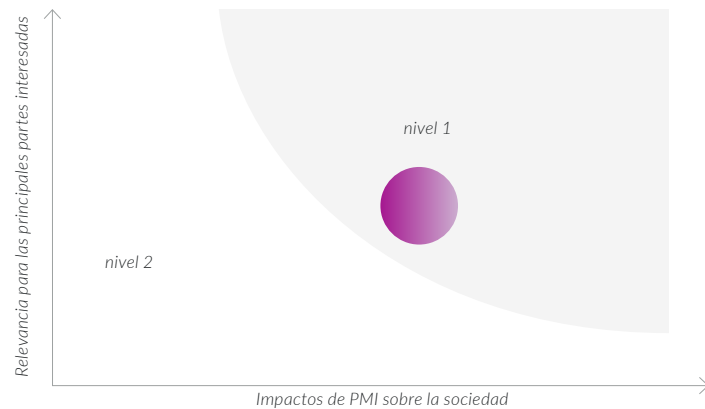
Gestión sostenible de la cadena de suministro



Descripción del tema

En PMI, la gestión sostenible de la cadena de suministro comienza con el establecimiento de nuestras ambiciones y expectativas respecto a los proveedores a través de nuestros principios de abastecimiento responsable, Responsible Sourcing Principles (RSP), y buenas prácticas agrícolas (BPA). En última instancia, significa integrar la sostenibilidad en nuestras estrategias y prácticas de compra, identificar y gestionar los riesgos e impactos, y evaluar y apoyar continuamente a nuestros proveedores y agricultores contratados mientras trabajan para alinear sus esfuerzos de sostenibilidad con nuestros requisitos.

Relevancia del tema: Materialidad



Principales partes interesadas



Megatendencias



Impacto en nuestra cadena de valor

- Flujo ascendente
- Operaciones de PMI
- Flujo descendente

Contribución a los ODS



Conectividad con nuestros otros temas de sostenibilidad del nivel 1



Fuerza de la interacción: → Baja ⇒ Media ⇨ Alta

Naturaleza de la interacción: ■ Habilitar o reforzar ■ Limitar o requerir compensaciones

Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

Conseguir nuestros objetivos

Nuestro objetivo es comprar bienes y servicios a los proveedores con la mejor relación calidad-precio, de acuerdo con las necesidades del negocio, gestionando adecuadamente los requisitos de suministro, financieros, legales, de calidad y de sostenibilidad. Tratamos de identificar y abordar continuamente los riesgos potenciales y actuales, al tiempo que aprovechamos las oportunidades para crear un impacto positivo en las comunidades en las que operamos nosotros y los proveedores, con lo que aumentamos el rendimiento de la sostenibilidad de nuestra cadena de suministro. Trabajamos con proveedores y agricultores contratados para conseguir un sólido rendimiento económico y mejoras medioambientales y sociales tangibles.

Nuestro enfoque de la gestión sostenible de la cadena de suministro se basa en los siguientes principios y valores:

- **Mitigar riesgos:** Adoptamos un enfoque basado en el riesgo, y centramos nuestros esfuerzos en los aspectos en los que pueden tener mayor impacto. El establecimiento de criterios basados en el riesgo nos permite identificar a los proveedores críticos, adaptar nuestras herramientas y acciones de diligencia debida y orientar las intervenciones para abordar los riesgos inherentes, con especial atención a las cadenas de suministro estratégicas, como la electrónica y la hoja de tabaco.
- **Mejora continua:** Al reforzar de forma proactiva la colaboración y el compromiso con los proveedores, conseguimos claramente un mayor compromiso y apoyo de los mismos para mejorar continuamente su rendimiento en materia de sostenibilidad y alcanzar los más altos niveles de cumplimiento.
- **Compromiso proactivo:** El compromiso está en el centro del abastecimiento responsable en PMI. El éxito de las asociaciones requiere una relación abierta y transparente y una comunicación continua en la que se compartan y construyan juntos los conocimientos, tanto en las actividades individuales como a través de la participación en iniciativas relevantes de múltiples partes interesadas y de la industria.
- **Programas con impacto:** Aprovechamos nuestro alcance y el creciente conocimiento de la base de suministros para poner en marcha programas de impacto en áreas clave de sostenibilidad, como las relativas a nuestras ambiciones de neutralidad de carbono, deforestación cero y trabajo infantil cero.



Fardos de tabaco cargados en un puesto de compra de tabaco en Misiones, Argentina

Visión global de nuestra cadena de suministro en 2020

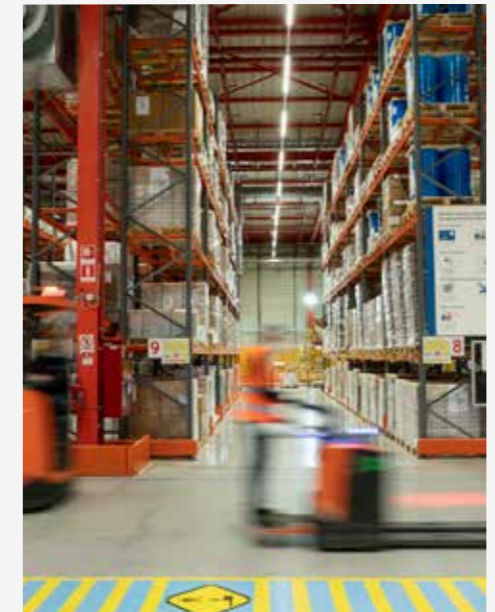
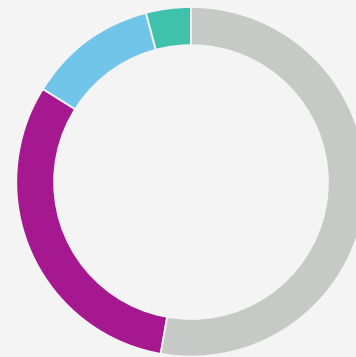
Con más de 28.000 proveedores de primer nivel en más de 175 mercados, nuestro gasto en la cadena de suministro ascendió a unos 10.100 millones de dólares en 2020.

La cadena de suministro global apoya nuestros dos principales flujos de productos acabados y está organizada en siete categorías gestionadas por nuestras organizaciones Leaf (para el tabaco) y Procurement (para las otras seis categorías).

[Leer más >](#)

Gasto en la cadena de suministro en 2020

■ Materiales y servicios indirectos (incluido I+D)	53%
■ Materiales directos y dispositivos de productos sin humo	31%
■ Hojas de tabaco	12%
■ Equipos de fabricación	4%



Instalación de la fábrica de Papastratos, afiliada griega de PMI

Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

Visión global de nuestra cadena de suministro en 2020

A lo largo de los años, la gestión de nuestra cadena de suministro ha demostrado ser lo suficientemente flexible y eficiente como para apoyar las necesidades cambiantes de nuestras operaciones y la importante transformación empresarial de PMI. Por ejemplo, en 2016 creamos una nueva categoría de compras dedicada al suministro de dispositivos y accesorios electrónicos sin humo, que ya representaba el 9,6% de nuestro gasto total en 2020. Y la proporción de recursos asignados a los productos sin humo frente a los cigarrillos combustibles sigue creciendo en toda la cadena de suministro. En la cadena de suministro de tabaco, la proporción de nuestro volumen de compras dirigida a la fabricación de cigarrillos combustibles sigue disminuyendo, mientras que la proporción dedicada a la producción de consumibles para productos de tabaco calentado aumenta. En general, experimentamos una disminución gradual de los volúmenes obtenidos, ya que los productos de tabaco calentado utilizan aproximadamente la mitad de la cantidad de tabaco que requieren los cigarrillos de combustible, como máximo. En total, en nuestras principales categorías de gasto directo (es decir, hojas de tabaco, materiales directos y dispositivos y accesorios electrónicos), el 33% de nuestro gasto se dirigió a productos sin humo en 2020.

Gastos directos, enfocados en los materiales utilizados en la fabricación de nuestros productos

Gastos indirectos, enfocados en los bienes y servicios necesarios para el funcionamiento de nuestro negocio

Cigarrillos	Productos sin humo
Hoja de tabaco procedente de unos 285.900 agricultores contratados por PMI (donde tenemos operaciones) o por nuestros proveedores en 23 países	
Materiales directos utilizados para producir y empaquetar unidades de tabaco calentado, cigarrillos y otros productos de tabaco, como la estopa de acetato de celulosa para los filtros de los cigarrillos, el cartón para el envasado y los productos agrícolas no relacionados con el tabaco, como el mentol y la goma guar	
	Dispositivos electrónicos y accesorios para productos de tabaco calentado y vapor
Adquisición avanzada, una categoría creada en 2020 para identificar y establecer capacidades y fuentes de suministro para apoyar la línea de innovación de PMI y promover la innovación habilitada por los proveedores	
Adquisición técnica, con el fin de abastecer el equipo de producción utilizado en nuestras fábricas para la elaboración de unidades de tabaco calentado y cigarrillos combustibles	
	Gastos de I+D, que nos permiten realizar investigaciones avanzadas, por ejemplo, adquiriendo servicios de ensayos clínicos o equipos de laboratorio
Materiales y servicios indirectos no vinculados directamente a nuestros productos, como informática, equipos de oficina y servicios de consultoría	

Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

Nuestro objetivo es abastecernos de forma sostenible de todos los proveedores fundamentales para 2025. Los proveedores fundamentales son aquellos que fabrican o venden componentes utilizados en la fabricación de productos acabados de PMI.

Para cumplir con nuestra ambición de abastecernos de forma sostenible para 2025, exigiremos a todos los proveedores fundamentales de nivel 1 no relacionados con el tabaco que se sometan a una evaluación de su rendimiento en materia de sostenibilidad mediante una valoración en nuestra plataforma de diligencia debida STEP (Sustainable Transformation Enables Performance). Aquellos que obtengan una puntuación satisfactoria que demuestre el cumplimiento de los principios de abastecimiento responsable, **Responsible Sourcing Principles** (RSP), se considerarán sostenibles. Además, consideramos fundamentales a todos los agricultores de tabaco contratados por PMI o por nuestros proveedores de tabaco. Abastecerse de forma sostenible significa que todos los proveedores de tabaco se comprometen contractualmente de forma continuada a cumplir con los RSP y las buenas prácticas agrícolas, **Good Agricultural Practices** (BPA), a través de autoevaluaciones anuales, complementadas con auditorías en el sitio y revisiones sobre el terreno. En las explotaciones, el abastecimiento sostenible exige que los técnicos de campo supervisen la aplicación de las BPA, mediante visitas planificadas y no anunciadas a todas las explotaciones contratadas, varias veces al año, y aborden cualquier problema que se plantee. El incumplimiento puede dar lugar a la rescisión del contrato por infracción de **Prácticas de Trabajo Agrícolas** (PTA), o al rechazo del lote del proveedor si se superan los límites máximos de integridad del lote de tabaco.

Plataforma de diligencia debida para proveedores de PMI: STEP

STEP es el programa de diligencia debida y rendimiento que utilizamos para garantizar que los proveedores cumplen con nuestros RSP. Sirve como soporte para la gestión sostenible de nuestros proveedores principales de nivel 1 y se extiende de forma selectiva a los proveedores de nivel 2 también. A través de STEP, se evalúan los posibles riesgos ESG de nuestros proveedores en función del tipo de material o servicio suministrado y del país en el que se produce o entrega.

En el marco de STEP, segmentamos a los proveedores en función de una serie de riesgos utilizando indicadores de organismos internacionales como el Banco Mundial, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Índice de Desarrollo Humano ajustado a la Desigualdad.

Este perfil de riesgo inherente adapta la posterior evaluación del rendimiento de los proveedores. Los proveedores identificados como de bajo riesgo deben rellenar un cuestionario básico de autoevaluación, mientras que los caracterizados como de riesgo medio o alto completan un

cuestionario más detallado. Además, los proveedores de alto riesgo se someten a una auditoría desktop. Dependiendo de los resultados del cuestionario —y, en su caso, de la auditoría desktop—, es posible que los proveedores tengan que someterse a una auditoría en el lugar.

La plataforma STEP se apoya en un protocolo de auditoría externa de abastecimiento responsable desarrollado por Achilles, un agente clave en la evaluación de proveedores en materia de sostenibilidad.



Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

La estrategia de sostenibilidad de la cadena de suministro se basa en nuestros principios de abastecimiento responsable, **Responsible Sourcing Principles** (RSP), que se ajustan a los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos, los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Los RSP, junto con su correspondiente guía de implementación, **Implementation Guidance**, establecen normas de proceso y rendimiento para los proveedores de materiales y servicios, desde los materiales directos utilizados en la fabricación de nuestros productos, hasta los bienes y servicios necesarios para el funcionamiento de nuestra empresa.

El trabajo de sostenibilidad en la cadena de suministro de tabaco está gestionado por nuestro departamento de Leaf y se rige por nuestras buenas prácticas agrícolas, **Good Agricultural Practices**, y nuestro código de **Prácticas de Trabajo Agrícolas** (PTA).

La puesta en práctica de las BPA y las PTA tiene lugar en las explotaciones agrícolas a través de los 2.675 técnicos de campo, que trabajan durante todo el año con los agricultores contratados por PMI y nuestros proveedores.

La adhesión a nuestras PSR —y a las BPA de la cadena de suministro de tabaco— forma parte de nuestros acuerdos contractuales con los proveedores. De forma continua, supervisamos las actividades de nuestros proveedores críticos a través de un conjunto de herramientas, que incluyen evaluaciones de terceros, auditorías en el lugar y visitas sobre el terreno.

El abastecimiento sostenible de bienes y servicios va más allá del trabajo de nuestros equipos de Procurement y Leaf y supone una fuerte colaboración interfuncional dentro de PMI.

En general, las categorías de nuestra cadena de suministro expuestas al mayor riesgo de sostenibilidad son las siguientes:

- La producción de tabaco en Asia, África y Sudamérica, con los principales riesgos relacionados con las condiciones laborales, el trabajo infantil, el cambio climático y el acceso al agua.
- Fabricación de productos electrónicos, con los principales riesgos relacionados con las condiciones laborales de los trabajadores.
- Materiales de madera y papel, con los principales riesgos relacionados con la deforestación.



Puesto de compra de tabaco en Misiones, Argentina



Nuestra estrategia de sostenibilidad de la cadena de suministro se basa en nuestros principios de abastecimiento responsable

Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

Progreso en 2020

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

Leer más >

Supervisar los resultados de sostenibilidad de nuestros proveedores más importantes

Comenzamos a incorporar a nuestros proveedores más importantes no relacionados con el tabaco a nuestra plataforma de diligencia debida STEP en 2019, centrándonos primero en nuestras cadenas de suministro de materiales directos y de productos electrónicos. En 2020, superamos nuestro objetivo de evaluar a los proveedores que representan el 90% de nuestros gastos en esas categorías.

A finales de año, 113 proveedores importantes de nivel 1, que representan el 95% de nuestros gastos de proveedores importantes en las categorías de materiales directos y electrónica, completaron las autoevaluaciones. De ellos, el 45% se mostró conforme con los RSP de PMI, mientras que para el 17%, la autoevaluación desencadenó acciones de seguimiento específicas. Las evaluaciones revelaron importantes lagunas para el 38% restante de los proveedores, principalmente relacionadas con el consumo de recursos y la minimización de residuos, la libertad de asociación y el riesgo de trabajo infantil. En algunos casos, se realizaron auditorías desktop ya que las auditorías en el lugar no fueron posibles debido a la pandemia de COVID-19.

En 2020, completamos 29 auditorías desktop: El 93% de los proveedores aumentó su rendimiento en comparación con los resultados de su autoevaluación. Esto indica

que la orientación proporcionada por los auditores en el momento de las auditorías desktop mejora la calidad y la exhaustividad de las respuestas proporcionadas por los encuestados a nuestro cuestionario STEP. En general, el 86 por ciento de los proveedores que se sometieron a la auditoría desktop demostraron que cumplían con nuestros RSP, mientras que el 14 por ciento informó de la existencia de lagunas significativas.

Paralelamente, empezamos a incorporar a los proveedores que no son de tabaco en otras categorías de la cadena de suministro. En total, los proveedores que representan más del 15% de nuestro gasto en compras técnicas, gastos de I+D y materiales y servicios indirectos completaron nuestro proceso de diligencia debida a finales de año. En 2020, también incorporamos a nuestro programa STEP a proveedores de nivel 2 con los que PMI gestiona una relación comercial y mantiene un acuerdo. Cubrimos el 100% de los proveedores de nivel 2 de nuestros proveedores directos de cartón y papel y el 92% de los proveedores de nivel 2 de componentes electrónicos (como baterías y láminas) de nuestros proveedores de fabricación electrónica.

A lo largo del año, para hacer frente a la evolución de nuestras necesidades y reflejar los avances del mercado, nos embarcamos en una reevaluación de nuestra plataforma STEP. Además, nos planteamos cómo optimizar los esfuerzos tanto de nuestra empresa como de nuestros proveedores a través de una herramienta que promueve la colaboración y permite compartir evaluaciones entre empresas y sectores. Llegamos a la conclusión de que nuestra plataforma actual no ofrecía las funcionalidades y capacidades necesarias para llevar nuestro programa de diligencia debida al siguiente nivel, y tenemos previsto iniciar la implantación de una nueva solución en 2021. Nuestro análisis también puso de manifiesto la oportunidad de mejorar nuestro enfoque centrándonos en la gestión de las evaluaciones online y las auditorías en el lugar a través de diferentes proveedores de servicios. En cuanto a las auditorías en el lugar, tenemos previsto seleccionar y asociarnos con varios proveedores especializados en 2021.

Fomentar la colaboración con nuestra red de proveedores

Hemos dedicado una [sección de PMI.com](#) a describir nuestra empresa, nuestros objetivos y nuestro propósito con respecto a nuestros proveedores actuales y potenciales. También detalla cómo se organiza la adquisición dentro de PMI, refuerza las expectativas que tenemos hacia nuestros proveedores con respecto a nuestros RSP, y divulga algunas de las directrices y condiciones generales sobre las que construimos nuestras asociaciones.

Para aumentar la concienciación sobre la sostenibilidad en nuestra cadena de suministro, celebramos eventos virtuales, transmisiones web y sesiones de formación con proveedores estratégicos a nivel mundial en 2020. Estos eventos abarcaron temas generales y específicos, desde la incorporación de proveedores a STEP hasta la colaboración en nuestro manifiesto de deforestación cero, [Zero Deforestation Manifiesto](#), y los objetivos de reducción de la huella de carbono. Por ejemplo, organizamos dos sesiones de formación en CDP para nuestros proveedores electrónicos, una en inglés y otra en mandarín, con más de 100 participantes. Estas actividades refuerzan nuestras expectativas y compromisos, promueven el intercambio de conocimientos y mejores prácticas e identifican posibles áreas de colaboración más estrecha.

Nuestros proveedores desempeñan un papel fundamental en nuestro viaje de transformación. Por ello, consideramos fundamental reconocer el excelente rendimiento de nuestros proveedores y su contribución a los objetivos empresariales de PMI, fomentando las asociaciones a largo plazo y la creación de valor. Para ello, en 2020 lanzamos nuestro programa de reconocimiento global de proveedores, Global Supplier Recognition. Reconocemos a los proveedores seleccionados por su compromiso y rendimiento en materia de sostenibilidad, su contribución activa a la creación de valor de PMI y su compromiso con la innovación. En una ceremonia virtual a la que asistieron unos 400 participantes, cinco de nuestros proveedores fueron premiados en las áreas de sostenibilidad, innovación y creación de valor.

En 2020, y por cuarto año consecutivo, CDP incluyó a PMI en su lista de líderes del compromiso con proveedores, CDP Supplier Engagement Leaderboard, en reconocimiento a nuestros esfuerzos y progresos relativos a la participación de nuestros proveedores en materia de cambio climático. El índice de compromiso de los proveedores, Supplier Engagement Rating (SER), de PMI nos sitúa en el 7 por ciento de las empresas que han revelado el cuestionario climático completo de CDP. Al implicar a nuestros proveedores en el cambio climático, pretendemos contribuir a su transición hacia la economía sostenible neta.

“El desarrollo de relaciones efectivas a largo plazo en nuestras cadenas de suministro es fundamental para el éxito, ya que la estrecha colaboración y el compromiso continuo con nuestros proveedores son esenciales para alcanzar los ambiciosos objetivos de sostenibilidad que nos proponemos”.

Cesare Guarini, director de Sustainability Procurement de PMI

Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

En respuesta a la pandemia de COVID-19, nuestros proveedores tuvieron que reorientar sus prioridades para salvaguardar la continuidad del negocio. Nos comprometimos con ellos para entender el impacto de la crisis y poner en marcha medidas de mitigación de riesgos. En su caso, interrumpimos, redujimos o sustituimos las actividades que requerían contacto sobre el terreno y en persona, como las auditorías previstas en materia de sostenibilidad. Habilitamos soluciones alternativas para seguir supervisando el rendimiento de nuestros proveedores mediante, por ejemplo, la realización de auditorías a distancia. Paralelamente, redistribuimos los recursos hacia otras iniciativas, como la creación de capacidades, siempre que fue posible. A pesar de las difíciles circunstancias de la pandemia mundial, logramos, y en algunos casos superamos, nuestros objetivos de sostenibilidad para 2020, y confiamos en nuestra capacidad para cumplir nuestros objetivos para 2021 y años posteriores.

En nuestra cadena de suministro de tabaco, reaccionamos rápidamente, apoyando a nuestros agricultores contratados, a sus comunidades y a los técnicos de campo durante toda la crisis.



Leer más en nuestra [Actualización del progreso de PTA del T2 de 2020](#)

Un componente clave de nuestro programa PTA es la supervisión explotación por explotación, mediante la cual los técnicos de campo visitan regularmente las explotaciones, interactúan con los agricultores y otros trabajadores y supervisan la aplicación de los estándares PTA. Para mitigar los riesgos de exposición a la COVID-19 para todos los implicados, se proporcionó a los técnicos de campo el equipo de protección personal recomendado (por ejemplo, mascarillas y guantes) y se les instruyó para mantener la distancia social. Además, cancelamos o redujimos el número de visitas de acuerdo con los requisitos nacionales o de las afiliadas y proveedores locales. Las reuniones de grupo programadas se sustituyeron por visitas individuales a los agricultores. Durante estas visitas, los técnicos de campo concienciaron sobre las precauciones sanitarias y de seguridad relacionadas con la pandemia, ya que los agricultores de muchos países han seguido trabajando (siempre respetando la normativa gubernamental). En los países en los que la temporada de cultivo comenzaba a mitad de la pandemia (por ejemplo, Grecia, Pakistán, Turquía y Estados Unidos), la mayoría de las interacciones se realizaron a distancia. La prioridad en esta fase era informar a los agricultores del [código PTA](#) y aclarar sus derechos y obligaciones antes de aceptar y firmar el contrato online o por correo. Los técnicos de campo también realizaron controles virtuales para asegurarse de que los agricultores disponían de equipos de protección personal suficientes para las actividades agrícolas pertinentes.



Fomentar la colaboración con nuestra red de proveedores

Hemos dedicado una [sección de PMI.com](#) a describir nuestra empresa, nuestros objetivos y nuestro propósito con respecto a nuestros proveedores actuales y potenciales. También detalla cómo se organiza la adquisición dentro de PMI, refuerza las expectativas que tenemos hacia nuestros proveedores con respecto a nuestros RSP, y divulga algunas de las directrices y condiciones generales sobre las que construimos nuestras asociaciones.

Para aumentar la concienciación sobre la sostenibilidad en nuestra cadena de suministro, celebramos eventos virtuales, transmisiones web y sesiones de formación con proveedores estratégicos a nivel mundial en 2020. Estos eventos abarcaron temas generales y específicos, desde la incorporación de proveedores a STEP hasta la colaboración en nuestro manifiesto de deforestación cero, [Zero Deforestation Manifiesto](#), y los objetivos de reducción de la huella de carbono. Por ejemplo, organizamos dos sesiones de formación en CDP para nuestros proveedores electrónicos, una en inglés y otra en mandarín, con más de 100 participantes. Estas actividades refuerzan nuestras expectativas y compromisos, promueven el intercambio de conocimientos y mejores prácticas e identifican posibles áreas de colaboración más estrecha.

Nuestros proveedores desempeñan un papel fundamental en nuestro viaje de transformación. Por ello, consideramos fundamental reconocer el excelente rendimiento de nuestros proveedores y su contribución a los objetivos empresariales de PMI, fomentando las asociaciones a largo plazo y la creación de valor. Para ello, en 2020 lanzamos nuestro programa de reconocimiento global de proveedores, Global Supplier Recognition. Reconocemos a los proveedores seleccionados por su compromiso y rendimiento en materia de sostenibilidad, su contribución activa a la creación de valor de PMI y su compromiso con la innovación. En una ceremonia virtual a la que asistieron unos 400 participantes, cinco de nuestros proveedores fueron premiados en las áreas de sostenibilidad, innovación y creación de valor.

En 2020, y por cuarto año consecutivo, CDP incluyó a PMI en su lista de líderes del compromiso con proveedores, CDP Supplier Engagement Leaderboard, en reconocimiento a nuestros esfuerzos y progresos relativos a la participación de nuestros proveedores en materia de cambio climático. El índice de compromiso de los proveedores, CDP Supplier Engagement Rating (SER), de PMI nos sitúa en el 7 por ciento de las empresas que han revelado el cuestionario climático completo de CDP. Al implicar a nuestros proveedores en el cambio climático, pretendemos contribuir a su transición hacia la economía sostenible neta.

“El desarrollo de relaciones efectivas a largo plazo en nuestras cadenas de suministro es fundamental para el éxito, ya que la estrecha colaboración y el compromiso continuo con nuestros proveedores son esenciales para alcanzar los ambiciosos objetivos de sostenibilidad que nos proponemos”.

Cesare Guarini, director de Sustainability Procurement de PMI

Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

Enfoque en nuestra cadena de suministro de productos electrónicos

A medida que nuestra empresa sigue transformándose y creando nuevas capacidades, examinamos simultáneamente los riesgos inherentes a las cadenas de suministro específicas; un área clave de nuestro enfoque es nuestra relativamente nueva y en expansión base de suministro de fabricación electrónica en Asia.

A la vez que nuestra base de suministros se amplía, reforzamos nuestro proceso de selección e incorporación de proveedores electrónicos que participan en la fabricación de nuestros dispositivos sin humo. En el caso de los nuevos proveedores, recopilamos información sobre sus prácticas, les pedimos que rellenen un cuestionario de autoevaluación y les proporcionamos un informe de auditoría de terceros y una actualización de las medidas correctoras adoptadas como resultado. A continuación, realizamos una revisión de la gestión en el lugar antes de firmar un acuerdo contractual en el que incluimos cláusulas de sostenibilidad y exigimos la adhesión y el cumplimiento de nuestros RSP. Posteriormente, integramos al proveedor en nuestra plataforma STEP y el programa de diligencia debida.

Nuestros proveedores de productos electrónicos de primer nivel fueron evaluados a través de STEP en 2020 y demostraron un excelente rendimiento al informar de sus prácticas online con los estándares de PMI. No ha sido necesario realizar ninguna acción de seguimiento en ningún área de sostenibilidad a partir de esta evaluación. Además de nuestra diligencia debida a través de STEP, supervisamos el rendimiento de los fabricantes mediante tarjetas de puntuación de sostenibilidad e indicadores clave de rendimiento. En 2020 renovamos nuestros criterios para centrarnos en los riesgos inherentes, como las horas de trabajo y los derechos laborales, el rendimiento medioambiental, la gestión de la cadena de suministro y la sostenibilidad e integridad empresarial en general.

Para asegurarnos de que nuestra cadena de suministro cumple con nuestros RSP, también incorporamos y completamos la evaluación STEP de un total de 35 proveedores de productos electrónicos de nivel 2, que representan más del 92% del gasto gestionado por PMI con dichos proveedores. Llevamos a cabo auditorías desktop en aquellos proveedores para los que la evaluación STEP había revelado una

existencia de lagunas. Las auditorías mostraron mejoras relacionadas con las principales deficiencias detectadas, como el suministro de equipos de protección personal o la preparación para emergencias.

En nuestro compromiso y comunicación con los proveedores de productos electrónicos, PMI mantiene un claro enfoque en nuestros RSP. Más allá de la comprobación de los sistemas y el seguimiento de los avances, nuestro objetivo es crear capacidad y promover el progreso en los ámbitos de los derechos humanos y laborales, el impacto medioambiental y la integridad empresarial.

Participar en iniciativas de múltiples partes interesadas

La cadena de suministro de productos electrónicos es compleja y muy dinámica, y se enfrenta a retos específicos.

Por lo tanto, nos comprometemos con diferentes partes interesadas para comprender mejor los riesgos inherentes, aumentar la trazabilidad de los materiales utilizados en nuestros productos y evaluar cómo podemos mejorar las prácticas de abastecimiento responsable a través de la colaboración.

Para ello, participamos en varias iniciativas, como la Iniciativa de Minerales Responsables (RMI) de la Alianza de Empresas responsables (RBA), y seguimos trabajando en el Programa de Lugar de Trabajo Responsable de la Fundación RBA.

Además, durante el año 2020 reforzamos nuestra colaboración con las iniciativas de la industria y, en particular, con la RBA, la mayor coalición industrial del mundo dedicada a la responsabilidad social corporativa en las cadenas de suministro globales de la electrónica, ya que esta membresía ayudará a PMI a cambiar la calidad y el impacto de nuestro programa de sostenibilidad de los proveedores en nuestra base de suministro de productos electrónicos.

En 2020, también colaboramos con el CDP para promover la iniciativa Science-Based Target (SBTi) entre nuestros proveedores de productos

electrónicos. También seguimos involucrando a más trabajadores en el programa de empoderamiento de las mujeres que lanzamos en 2019 en colaboración con Inno, una organización no gubernamental (ONG) china, con el apoyo de financiación externa.

Minerales de conflicto

Se espera que las empresas demuestren cómo respetan los derechos humanos y evitan contribuir al conflicto en sus decisiones y prácticas de compra de minerales. Esto se aplica particularmente a los posibles impactos adversos asociados con el abastecimiento de estaño, tantalio, tungsteno y oro ("3TG") de las zonas del mundo afectadas por conflictos y de alto riesgo. Nuestra **presentación de minerales de conflicto 2020** a la Comisión de la Bolsa y Valores de Estados Unidos, que cubre el año terminado el 31 de diciembre de 2019, mostró que las fundiciones de las que nuestros proveedores se abastecen de 3TG para los productos cubiertos (según se define en la presentación) cumplen con el programa de auditoría de la Iniciativa de Minerales Responsables (265 fundiciones) o estaban pasando por el proceso de evaluación (dos fundiciones).

Cobalto

El cobalto es una materia prima fundamental en la producción de las baterías utilizadas en nuestros productos sin humo. Aunque las cantidades de cobalto necesarias para nuestros productos son menores en comparación con el volumen total del mercado mundial, desde 2019 hemos desplegado un programa de diligencia debida basado en el enfoque y las herramientas de la RMI para identificar y abordar los posibles riesgos para los derechos humanos en las cadenas de suministro de nuestros proveedores. En 2020, todos nuestros proveedores de baterías cumplieron con los requisitos específicos de información, incluida la información sobre las fundiciones de las que se abastecen. Sobre esta base, la diligencia debida posterior, utilizando herramientas adicionales de la RMI, indicó que, a 31 de diciembre de 2020, todas las fundiciones de las que se abastecen de cobalto los proveedores de baterías de PMI estaban en la lista de conformidad de la RMI (siete fundiciones) o en la lista activa (ocho fundiciones).



Fabricación de dispositivos IQOS en Asia (fotografía anterior a la COVID-19)

Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

Programa de buenas prácticas agrícolas de PMI

PMI define la producción sostenible de tabaco como la producción eficiente y competitiva de tabaco de calidad en condiciones que limiten al máximo el impacto sobre el medioambiente natural y mejoren la condición socioeconómica de las personas y comunidades implicadas en su producción.

En nuestra cadena de suministro de tabaco, la producción se gestiona de acuerdo con nuestras buenas prácticas agrícolas, **Good Agricultural Practices**. Las BPA se introdujeron por primera vez en 2002.

Desde entonces, se han actualizado y mejorado para reflejar los comentarios recibidos de los agricultores, los proveedores y las partes interesadas, y para mantenerse al día con las expectativas cada vez más exigentes y los avances tecnológicos. PMI ha iniciado importantes revisiones de las BPA, con la introducción del código **Prácticas de Trabajo Agrícolas (PTA)**, en 2011 y el cambio **Step Change de PTA** en 2018.

Las BPA definen los principios y los estándares de medición que deben cumplir todos los que cultivan y suministran tabaco a PMI. Los principios guían a los proveedores y agricultores hacia la producción sostenible. Para medir hasta qué punto las prácticas en las explotaciones o en los proveedores se ajustan a nuestros principios utilizamos normas cuantificables. Estos principios y estándares se organizan en torno a cuatro áreas de interés.

- **Gobierno:** PMI espera que los proveedores dispongan del gobierno, los procedimientos y los procesos necesarios para gestionar los contratos, los técnicos de campo, las visitas y la formación.
- **Cultivo:** El cultivo debe cumplir criterios específicos de calidad, estilo, integridad y cumplimiento de la normativa. Las BPA también exigen que el cultivo se realice con la variedad de semilla adecuada, con la nutrición correcta de la planta y utilizando prácticas eficaces de gestión integrada de plagas para minimizar el uso de agentes de protección de los cultivos al tiempo que se mejora el rendimiento. También se promueven las prácticas de mecanización.
- **Medioambiente:** Se anima a los agricultores de tabaco a conservar, reutilizar y reciclar los recursos naturales utilizados en la producción de tabaco, como la madera, el agua y el combustible.

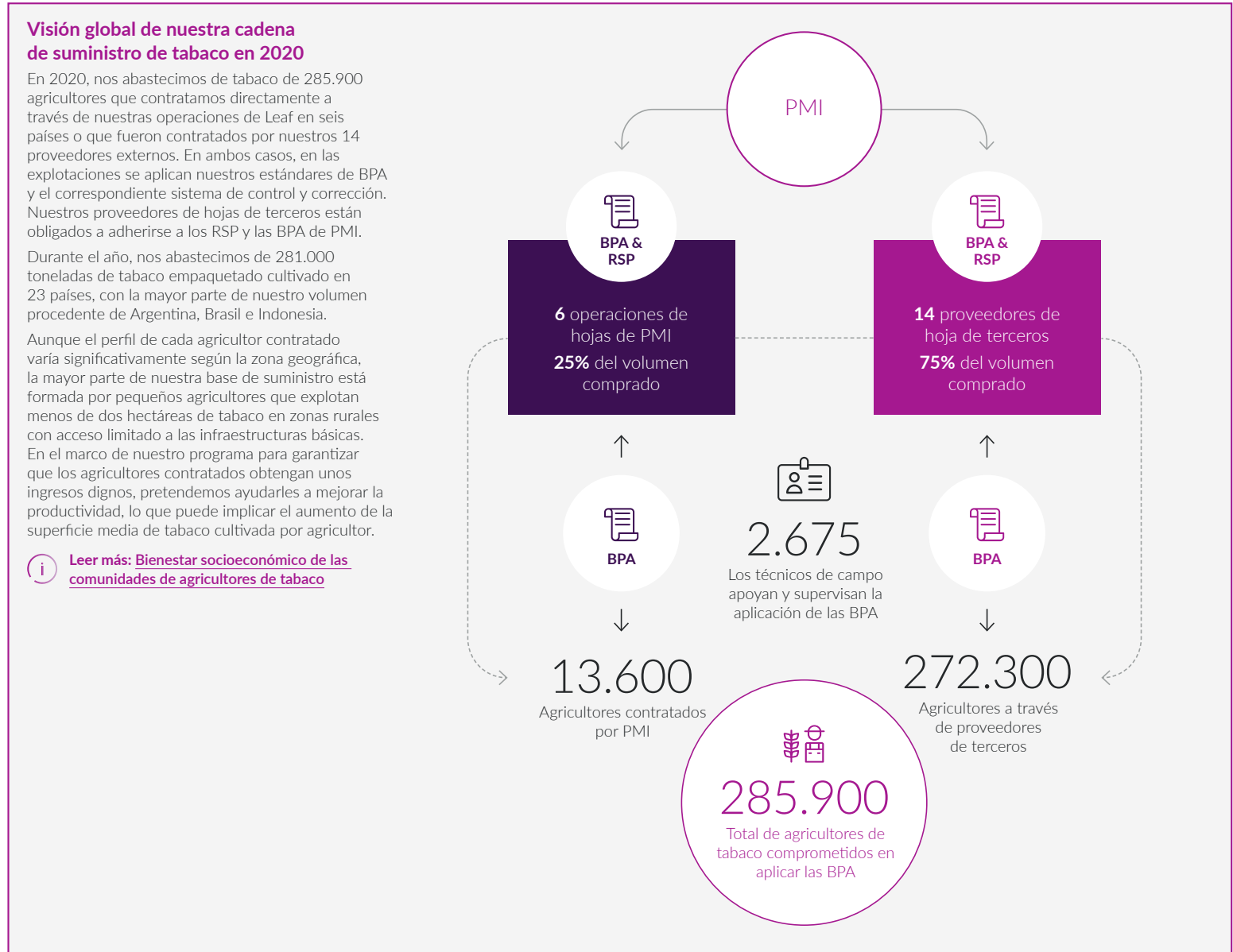
Visión global de nuestra cadena de suministro de tabaco en 2020

En 2020, nos abastecimos de tabaco de 285.900 agricultores que contratamos directamente a través de nuestras operaciones de Leaf en seis países o que fueron contratados por nuestros 14 proveedores externos. En ambos casos, en las explotaciones se aplican nuestros estándares de BPA y el correspondiente sistema de control y corrección. Nuestros proveedores de hojas de terceros están obligados a adherirse a los RSP y las BPA de PMI.

Durante el año, nos abastecimos de 281.000 toneladas de tabaco empaquetado cultivado en 23 países, con la mayor parte de nuestro volumen procedente de Argentina, Brasil e Indonesia.

Aunque el perfil de cada agricultor contratado varía significativamente según la zona geográfica, la mayor parte de nuestra base de suministro está formada por pequeños agricultores que explotan menos de dos hectáreas de tabaco en zonas rurales con acceso limitado a las infraestructuras básicas. En el marco de nuestro programa para garantizar que los agricultores contratados obtengan unos ingresos dignos, pretendemos ayudarles a mejorar la productividad, lo que puede implicar el aumento de la superficie media de tabaco cultivada por agricultor.

[Leer más: Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco](#)



Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

- **Personas:** PMI se compromete a eliminar el trabajo infantil y otros abusos laborales en todas las explotaciones de las que nos abastecemos de tabaco. Nuestro **código PTA** guía nuestro trabajo al respecto.

Las BPA son obligatorias para todos los proveedores de tabaco a PMI, tal y como se refleja en los contratos de suministro de PMI y sus afiliadas. PMI espera que todos sus proveedores mejoren continuamente la aplicación de los principios y normas BPA en coordinación con

los agricultores a los que compran. La ausencia de un claro compromiso para actuar sobre los problemas identificados, o una persistente falta de acción y mejora, puede tener implicaciones contractuales tanto para los agricultores como para los proveedores. PMI también se reserva el derecho de rescindir inmediatamente los contratos en caso de graves infracciones que afecten a las personas, al cultivo o al medioambiente.



Un técnico de campo y un agricultor de tabaco en Indonesia

Supervisar la implementación de las BPA

En gran medida, el abastecimiento responsable se consigue cuando las relaciones sobre el terreno son sólidas. El Sistema Integrado de Producción (SIP) de PMI conecta a los proveedores de hojas y a los agricultores más allá de los límites habituales de una relación comercial y permite un apoyo técnico directo, asesoramiento agronómico, préstamos financieros y otros servicios diversos. Esta relación contractual directa entre PMI y nuestros proveedores de hojas y agricultores sin intermediarios es especialmente importante cuando las condiciones son inciertas, como se demostró en 2020 durante la pandemia de la COVID-19. El SIP —que cubrió el 99% de nuestras compras de tabaco en 2020— aportó seguridad financiera a nuestros agricultores al asegurarles una garantía de compra por el volumen contratado.

El SIP es vital para proporcionar trazabilidad y visibilidad en nuestra base de suministro; permite el despliegue de nuestro sistema de seguimiento de las BPA hasta el nivel de la granja. En el centro de dicho sistema están los técnicos de campo.

Los técnicos de campo son hombres y mujeres que apoyan la aplicación de las BPA y supervisan la aplicación de los requisitos de sostenibilidad y el funcionamiento de los procesos comerciales. Unos 2.675 técnicos de campo —132 empleados por PMI y 2.543 por nuestros proveedores externos— aplican las BPA entre los 285.900 agricultores de los que nos abastecemos de tabaco, en 23 países de todo el mundo. Al mismo tiempo, proporcionan asistencia agronómica, imparten formación a los agricultores, identifican y abordan los problemas laborales y garantizan la aplicación de los planes de mejora. Los técnicos de campo facilitan el progreso sobre el terreno al establecer relaciones con los agricultores y suelen visitar cada explotación una media de cinco a diez veces durante la temporada de cultivo. La confianza que obtienen es crucial para la

aplicación y el seguimiento eficaces de las BPA y el PTA; a menudo son sus intervenciones pragmáticas y sensibles las que superan las barreras a las que se enfrenta un programa de abastecimiento responsable.

En 2020, a pesar de la pandemia de COVID-19, los técnicos de campo nos permitieron controlar la aplicación de las BPA en todas las explotaciones contratadas. En algunos países que se enfrentan a estrictas medidas de confinamiento durante la temporada de cultivo, se adaptaron las visitas a las explotaciones y se ofreció apoyo a distancia cuando fue necesario, respetando siempre las medidas y restricciones gubernamentales.

Por ejemplo, en Pakistán el equipo local colaboró con un socio informático externo para crear una plataforma automatizada que comunicaba mensajes a más de 6.000 agricultores y trabajadores. Estos mensajes, centrados tanto en el código PTA como en la prevención de la COVID-19, se han distribuido a pesar de las limitaciones de infraestructura existentes debidas, en ocasiones, a una mala conexión a Internet. Además, esta plataforma también ha servido para concienciar a los trabajadores acerca de los canales independientes de los mecanismos de reclamación, en los que pueden informar confidencialmente sobre sus posibles quejas.

Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

Programa de tabaco sostenible para toda la industria

En paralelo a nuestro programa BPA, y como una forma adicional de evaluar el rendimiento de los proveedores, participamos desde 2016 en el Programa de Tabaco Sostenible (STP) de todo el sector. El programa es administrado por un proveedor de servicios externo y ha sido adoptado por los principales fabricantes de tabaco del mundo y sus proveedores de hojas. El objetivo del STP es evaluar el rendimiento de los proveedores de forma más coherente para impulsar la mejora continua a la hora de abordar los problemas sistémicos en toda la cadena de suministro mundial de hojas de tabaco. En PMI, el STP se aplica a nuestros proveedores de primer nivel, incluidos los de hojas de terceros, así como a nuestras propias operaciones de hojas. Todos nuestros orígenes de abastecimiento fueron revisados y visitados formalmente entre 2016 y 2018 (incluyendo visitas sobre el terreno a una muestra de explotaciones de tabaco y una revisión exhaustiva de las políticas, procedimientos

y prácticas de los proveedores) por parte de un tercero especialista en gestión de la cadena de suministro.

En 2019 y 2020, la industria —con siete grandes fabricantes involucrados— se centró en el desarrollo de un nuevo estándar STP. Tras una revisión en profundidad, el proceso de diligencia debida se revisó para centrarse en cinco pasos (identificar, priorizar, responder, medir e informar) aplicados a ocho temas y 25 asuntos. El equipo de desarrollo se remitió para la orientación a los marcos de referencia más relevantes, como los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos, los convenios de la OIT, la Guía de la OCDE-FAO sobre las Cadenas de Suministro Agrícolas Sostenibles, 1.5 Playbook, Setting Site Water Targets y los documentos de orientación de CORESTA, por nombrar algunos.

El programa renovado pretende fomentar un enfoque basado en el riesgo y orientado al impacto que promueva la mejora continua y la cooperación entre las distintas partes interesadas.



Una técnica de campo durante una visita a una granja de tabaco en Malawi

Los ocho temas del Programa de tabaco sostenible 2.0



MEDIOS DE SUBSISTENCIA
Necesidades básicas
Ingresos dignos



GOBIERNO
Información general



CAMBIO CLIMÁTICO
Objetivos
Adaptación
Resiliencia



CULTIVO
Residuos de los CPA
Pesticidas altamente peligrosos (PAP)
Gestión integrada de plagas (GIP)
Integridad
Trazabilidad



DERECHOS HUMANOS Y DERECHOS LABORALES
Trabajo infantil
Trato justo
Esclavitud moderna
Libertad de asociación
Ingresos, horas de trabajo y beneficios, entorno laboral seguro
Otros impactos



GESTIÓN DEL AGUA
Cantidad
Agua, saneamiento e higiene (WASH)
Calidad



SALUD DEL SUELO
Productividad
Degradación



HÁBITAT NATURAL
Biodiversidad
Forestación

Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

En PMI, también apoyamos los esfuerzos del programa STP para promover la comunicación transparente de las prácticas responsables en toda la cadena de suministro de tabaco.

El año 2020 marcó el primer año de aplicación de los cuestionarios de autoevaluación renovados del STP. Durante el año, nuestros proveedores demostraron un alto nivel de compromiso y todos, excepto uno, completaron los cuestionarios. En total, cubrieron el 98% de nuestra cadena de suministro de tabaco (es decir, 49 cuestionarios completados, definidos por proveedor, origen y tipo de tabaco).

En el marco de este STP 2.0, las autoevaluaciones de los proveedores se guiarán por una evaluación de riesgos y pondrán en marcha un plan de acción adaptado centrado en los ocho temas mencionados. En 2021 se acaba de seleccionar una secretaría que se encargará de revisar los planes de acción y supervisar la aplicación de las mejoras acordadas. Los asesores independientes de terceros revisarán los avances mediante una evaluación en profundidad y sobre el terreno en los mercados prioritarios determinados por el enfoque basado en el riesgo. Tenemos previsto poner a prueba este nuevo concepto de evaluación a fondo en 2021 y aspirar a un despliegue completo del nuevo programa para finales de 2021. Comunicaremos el progreso en nuestro próximo informe.

Programa piloto con Produzindo Certo en Brasil

En 2020, nuestra afiliada en Brasil (PMB) se asoció con Produzindo Certo, una empresa local especializada en la gestión socioambiental de la agroindustria, para poner a prueba un proyecto destinado a mejorar la eficiencia agrícola y promover el uso eficaz de los recursos naturales y humanos. Sentimos la necesidad de especializar aún más a nuestros técnicos de campo de PMB en materia de sostenibilidad para apoyar mejor a nuestros agricultores integrados para lograr un mayor impacto y alcanzar los ambiciosos objetivos de sostenibilidad en Brasil. El programa piloto se llevó a cabo con la participación de 123 agricultores.

Para ejecutar el programa, PMB dividió a los técnicos de campo en dos grupos: "técnicos de campo de producción", que siguieron apoyando todos los aspectos relacionados con la aplicación de las BPA, la mejora de la productividad, la calidad y la integridad de los productos; y los "técnicos de campo de sostenibilidad", que se centraron exclusivamente en los aspectos medioambientales y sociales.

Los técnicos de sostenibilidad fueron formados por Produzindo Certo para evaluar las prácticas de los agricultores, en relación con la calidad del agua, la erosión del suelo, la vegetación autóctona y la seguridad en el trabajo, entre otros aspectos. Para ello, se apoyaron en la plataforma Produzindo Certo, que ofrece todos los recursos e indicadores necesarios

para diagnosticar y mejorar las prácticas agrícolas desde el punto de vista socioambiental. La evaluación de cada granja puso de manifiesto tanto los puntos fuertes como los puntos a mejorar y dio lugar a una "tarjeta de puntuación de sostenibilidad" individual desglosada por aspectos sociales, medioambientales y de producción. A continuación se establecieron planes de acción adaptados a cada explotación.

Los agricultores podrían comprometerse de forma voluntaria a aplicar el plan de acción diseñado específicamente para su explotación y ver cómo su puntuación mejora con el tiempo a medida que avanzan.

El proyecto piloto demostró ser valioso para obtener información sobre las áreas de mejora y generó un nivel de aceptación muy alto entre los agricultores. La fuerza del programa proviene de la evaluación independiente de terceros realizada por equipos especializados, que definen planes de acción de acuerdo con los cultivadores y supervisan los progresos a lo largo del tiempo. PMB ya tiene previsto ampliar este programa a todos sus agricultores contratados (unos 5.300 en total) de aquí a 2022 y se plantea abrir la iniciativa a los proveedores de tabaco y a los proveedores de servicios de la cadena de suministro.

Siguientes pasos

En 2021, tenemos previsto seguir mejorando nuestros programas de sostenibilidad en la cadena de suministro.

Prevemos realizar la transición de nuestra plataforma de diligencia debida STEP, asociándonos con un proveedor de servicios líder. De este modo, podremos acceder y aprovechar la plataforma y las herramientas digitales de última generación del proveedor, así como la amplia base de proveedores existente, al tiempo que seguimos ampliando nuestro programa STEP en diferentes categorías de gasto de nuestra cadena de suministro.

También esperamos incorporar a PMI y a nuestros proveedores de electrónica a las iniciativas de RBA mediante el despliegue de los enfoques, herramientas y actividades de creación de capacidades de la coalición.

Ampliaremos el despliegue de la cláusula de sostenibilidad de los RSP de PMI en los acuerdos comerciales de los proveedores, al tiempo que seguiremos organizando y realizando actividades de desarrollo de capacidades, tanto internamente como con nuestros proveedores.

Exploraremos las oportunidades de ampliar los mecanismos de reclamación para los trabajadores de nuestra cadena de suministro, centrándonos en primer lugar en los proveedores de productos electrónicos, al tiempo que seguiremos reforzando nuestros programas en materia de cobalto y minerales de conflicto.

En nuestra cadena de suministro de tabaco, pondremos en marcha el programa STP 2.0 con las primeras evaluaciones en profundidad sobre el terreno y evaluaremos la posibilidad de invitar a los proveedores mundiales de hojas de tabaco a nuestro programa STEP.

Puntos destacados del rendimiento de 2020

[Ver cifras de rendimiento](#) >



95%

De nuestros gastos de proveedores fundamentales que no son de tabaco evaluados en la plataforma de diligencia debida de proveedores de PMI



99%

Del tabaco comprado a través de contratos directos por PMI y proveedores de tabaco de PMI

NIVEL 1

Respeto de los derechos humanos

El respeto de los derechos humanos debe estar arraigado en la cultura empresarial, permitiendo que sus principios den forma a nuestra manera de trabajar y guíen las interacciones con los empleados, los proveedores, los socios comerciales, los consumidores y las comunidades en las que operamos.

Leer más >



Empleados en una planta de fabricación en San Petersburgo, Rusia

Hacer lo correcto

Los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos (UNGPs), así como el mundo académico, reconocen que las empresas operan ahora bajo una red de responsabilidad cada vez mayor que resulta del aumento de la legislación transfronteriza sobre derechos humanos.

Desde el punto de vista social, los derechos humanos son inherentes a la dignidad de la vida humana y son un requisito para que cualquier sociedad prospere. Como empresa global, podemos tener un impacto significativo en la protección y promoción de los derechos de nuestras partes interesadas, y esperamos y exigimos el mismo comportamiento de nuestros socios comerciales, incluidos nuestros proveedores.

El caso empresarial

En PMI, el respeto de los derechos humanos es fundamental para una buena gestión del riesgo y la creación de valor. No solo es hacer lo correcto, sino que también hay un sólido argumento comercial: Fomentar y promover la integración continua de las consideraciones de derechos humanos en nuestra estrategia y operaciones nos permite minimizar los riesgos legales y financieros, así como prevenir el riesgo de interrupciones en la cadena de suministro. La reputación general de una empresa se basa en sus actos y en la confianza que genera en torno a la forma en que esos actos son percibidos por las partes interesadas. Además, la posible exclusión de la contratación pública, así como la exposición a litigios relacionados con los derechos humanos, pueden afectarnos negativamente. El riesgo es especialmente importante para las empresas multinacionales como la nuestra, que operan en todo el mundo. Salvaguardar y promover los derechos humanos en nuestra cadena de valor crea el entorno y las condiciones básicas para que las partes interesadas, incluidos nuestros empleados, prosperen y creen valor. Esto, combinado con una cultura positiva e integradora y una gestión sólida, ofrece el espacio y la oportunidad de cumplir con nuestros principales factores de innovación, colaboración, mejora continua y ejecución.

Nuestro objetivo

10

Países de mayor riesgo cubiertos por evaluaciones externas de impacto sobre los derechos humanos y hallazgos abordados para 2025

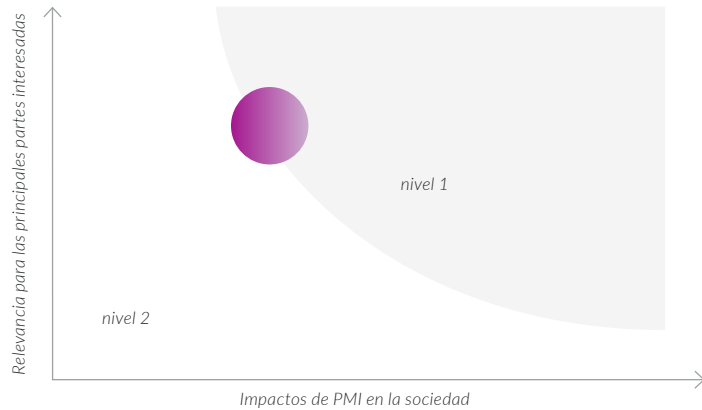
Respeto de los derechos humanos



Descripción del tema

Para PMI, el respeto de los derechos humanos significa salvaguardar los derechos y la dignidad de todas las personas afectadas por nuestras actividades y garantizar el cumplimiento tanto de las normas internacionales como de las políticas internas de PMI.

Relevancia del tema: Materialidad



Principales partes interesadas



Megatendencias



Impacto en nuestra cadena de valor

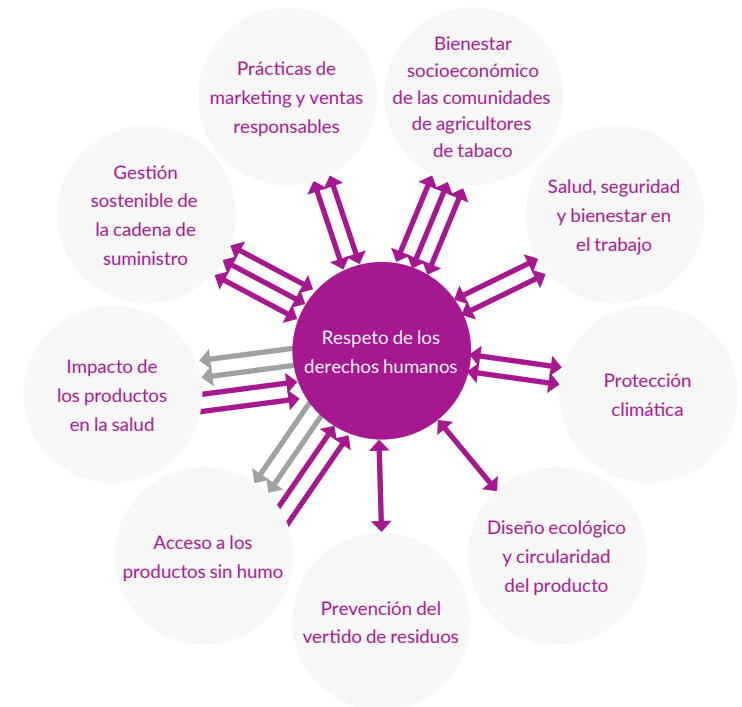
- Flujo ascendente
- Operaciones de PMI
- Flujo descendente

Contribución a los ODS



Los objetivos de desarrollo sostenible y el respeto de los derechos humanos son interdependientes, convergentes y se refuerzan mutuamente. Como tal, todos los ODS están vinculados a los derechos humanos y pueden considerarse un plan para hacerlos realidad

Conectividad con nuestros otros temas de sostenibilidad del nivel 1



Fuerza de la interacción: → Baja ⇌ Media ⇨ Alta
 Naturaleza de la interacción: ■ Habilitar o reforzar ■ Limitar o requerir compensaciones

Respeto de los derechos humanos (continuación)

Conseguir nuestros objetivos

Nuestro objetivo es abordar nuestros impactos adversos y maximizar nuestras oportunidades para impulsar un cambio positivo para las personas en toda nuestra cadena de valor. Aunque esto puede ser un reto dado el alcance y la complejidad de los problemas y la amplitud de nuestras operaciones, creemos que los derechos humanos son un requisito absoluto y universal, un requisito que nos comprometemos a cumplir.

Nos proponemos mejorar continuamente nuestras prácticas con respecto a la identificación y el tratamiento de los riesgos e impactos para los "titulares de derechos" en todas nuestras operaciones y cadena de suministro, incluso mediante el aseguramiento del suministro de materias primas de manera responsable.

“A medida que avanzamos hacia nuestra visión de un futuro sin humo, el ámbito de nuestro trabajo en materia de derechos humanos se amplía a nuevos sectores y actividades. La ampliación del alcance de nuestro trabajo —dentro de la industria electrónica, por ejemplo— representa una oportunidad para identificar y abordar los problemas de derechos humanos desde el principio. Para garantizar un impacto real y positivo para los titulares de derechos, perfeccionamos continuamente nuestro enfoque”.

Anna Kletsidou, directora de Head of Social Sustainability & Human Rights de PMI

Nuestro trabajo, que se rige por el compromiso de PMI con los derechos humanos, **Commitment to Human Rights**, está gestionado por un equipo multifuncional y se lleva a cabo a través de un amplio compromiso y formación internos, evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos (EIDH) llevadas a cabo externamente, consultas con expertos y proyectos de colaboración con colegas. La lucha contra las infracciones de los derechos humanos exige un esfuerzo de colaboración entre proveedores, gobiernos, las ONG y otras partes interesadas.

Los esfuerzos de PMI —y los métodos subyacentes— han sido destacados en un **estudio de caso** publicado a principios de 2021 por Shift, el principal centro de conocimientos sobre los Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos. Según Shift, establecer buenas relaciones con las partes interesadas afectadas, las comunidades y los consumidores es un requisito previo para hacer negocios respetando los derechos humanos. En los últimos tres años, Shift ha colaborado con empresas y organizaciones que han estado probando formas de medir la calidad de sus relaciones con las partes interesadas. Como resultado, el centro desarrolló un estudio de caso sobre el trabajo de PMI para prevenir el trabajo infantil y otros problemas laborales en su cadena de suministro de tabaco, aplicando una serie de metodologías de participación.

Además, los esfuerzos en curso de PMI para eliminar el trabajo infantil en el cultivo de tabaco han sido reconocidos por el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), que incluyó a la empresa como un **estudio de caso** de "líder del sector" en su conjunto de herramientas sobre el avance de la política y la práctica de los derechos humanos en el sector agroindustrial publicado en noviembre de 2020.

En 2020, nuestros esfuerzos por respetar y promover los derechos humanos fueron reconocidos por el Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI), ya que obtuvimos la mejor puntuación del sector en este criterio de su evaluación de la sostenibilidad corporativa.

La guía de derechos humanos, **Human Rights Roadmap**, que desarrollamos en 2018 nos guió para establecer bases sólidas y seguir integrando la promoción y la protección de los derechos humanos en nuestras políticas, procesos y prácticas, ya que nos comprometimos a llevar a cabo un conjunto de acciones para finales de 2020. Este informe describe los progresos realizados el año pasado en nuestras principales áreas de interés.

Nuestro enfoque sobre respetar los derechos humanos

Leer más >



Empleados en las instalaciones de fabricación de Papastratos, la afiliada griega de PMI

Respeto de los derechos humanos (continuación)

Nuestro enfoque sobre respetar los derechos humanos



Marco de políticas

El compromiso con los derechos humanos de PMI, Human Rights Commitment (HRC) es la piedra angular de nuestra estrategia de derechos humanos alineada con los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos (UNGP)

- Instrumentos de políticas clave, como nuestra guía para el éxito, Guidebook for Success, los principios de abastecimiento responsable, Responsible Sourcing Principles, las buenas prácticas agrícolas, Good Agricultural Practices, y otras políticas y prácticas internas, guían nuestro enfoque de la aplicación del HRC
- Amplia formación y sensibilización



Diligencia debida

Programas y procesos sólidos para identificar nuestros impactos adversos en toda nuestra cadena de valor a través de lo siguiente:

- Evaluación del riesgo
 - Evaluación del riesgo integrado en toda la empresa
 - Asignaciones de la relevancia de los derechos humanos
 - Evaluaciones del impacto sobre los derechos humanos
- Programas de diligencia debida específicos para todas nuestras actividades
- Evaluaciones y verificaciones externas



Transparencia

Transparencia a la hora de compartir los progresos y desafíos

- Informe integrado
- Comunicaciones específicas
- Publicación de evaluaciones de terceros



Reparación

Acciones que tratan nuestros impactos adversos y maximizan nuestras oportunidades para impulsar un cambio positivo para las personas en toda nuestra cadena de valor a través de lo siguiente:

- Aplicación de planes de acción y programas específicos para abordar los problemas identificados
- Colaboración con las organizaciones de la sociedad civil, los gobiernos y el sector privado en iniciativas para lograr soluciones más sólidas e impactantes

Respeto de los derechos humanos (continuación)

Progreso en 2020

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

Leer más >

Aplicar nuestro compromiso en materia de derechos humanos

El compromiso con los derechos humanos de PMI, **Human Rights Commitment** (HRC) es la piedra angular de nuestra estrategia de derechos humanos y nos compromete a gestionar nuestro trabajo de acuerdo con los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos (UNGP). Nuestro HRC nos exige evitar, mitigar y remediar cualquier riesgo e impacto sobre los derechos humanos que pueda surgir en nuestras operaciones y cadena de valor.

La aplicación de nuestro HRC se centra en establecer los controles adecuados en todos nuestros procesos y prácticas. Las consideraciones sobre derechos

humanos están incluidas en nuestro código de conducta (nuestra guía para el éxito, **Guidebook for Success**) y en el conjunto de principios y prácticas (P&P, Principles and Practices) que lo acompañan, que se aplican a todos los empleados de PMI y reflejan nuestros valores fundamentales de una cultura de honestidad, respeto y equidad. Estas políticas rigen nuestras operaciones cotidianas y nos permiten aplicar y salvaguardar nuestro HRC. Nuestros P&P cubren áreas de riesgo como el medioambiente, la salud, la seguridad, la gestión de la cadena de suministro, el marketing y las ventas responsables, el lugar de trabajo y las prácticas laborales, la protección de la privacidad y la lucha contra el soborno.

A principios de 2021, PMI también publicó internamente un código de marketing actualizado para los productos de combustión de tabaco así como un nuevo código de marketing separado para las alternativas sin combustión que codifica y desarrolla los principios relacionados con la prevención del acceso de los jóvenes.

Una compleja cadena de suministro mundial conlleva posibles riesgos para los derechos humanos que debemos comprender, gestionar y abordar continuamente. Nuestro RSP y BPA guían nuestro trabajo para salvaguardar los derechos humanos en toda nuestra cadena de suministro.

Sensibilizar a los empleados

La incorporación de un espíritu de respeto de los derechos humanos en nuestra cultura empresarial comienza con la concienciación y la formación.

En noviembre del año pasado, lanzamos una formación electrónica renovada para que nuestros empleados comprendieran de forma práctica los riesgos en materia de derechos humanos y la expectativa de que el HRC de PMI estuviera integrado en todas nuestras operaciones y cadena de valor. Desarrollamos la formación en colaboración con una organización experta externa, y sus diversos módulos se ajustan a nuestros riesgos más destacados al abarcar el trabajo infantil, el trabajo forzado, la libertad de asociación y la gestión medioambiental. La formación online pretende explicar qué son los derechos humanos, cómo se relacionan tanto con PMI como con cada empleado, y el papel de los empleados para ayudar a salvaguardarlos.

Hemos puesto la formación online a disposición de todos los empleados y la hemos integrado en los marcos de aprendizaje existentes de determinadas funciones empresariales, como Operations y External Affairs. En algunos casos, se implantó como requisito obligatorio para los equipos prioritarios, como el de seguridad, Security. A finales de año, todos los empleados de seguridad habían completado la formación online.

“El respeto de los derechos humanos forma parte de nuestro enfoque de la seguridad en todo el mundo. Trabajamos para garantizar que nuestras prácticas empresariales reflejen los valores y principios adoptados por PMI y la comunidad internacional. La formación y la concienciación de nuestro propio equipo es una prioridad constante en este viaje, además de responsabilizar a nuestros principales socios proveedores de seguridad”.

Richard Gould, director de Security and Market Safety de PMI

También hemos seguido impartiendo formación sobre derechos humanos adaptada a los equipos regionales y de mercado de nuestra función de seguridad. Nos asociamos con la Asociación del Código de Conducta Internacional (ICoCA), una iniciativa de múltiples partes interesadas formada en 2013 para garantizar que los proveedores de servicios de seguridad privada respeten los derechos humanos y el derecho humanitario. La ICoCA impartió sesiones de formación centradas en los derechos humanos a todos los responsables regionales y nacionales de seguridad. Con esto, en 2020 cubrimos el 100% de nuestro personal de seguridad global (más de 160 empleados en total).



Empleado en la planta de fabricación de PMI en Guadalajara, México

Respeto de los derechos humanos (continuación)

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020


La pandemia mundial ha iluminado la "S" de ESG y ha vuelto a poner el foco en la agenda social. Millones de personas han perdido sus puestos de trabajo, la gente está preocupada por su salud y sus medios de vida, las cadenas de suministro se han visto interrumpidas y las prácticas laborales están cada vez más bajo escrutinio.

En PMI, nuestra mayor preocupación, desde el comienzo de la pandemia, ha sido la salud y la seguridad de nuestros empleados y de todas las personas que trabajan con nosotros. Hemos tomado medidas para facilitar el trabajo a distancia de los empleados y hemos apoyado activamente nuestra cadena de suministro mediante el abastecimiento de equipos de protección a los socios comerciales, así como el apoyo financiero para atender a nuestras comunidades y a las ONG que trabajan para ayudar a paliar los efectos de esta crisis.

A pesar de estas dificultades, pudimos continuar nuestro trabajo y avanzar en materia de sostenibilidad social, cumpliendo nuestros compromisos a todos los niveles.

Teniendo en cuenta las circunstancias extraordinarias provocadas por la pandemia de COVID-19, rediseñamos los procesos y adaptamos nuestros planes para seguir reforzando nuestro marco de diligencia debida en materia de derechos humanos con el fin de identificar y abordar nuestros impactos adversos y maximizar nuestras oportunidades para impulsar un cambio positivo. En Rusia, por ejemplo, realizamos una completa evaluación a distancia del impacto sobre los derechos humanos, en un formato totalmente virtual. También consideramos necesario revisar y actualizar nuestra evaluación global de riesgos en materia de derechos humanos (asignación de relevancia) para tener en cuenta el cambiante entorno externo, así como nuestra transformación empresarial interna y la evolución de la cadena de suministro.

Además, como nuestro trabajo de diligencia debida y mitigación de riesgos en nuestra cadena de suministro se vio afectado, trabajamos con los proveedores para rediseñar todas las actividades, desde la contratación hasta la formación y la supervisión, ajustadas a la ubicación, la fase de cultivo y las restricciones gubernamentales existentes.

 [Leer más: Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco](#)



Empleado en la planta de fabricación de PMI en Guadalajara, México

humanos están incluidas en nuestro código de conducta (nuestra guía para el éxito, [Guidebook for Success](#)) y en el conjunto de principios y prácticas (P&P, Principles and Practices) que lo acompañan, que se aplican a todos los empleados de PMI y reflejan nuestros valores fundamentales de una cultura de honestidad, respeto y equidad. Estas políticas rigen nuestras operaciones cotidianas y nos permiten aplicar y salvaguardar nuestro HRC. Nuestros P&P cubren áreas de riesgo como el medioambiente, la salud, la seguridad, la gestión de la cadena de suministro, el marketing y las ventas responsables, el lugar de trabajo y las prácticas laborales, la protección de la privacidad y la lucha contra el soborno.

A principios de 2021, PMI también publicó internamente un código de marketing actualizado para los productos de combustión de tabaco así como un nuevo código de marketing separado para las alternativas sin combustión que codifica y desarrolla los principios relacionados con la prevención del acceso de los jóvenes.

Una compleja cadena de suministro mundial conlleva posibles riesgos para los derechos humanos que debemos comprender, gestionar y abordar continuamente. Nuestro RSP y BPA guían nuestro trabajo para salvaguardar los derechos humanos en toda nuestra cadena de suministro.

Sensibilizar a los empleados

La incorporación de un espíritu de respeto de los derechos humanos en nuestra cultura empresarial comienza con la concienciación y la formación.

En noviembre del año pasado, lanzamos una formación electrónica renovada para que nuestros empleados comprendieran de forma práctica los riesgos en materia de derechos humanos y la expectativa de que el HRC de PMI estuviera integrado en todas nuestras operaciones y cadena de valor. Desarrollamos la formación en colaboración con una organización experta externa, y sus diversos módulos se ajustan a nuestros riesgos más destacados al abarcar el trabajo infantil, el trabajo forzado, la libertad de asociación y la gestión medioambiental. La formación online pretende explicar qué son los derechos humanos, cómo se relacionan tanto con PMI como con cada empleado, y el papel de los empleados para ayudar a salvaguardarlos.

Hemos puesto la formación online a disposición de todos los empleados y la hemos integrado en los marcos de aprendizaje existentes de determinadas funciones empresariales, como Operations y External Affairs. En algunos casos, se implantó como requisito obligatorio para los equipos prioritarios, como el de seguridad, Security. A finales de año, todos los empleados de seguridad habían completado la formación online.

“El respeto de los derechos humanos forma parte de nuestro enfoque de la seguridad en todo el mundo. Trabajamos para garantizar que nuestras prácticas empresariales reflejen los valores y principios adoptados por PMI y la comunidad internacional. La formación y la concienciación de nuestro propio equipo es una prioridad constante en este viaje, además de responsabilizar a nuestros principales socios proveedores de seguridad”.

Richard Gould, director de Security and Market Safety de PMI

También hemos seguido impartiendo formación sobre derechos humanos adaptada a los equipos regionales y de mercado de nuestra función de seguridad. Nos asociamos con la Asociación del Código de Conducta Internacional (ICoCA), una iniciativa de múltiples partes interesadas formada en 2013 para garantizar que los proveedores de servicios de seguridad privada respeten los derechos humanos y el derecho humanitario. La ICoCA impartió sesiones de formación centradas en los derechos humanos a todos los responsables regionales y nacionales de seguridad. Con esto, en 2020 cubrimos el 100% de nuestro personal de seguridad global (más de 160 empleados en total).

Respeto de los derechos humanos (continuación)

Los temas de derechos humanos también se tratan en otras formaciones de cumplimiento relacionadas con nuestra guía para el éxito, **Guidebook for Success**, y el conjunto de P&P que la acompañan, como nuestra política de empleo y nuestras políticas de salud, seguridad y medio ambiente. También son un componente clave de diversos programas de formación empresarial, como los destinados a dotar a los supervisores de las habilidades de gestión adecuadas o a sensibilizar a los equipos de captación de talento sobre la discriminación.

Con respecto a nuestra cadena de suministro de tabaco, revisamos los materiales de formación y los métodos de entrega de nuestro programa PTA en 2020. Comenzamos a renovar nuestros materiales y a desarrollar un marco de aprendizaje para los profesionales de PTA y los técnicos de campo de todo el mundo, con la orientación de nuestro socio estratégico Verité.

Identificar los riesgos y problemas relacionados con los derechos humanos

Nuestro proceso de diligencia debida está integrado en el enfoque de la gestión de riesgos en toda nuestra cadena de valor. Los riesgos relacionados con los derechos humanos se incorporan a nuestra evaluación global de riesgos integrada, a nuestro programa de cumplimiento, a nuestros procesos de diligencia debida y evaluación de proveedores, y a nuestro sistema de seguimiento y corrección de PTA desplegado en las explotaciones de tabaco contratadas por PMI y nuestros proveedores.

Además, realizamos periódicamente evaluaciones de riesgo en materia de derechos humanos para identificar y mitigar de forma proactiva los posibles impactos adversos sobre los derechos humanos en toda nuestra cadena de valor.

En 2020, actualizamos la evaluación global de riesgos en materia de derechos humanos (asignación de relevancia) para tener en cuenta el rápido ritmo de transformación empresarial y la evolución de nuestra cadena de suministro, así como las tendencias externas, como la pandemia de COVID-19 y las crecientes preocupaciones en torno a la diversidad, la equidad, la inclusión, la igualdad y la justicia racial. Estas actualizaciones se centraron en grupos clave de titulares de derechos que pueden verse afectados por nuestras actividades: Consumidores, empleados y contratistas, proveedores y trabajadores de la cadena de suministro, y comunidades. Nuestra revisión confirmó en líneas generales los riesgos más destacados de PMI (antes de su mitigación).

Los riesgos más relevantes son la reducción de productos que supongan un riesgo para la salud y, en los mercados donde se venden nuestros productos, los riesgos relacionados con el uso de nuestros productos por parte de los jóvenes. La revisión también puso de manifiesto los riesgos relacionados con la salud y la seguridad, las horas de trabajo y los salarios, y la diversidad, la igualdad y la inclusión en nuestras operaciones. Los riesgos del trabajo infantil, el trabajo forzado y la libertad de asociación se mencionaron como más relevantes para nuestra cadena de suministro. Los riesgos medioambientales derivados de nuestras actividades y de la huella de la cadena de suministro, así como los riesgos relacionados con los minerales de conflicto, se mencionaron como riesgos potenciales para las comunidades en las que operamos. El gráfico de la derecha muestra estos riesgos y remite a las secciones pertinentes de este informe que explican cómo mitiga PMI los riesgos identificados.

Asignaciones de la relevancia de los derechos humanos: Poner el foco en los titulares de derechos



Consumidor

Reducción del riesgo para la salud de productos dañinos

[Leer más aquí](#)

Marketing y comercialización responsables

[Leer más aquí](#)



Empleados y contratistas

Salud y seguridad en el trabajo

[Leer más aquí](#)

Horario de trabajo y salarios

[Leer más aquí](#)

Diversidad, equidad e inclusión

[Leer más aquí](#)



Proveedores y trabajadores de la cadena de suministro

Trabajo infantil

[Leer más aquí](#)

Trabajo forzado y esclavitud moderna

[Leer más aquí y aquí](#)

Libertad de asociación y negociación colectiva

[Leer más aquí](#)



Comunidades

Gestión medioambiental

[Leer más aquí](#)

Minerales de conflicto

[Leer más aquí](#)

Acceso a los mecanismos de reclamación

Respeto de los derechos humanos (continuación)

ESTUDIO DE CASO

Realizar una evaluación a distancia del impacto en los derechos humanos de Rusia

Debido a las extraordinarias circunstancias de la pandemia de COVID-19, decidimos realizar nuestra evaluación de Rusia en un formato totalmente virtual. Seleccionamos Rusia por nuestras importantes operaciones de fabricación y venta al por menor de IQOS en el país; la cultura corporativa y la experiencia digital; y el nivel esperado de riesgos sociales. Recogimos las lecciones aprendidas en Rusia para mejorar el compromiso virtual en el futuro, si fuera necesario.

Leer más online



Empleado en una planta de fabricación de PMI en San Petersburgo, Rusia

Evaluar el impacto de los derechos humanos

Para reforzar nuestro marco de diligencia debida e identificar de manera proactiva los riesgos y mitigar los posibles impactos adversos en nuestras operaciones y cadena de valor, nos proponemos realizar evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos (HRIA) en los 10 países de mayor riesgo en los que operamos para 2025. Nuestras HRIA son llevadas a cabo por organizaciones de expertos independientes. La lista de países de alto riesgo se determina —y se revisa periódicamente— en función de la huella de PMI (por ejemplo, la presencia de operaciones de fabricación y el tipo de cadena de suministro) y del perfil de riesgo de los derechos humanos del país, determinado por indicadores reconocidos internacionalmente como el Barómetro de Conflictos de Heidelberg, el Índice de Libertad del Mundo de Freedom House y el Informe sobre Trata de Personas de Estados Unidos y Transparencia Internacional.

Estas evaluaciones siguen un proceso formal y se realizan de acuerdo con los UNGP. Después de cada HRIA, la organización experta externa presenta sus conclusiones y sugiere formas de abordar los problemas identificados. El informe se comparte con el equipo de liderazgo del mercado correspondiente, que desarrolla un plan de acción con plazos definidos en colaboración con las funciones corporativas pertinentes. El plan de acción asigna responsabilidades para la aplicación y la medición de los progresos a nivel local. Los aprendizajes de una HRIA de un mercado individual se comparten globalmente, cuando es pertinente.

Nos centramos en el detalle y el alcance de cada evaluación y aprovechamos las enseñanzas de cada ejercicio para seguir reforzando nuestros procedimientos. Tras nuestro proyecto piloto en México en 2018 y el ejercicio de 2019 en Filipinas, realizamos las HRIA en Mozambique y en Rusia en 2020, con enfoques diferentes. Los resultados reflejan la variedad única de problemas de derechos humanos que surgen en el contexto de cualquier mercado individual.

Planes de acción: Supervisar la implementación

Hacemos un seguimiento de los planes de acción que se han desarrollado tras nuestras anteriores HRIA. El primer nivel de supervisión tiene lugar a nivel de mercado, donde los equipos interfuncionales son responsables de la aplicación de los planes de acción establecidos. Además de las comprobaciones locales, también se celebran sesiones semestrales de actualización de la situación con representantes de las funciones centrales pertinentes (principalmente de sostenibilidad, operaciones, personas y cultura, y asuntos jurídicos). Además se discuten los avances, así como los retrasos y los posibles retos. El éxito se mide en función de la aplicación de los planes de acción. Las acciones también pueden conducir a impactos positivos adicionales más allá de lo que se pretendía originalmente. Un ejemplo representativo es México donde, en dos años y como resultado de nuestra HRIA 2018, transformamos nuestro modelo de distribución, que pasó de depender exclusivamente de los conductores, a transportar mayoritariamente

nuestros productos en tren. Este cambio no solo ha conseguido resolver con éxito los problemas de seguridad y la cuestión asociada planteada por el exceso de horas extraordinarias, sino que también se espera que contribuya a obtener importantes beneficios financieros y medioambientales. Concretamente, se calcula que representa una reducción del 75% del gasto en seguridad y del 66% de las emisiones de carbono. Puede encontrar más información disponible sobre la evaluación piloto de 2018 en México en [PMI.com](https://www.pmi.com).

Tras nuestra HRIA en Filipinas en 2019, se han emprendido varias acciones para abordar las preocupaciones entre los equipos de ventas —especialmente de mujeres— sobre los riesgos para su seguridad personal, los horarios de trabajo, la falta de cumplimiento de los límites de edad legales en las pequeñas tiendas de barrio, los salarios de los contratistas de seguridad y conserjería y el uso de equipos de protección por parte de los tabaqueros y trabajadores. Lea más acerca del tema en [PMI.com](https://www.pmi.com).

ESTUDIO DE CASO

Evaluar el impacto de los derechos humanos en nuestra cadena de suministro de Mozambique



Una trabajadora agrícola en Mozambique

Mozambique es un importante mercado de abastecimiento de tabaco para nuestra empresa, y un país que se enfrenta a problemas sociales sistémicos. En 2020, colaboramos con una empresa homóloga y con nuestros proveedores comunes para realizar una evaluación del impacto en los derechos humanos, centrándonos en los impactos dentro de la cadena de suministro del tabaco.

Leer más online

Respeto de los derechos humanos (continuación)

Principales enseñanzas de nuestras HRIA

Todas las HRIA que hemos llevado a cabo hasta la fecha han resultado muy valiosas. La metodología estructurada proporciona una importante evaluación de cómo se aplican sobre el terreno nuestro compromiso con los derechos humanos, **Commitment to Human Rights**, y otros instrumentos de políticas. Las HRIA han sensibilizado a nuestra organización sobre los derechos humanos a nivel nacional y han desarrollado las competencias y habilidades de los empleados para identificar y abordar posibles problemas. Han arrojado luz sobre los desafíos locales y han desencadenado intervenciones de reparación específicas. Paralelamente, los aprendizajes locales nos han permitido mejorar nuestra comprensión global y adaptar en consecuencia nuestra gestión del impacto de los derechos humanos. Por ejemplo, informaron del contenido del aprendizaje electrónico que lanzamos a nivel mundial en 2020. Los resultados y aprendizajes de las HRIA se tuvieron también en cuenta en nuestra asignación global de la relevancia de los derechos humanos, que condujo al establecimiento

de los 11 riesgos más relevantes de PMI en materia de derechos humanos (descritos anteriormente).

Las consideraciones sobre derechos humanos están integradas en la toma de decisiones empresariales clave en PMI. Por ejemplo, los resultados de las evaluaciones del impacto sobre los derechos humanos en México y Filipinas fueron fundamentales para decidir consolidar los proveedores de servicios de seguridad y desarrollar expectativas estándar en materia de derechos humanos para estos proveedores, en colaboración con la ICoCA.

Reconocemos que no podemos analizar de inmediato la complejidad de las cuestiones de derechos humanos en cada rincón donde operamos, pero utilizamos nuestro aprendizaje para profundizar continuamente en nuestra comprensión y reforzar nuestros procesos. El camino para convertir los riesgos inherentes en riesgos gestionados está en marcha, y nos sentimos alentados por los progresos realizados hasta ahora, por ejemplo, en la adaptación de las horas de trabajo a las normas de la OIT, en la provisión de salarios superiores a la media y en el mantenimiento de nuestra sólida cultura de cumplimiento y denuncia.



Empleada en una oficina de PMI en Roma, Italia

“En la Asociación del Código de Conducta Internacional (ICoCA) valoramos el papel de liderazgo que PMI está tomando para institucionalizar la diligencia debida en materia de derechos humanos en toda su cadena de suministro de seguridad privada. Al asociarse con ICoCA y exigir a sus proveedores de seguridad privada que sean miembros o afiliados de la Asociación, PMI está allanando el camino para que otros lo sigan, mostrando cómo son buenas para el negocio las prácticas responsables de contratación de seguridad privada que respetan los derechos humanos porque son buenas para las comunidades en las que operan”.

Jamie Williamson, director ejecutivo de ICoCA

Evaluación del impacto en países de riesgo medio y bajo

Para reforzar nuestro marco de diligencia debida, trabajamos con nuestro consultor Article One en 2020 para desarrollar un proceso de “autoservicio” de la HRIA y un conjunto de herramientas que permitirán a nuestras afiliadas de países de riesgo medio y bajo identificar y abordar los riesgos de derechos humanos más destacados en sus mercados. El conjunto de herramientas estará a disposición de estas afiliadas y contará con un conjunto de herramientas de autoservicio, instrucciones integradas y recursos adicionales que permitirán a los expertos locales realizar una HRIA para su mercado con la revisión y el apoyo de expertos externos.

En concreto, el conjunto de herramientas de la HRIA incluirá lo siguiente:

- Una herramienta de asignación de derechos humanos para identificar y priorizar los riesgos.
- Una herramienta de análisis de deficiencias para evaluar las medidas de mitigación existentes.
- Una herramienta de asignación y priorización de las partes interesadas.
- Ejemplos de plantillas de entrevistas para la participación interna y externa.
- Posibles fuentes de investigación desktop adicional.
- Plantillas de informes de evaluación.
- Instrucciones integradas para cada herramienta y paso del proceso.

El conjunto de herramientas se ajusta a los Principios Rectores de las Naciones Unidas y a otras normas internacionales de derechos humanos, como los convenios pertinentes de la OIT. Tenemos previsto ponerlo a prueba en tres países en 2021, incorporar y abordar las ideas y los comentarios de los mercados piloto, y desplegarlo a nivel mundial en 2022. Paralelamente, crearemos las pautas de gobierno pertinentes para garantizar el apoyo y la consolidación adecuada de los resultados de los países.

Respeto de los derechos humanos (continuación)

Mecanismos de reclamación

Proporcionar acceso a mecanismos de queja efectivos en nuestras operaciones y en toda nuestra cadena de suministro es un requisito clave de los UNGP y un elemento central de nuestro enfoque de diligencia debida.

Internamente, mantenemos políticas claras, impartimos formación periódica y trabajamos para garantizar la existencia de procesos sólidos que animen a los empleados a pronunciarse si las cosas no parecen estar bien o pueden mejorarse.

i [Leer más: Integridad empresarial](#)

Lo mismo se aplica a nuestra cadena de suministro, donde creemos que todos deben tener voz y poder buscar ayuda. En nuestro RSP, pedimos específicamente a los proveedores que proporcionen a sus trabajadores medios fácilmente accesibles para plantear sus preocupaciones, sin riesgo de represalias.



Un técnico de campo y un agricultor de tabaco en Pakistán

i [Leer más: Gestión sostenible de la cadena de suministro](#)

En nuestra cadena de suministro de tabaco, nuestro código PTA establece que "los trabajadores deben tener acceso a un mecanismo de quejas justo, transparente y anónimo". En algunos países en los que nos abastecemos de tabaco existen mecanismos de este tipo, y también se pueden plantear inquietudes a los técnicos de campo en cualquier momento.

i [Leer más: Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco](#)

Siguientes pasos

El despliegue de nuestra herramienta de diagnóstico clave —la HRIA— continuará en 2021. En función de las restricciones debidas a la COVID-19, estamos evaluando nuestras opciones y las reevaluaremos. Tenemos previsto llevar a cabo al menos una HRIA en un país determinado de alto riesgo, que debería proporcionar un análisis exhaustivo y un plan de acción sólido.

Aprovecharemos las enseñanzas de nuestra evaluación virtual realizada en Rusia en 2020 para reproducir potencialmente el formato si las condiciones así lo requieren.

Tenemos previsto poner a prueba nuestro conjunto de herramientas de autoevaluación de la HRIA en tres zonas geográficas de riesgo medio o bajo en 2021 y recopilar información para seguir informando sobre nuestras herramientas y procesos antes de su implantación mundial en 2022.

Nuestra guía de derechos humanos, **Human Rights Roadmap**, nos ayudó a establecer bases sólidas y un enfoque más estructurado en nuestro trabajo relacionado con los derechos humanos. La madurez adquirida hasta ahora nos ha ayudado a establecer objetivos ambiciosos en todas las funciones que deben cumplirse antes de 2025. Aunque la atención se centrará en la consecución de estos objetivos, seguiremos escuchando a nuestras partes interesadas, aprendiendo de nuestros mecanismos de control actuales, reforzando nuestros procesos de diligencia debida y corrección, y manteniéndonos al día de las novedades externas e internas.

En este sentido, actualmente estamos llevando a cabo una asignación de los derechos humanos en nuestra cadena de suministro de productos electrónicos para identificar posibles riesgos y abordarlos de manera proactiva. Compartiremos los resultados y las acciones en nuestro próximo informe integrado.

Además de esta evaluación específica, reconocemos que la crisis climática amenaza los medios de vida, en particular de las personas más vulnerables de todo el mundo. Al reconocer la importancia de identificar sinergias e integrar los esfuerzos para mitigar el cambio climático y los impactos de los derechos humanos en todas nuestras actividades empresariales, decidimos explorar cómo se relacionan la crisis climática y los derechos humanos, y el papel que puede desempeñar una empresa para abordar los desafíos interconectados que presentan. Este año publicaremos un libro blanco para analizar este tema.

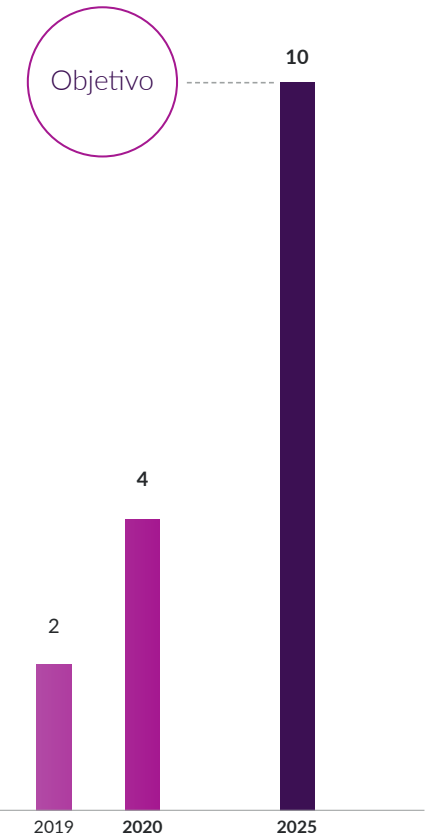
También seguiremos concienciando sobre el tema de los derechos humanos y continuaremos desplegando nuestro aprendizaje electrónico en toda nuestra organización.

Además, durante 2021, continuaremos revisando y buscando oportunidades para seguir reforzando los mecanismos de reclamación que existen en nuestras operaciones y cadena de valor.

Puntos destacados del rendimiento de 2020

[Ver cifras de rendimiento](#) >

Número acumulado de nuestras evaluaciones del impacto sobre los derechos humanos realizadas



NIVEL 2

I+D responsable y transparente

Para PMI, la I+D responsable significa garantizar la credibilidad, la integridad y la solidez de nuestra investigación científica mediante el cumplimiento de las normas internacionales, así como la transparencia de nuestros métodos y resultados.


[Leer más online](#)


Protección y privacidad de los datos

En los últimos años, ha aumentado la concienciación pública sobre los problemas de privacidad y un mayor escrutinio por parte de las partes interesadas sobre el modo en que las empresas tratan la privacidad de los datos. Hemos desarrollado, y seguimos manteniendo, programas diseñados para proteger la privacidad de los datos de nuestra empresa y de las partes interesadas contra ataques y usos indebidos.


[Leer más online](#)


Integridad empresarial

Para PMI, realizar negocios con integridad significa cumplir con la ley, nuestra guía para el éxito, **Guidebook for Success**, (el código de conducta de PMI) y con otros compromisos de la empresa. Nuestra guía para el éxito define las normas que seguimos y describe los valores que constituyen la base del buen juicio ético.

[Leer más online](#)


Prácticas fiscales justas

PMI aspira a ser un buen ciudadano corporativo en todos los países en los que opera. Pagar los impuestos correspondientes a nuestras actividades en cada país no solo es nuestro deber, sino que es lo más responsable y una parte fundamental de nuestro contrato social en todos los países en los que operamos.

[Leer más online](#)


Prevención del comercio ilegal de tabaco

Eliminar el comercio ilegal de tabaco es una prioridad desde hace tiempo para PMI. Para hacer frente a este problema hay que aplicar medidas estrictas de control de la cadena de suministro y, siempre que sea posible, cooperar con los organismos encargados de la aplicación de la ley y otros socios de los sectores público y privado para prevenir y reducir el comercio ilegal de productos de PMI, incluidos los productos de combustión de tabaco, así como los consumibles y dispositivos sin humo.


[Leer más online](#)


Prácticas de compromiso responsable

Para PMI, una defensa responsable consiste en llevar a cabo las actividades de forma que se respete la ley, se observen las normas profesionales y los principios éticos, y que sea coherente con la visión y las políticas internas de la empresa. Esto significa actuar de forma justa, honesta y respetuosa cuando defendemos nuestra posición ante las partes interesadas externas.


[Leer más online](#)




Empleado en un centro de investigación de plantas de PMI en Suiza

TRABAJAMOS PARA

Cuidar de las personas con las que trabajamos

La continua mejora de nuestro impacto social dentro y más allá de nuestras operaciones es esencial para el éxito a largo plazo de PMI.

Promover un entorno de trabajo seguro y saludable es vital. En nuestras fábricas, oficinas, laboratorios, puntos de venta y para nuestros equipos de ventas sobre el terreno, aspiramos a tener un entorno de trabajo seguro, con una plantilla sana y motivada.

Nuestros esfuerzos se extienden a las normas laborales que esperamos de nuestros proveedores y agricultores. En nuestra cadena de suministro de tabaco, tenemos como objetivo proporcionar un sustento a todos los agricultores contratados, promover condiciones de trabajo seguras y evitar el trabajo infantil y otros abusos laborales.

En esta sección

NIVEL 1	Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco	p.78
	Salud, seguridad y bienestar en el trabajo	p.91

Más información

- NIVEL 2** [Condiciones de trabajo justas](#)
- [Apoyo de la comunidad](#)
- [Entorno de trabajo diverso e inclusivo](#)
- [Captación, retención y contratación de talentos](#)

NIVEL 1

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco

El tabaco que obtenemos se cultiva en muchas regiones del mundo, incluidos los países de ingresos bajos y medios, donde suele cultivarse en pequeñas explotaciones de menos de dos hectáreas. El bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco depende de muchos factores, como el desarrollo socioeconómico del país, los servicios sanitarios y educativos, la estabilidad política, la resistencia a las perturbaciones climáticas, el acceso a los mercados y las infraestructuras públicas, así como los marcos normativos y su aplicación. Si estos factores no están suficientemente desarrollados, la población corre el riesgo de quedar atrapada en un ciclo de pobreza sistémica que, en consecuencia, conduce a malas condiciones de trabajo y de vida, incluido el uso del trabajo infantil.

[Leer más >](#)


Una trabajadora agrícola ensartando hojas de tabaco en Nayarit, México

Hacer lo correcto

El trabajo infantil y otros abusos laborales son inaceptables para PMI. Plantean cuestiones éticas, sociales y jurídicas, incluidas las posibles infracciones de los derechos humanos, así como el riesgo para la reputación. Como empresa mundial que se abastece de tabaco en 23 países, tenemos un papel que desempeñar en la resolución de asuntos sistémicos como la pobreza y otros problemas sociales como el trabajo infantil, el trabajo forzado y la trata de personas que se derivan de ella.

La pobreza impide que las comunidades agrícolas alcancen niveles aceptables de bienestar socioeconómico y obstaculiza su desarrollo económico. Esto da lugar a abusos laborales y agrava el riesgo de trabajo infantil en las explotaciones tabacaleras, ya que los agricultores pueden ser incapaces de contratar trabajadores o de costear los gastos de escolarización de sus hijos, lo que hace que estos se queden en casa para trabajar en la explotación. Se calcula que el trabajo infantil afecta a unos 150 millones de niños en todo el mundo,¹ y la gran mayoría se encuentra en la agricultura. Esto impide que los niños reciban una educación adecuada, participen en el desarrollo de sus comunidades y liberen su potencial.

El desarrollo de la agricultura puede estimular el progreso económico fuera del sector agrícola y contribuir a aliviar la pobreza, con lo que se evitan los problemas de derechos humanos y se contribuye a una mayor creación de empleo y crecimiento. El aumento de la productividad de la agricultura incrementa los ingresos agrícolas, aumenta el suministro de alimentos, reduce los precios de los mismos y proporciona mayores oportunidades de empleo tanto en las zonas rurales como en las urbanas.

El caso empresarial

Nuestro negocio puede tener un importante impacto socioeconómico en las personas, lo que constituye un importante factor de éxito, especialmente a largo plazo. Al crear puestos de trabajo, formar a los trabajadores, construir infraestructuras físicas, adquirir materias primas, transferir tecnología, pagar impuestos y ampliar el acceso a productos y servicios que van desde la alimentación y la sanidad hasta la energía y la tecnología de la información, nuestra empresa afecta a los bienes, las capacidades, las oportunidades y el nivel de vida de las personas: su crecimiento y bienestar son importantes para la cuenta de resultados. Si se hace bien, la agricultura puede contribuir a la reducción de la pobreza más allá de un efecto directo sobre los ingresos de los agricultores. Hemos comprobado que los agricultores que se ganan la vida decentemente con el cultivo de tabaco entre otros cultivos u otras actividades generadoras de ingresos son más propensos a pensar a largo plazo, aplicar buenas prácticas agrícolas y enviar a sus hijos a la escuela. Estos son los agricultores con los que PMI prefiere trabajar, porque garantizan la continuidad de un suministro de tabaco de alta calidad a un coste razonable. Una base de agricultores de éxito también ayuda a prevenir el trabajo infantil y otros abusos laborales, lo que minimiza el riesgo de prohibiciones de importación y el de reputación. Mediante la aplicación de iniciativas específicas y el desarrollo de sólidas relaciones de trabajo con los agricultores, los proveedores, la sociedad civil, los gobiernos, la industria y otras partes interesadas, PMI puede crear beneficios netos para las economías y las sociedades en las que operamos, y mitigar los riesgos operativos y de reputación.

¹ International Labour Office—Global Estimates of Child Labour, Results and trends 2012-2016 (wcms_575499.pdf (ilo.org))

Nuestros objetivos

100%

Porcentaje de agricultores contratados que suministran tabaco a PMI y que obtienen ingresos dignos en 2025

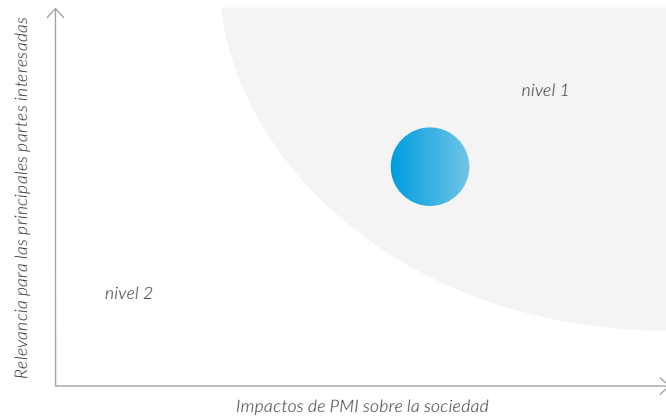
Cero

Trabajo infantil en nuestra cadena de suministro de tabaco en 2025

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco



Relevancia del tema: Materialidad



Principales partes interesadas



Megatendencias



Descripción del tema

Para PMI, salvaguardar el bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco significa mejorar su capacidad para alcanzar un nivel de vida decente, un factor clave para eliminar el trabajo infantil y proporcionar condiciones de trabajo seguras y justas en las explotaciones de tabaco. Nuestra estrategia pretende garantizar que los agricultores contratados consigan unos ingresos dignos, ya que la insuficiencia de ingresos suele ser la causa principal del trabajo infantil y de otros problemas sociales y medioambientales.

Impacto en nuestra cadena de valor

- Flujo ascendente

- Operaciones de PMI

- Flujo descendente

Contribución a los ODS



Conectividad con nuestros otros temas de sostenibilidad del nivel 1



Fuerza de la interacción: → Baja ⇒ Media ⇨ Alta
 Naturaleza de la interacción: ■ Habilitar o reforzar ■ Limitar o requerir compensaciones

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Conseguir nuestros objetivos

Uno de los principales objetivos de PMI es proporcionar un sustento digno a todos los agricultores contratados en su cadena de suministro de tabaco. Este ha sido un aspecto central desde que introdujimos nuestro programa de Prácticas de Trabajo Agrícolas (PTA) en 2011, complementado por el cambio **Step Change de PTA** en 2018.

Estamos comprometidos con el siguiente conjunto de objetivos para mejorar el bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco:

- El 100% de los trabajadores agrícolas del tabaco deben recibir al menos el salario mínimo legal para 2022.
- El 100% de los agricultores contratados que suministran tabaco a PMI deben obtener ingresos de vida para 2025.
- Cero trabajo infantil en nuestra cadena de suministro de tabaco para 2025.
- El 100% de los agricultores contratados que suministran tabaco a PMI deben tener acceso al agua para 2025.
- El 100% de los agricultores contratados que suministran tabaco a PMI deben tener acceso a servicios sanitarios y de higiene para 2030.

También nos hemos comprometido a conseguir lo siguiente para finales de 2020:

- El 100% de los trabajadores agrícolas del tabaco deben disponer de un alojamiento seguro y adecuado.
- El 100% de los agricultores y trabajadores deben tener acceso a equipos de protección individual (EPI) para la aplicación de los agentes de protección de cultivos (CPA) y la prevención de la enfermedad del tabaco verde (GTS).

Nuestro **código PTA**, basado en los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y acorde con los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos, establece los principios y las normas cuantificables aplicables a todos los agricultores contratados de los que nos abastecemos de tabaco: No al trabajo infantil, obtener ingresos y horas de trabajo justos, no al trabajo forzado ni a la trata de personas, tener un entorno laboral seguro, un trato justo, libertad de asociación y condiciones de empleo. Nuestros equipos de agricultura sostenible, proveedores, agricultores contratados y trabajadores reciben regularmente formación sobre el código PTA. El programa PTA está respaldado por políticas relacionadas, como nuestras buenas prácticas agrícolas, **Good Agricultural Practices**, el compromiso con los derechos humanos, **Human Rights Commitment** (HRC), y los principios de abastecimiento responsable, **Responsible Sourcing Principles** (RSP).

Disponemos de un sólido marco de diligencia debida para evaluar la aplicación de nuestro código PTA; esto es posible gracias a la trazabilidad en las explotaciones que ofrece nuestro sistema de producción integrado.

 [Leer más: Gestión sostenible de la cadena de suministro](#)

Nuestro enfoque comprende la supervisión interna por parte de los técnicos de campo, las evaluaciones externas exhaustivas y específicas realizadas por Control Union, y la verificación externa por parte de terceros especializados.



Un agricultor de tabaco en Nayarit, México

Supervisar la implementación del PTA

Supervisión interna

Los técnicos de campo recogen y actualizan los datos del perfil de cada explotación al comienzo de cada temporada de cultivo y visitan las explotaciones a lo largo de la misma para evaluar, entre otras tareas, la adecuación de las prácticas laborales a los principios del **código PTA**. Los técnicos de campo plantean "acciones rápidas" para señalar y desencadenar una respuesta inmediata a cualquier infracción grave del PTA. Asimismo, colaboran con el agricultor en la elaboración de un plan de corrección de estas y otras no-conformidades detectadas, al que dan seguimiento y controlan. Si el asunto no se resuelve en el plazo acordado, se intensifica y puede dar lugar a sanciones, que pueden incluir la rescisión del contrato.

En 2020, reforzamos nuestro enfoque basado en el riesgo en nuestra supervisión explotación por explotación con el fin de reforzar los procedimientos y técnicas de supervisión para identificar mejor los riesgos y abordarlos antes de convertirse en problemas. Las "no-conformidades" se identifican a través de entrevistas con múltiples partes interesadas o de observaciones y se plantean a los agricultores. Sus informes nos ayudan a señalar los riesgos y a tomar medidas proactivas para mitigarlos.

Evaluaciones externas

Control Union (CU) lleva a cabo evaluaciones para valorar el sistema de gestión establecido para la aplicación del PTA, mediante la revisión de los protocolos y procedimientos de acción inmediata para identificar, registrar y abordar los problemas, al tiempo que examina la capacidad interna para aplicar el programa PTA. CU también evalúa las prácticas laborales en las explotaciones agrícolas y el cumplimiento de las normas cuantificables del PTA. Los informes de CU están disponibles en **PMI.com**. En el marco de nuestro enfoque **Step Change**, también estamos llevando a cabo estimaciones específicas centradas en valorar los sistemas de gestión implantados relacionados con las áreas prioritarias del Step Change, además de la evaluación a nivel de explotación.

Verificación externa

Terceras partes especializadas verifican nuestro conocimiento de los progresos realizados sobre el terreno, cuestionan nuestros datos de seguimiento, evalúan la eficacia de nuestras iniciativas y, en definitiva, valoran mejor nuestro impacto. Trabajamos con socios locales expertos en cada lugar geográfico.

[Leer más >](#)

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Conseguir nuestros objetivos

Uno de los principales objetivos de PMI es proporcionar un sustento digno a todos los agricultores contratados en su cadena de suministro de tabaco. Este ha sido un aspecto central desde que introdujimos nuestro programa de Prácticas de Trabajo Agrícolas (PTA) en 2011, complementado por el cambio **Step Change de PTA** en 2018.

Estamos comprometidos con el siguiente conjunto de objetivos para mejorar el bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco:

- El 100% de los trabajadores agrícolas del tabaco deben recibir al menos el salario mínimo legal para 2022.
- El 100% de los agricultores contratados que suministran tabaco a PMI deben obtener ingresos de vida para 2025.
- Cero trabajo infantil en nuestra cadena de suministro de tabaco para 2025.
- El 100% de los agricultores contratados que suministran tabaco a PMI deben tener acceso al agua para 2025.
- El 100% de los agricultores contratados que suministran tabaco a PMI deben tener acceso a servicios sanitarios y de higiene para 2030.

También nos hemos comprometido a conseguir lo siguiente para finales de 2020:

- El 100% de los trabajadores agrícolas del tabaco deben disponer de un alojamiento seguro y adecuado.
- El 100% de los agricultores y trabajadores deben tener acceso a equipos de protección individual (EPI) para la aplicación de los agentes de protección de cultivos (CPA) y la prevención de la enfermedad del tabaco verde (GTS).



Un agricultor de tabaco en Nayarit, México

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Utilizamos un enfoque basado en el riesgo para identificar, prevenir y mitigar los incidentes relacionados con los derechos humanos y los derechos laborales en nuestra cadena de suministro de tabaco. Para este cometido, colaboramos con las principales partes interesadas —como proveedores, agricultores y asociaciones de agricultores, organizaciones de la sociedad civil, académicos, gobiernos y el sector privado— para abordar con mayor eficacia los problemas persistentes y sistémicos del sector agrícola.

En 2018, iniciamos el enfoque **Step Change** para nuestro programa PTA, centrado en las siguientes cuatro áreas prioritarias: Eliminar el trabajo infantil, garantizar el pago de al menos un salario mínimo legal o de las normas

de referencia agrícolas, asegurar la disponibilidad y el uso adecuado de los EPI y garantizar un alojamiento adecuado para todos los trabajadores agrícolas. Step Change se centra en resolver las causas profundas de estos problemas persistentes en los países prioritarios —que evaluamos periódicamente— y se lleva a cabo en colaboración con nuestro socio estratégico a largo plazo en el programa PTA, Verité. En 2020, el programa se centró en Argentina, India, Indonesia, Malawi, México, Mozambique, Pakistán y Turquía debido a la naturaleza persistente de los problemas en esos países. India se añadió en 2020 a la lista de mercados prioritarios debido a la complejidad de los retos relacionados con la desigualdad de género y el pago de salarios mínimos.

También en 2020, Sudáfrica fue eliminada después de que se validara externamente que el trabajo intensivo para abordar los problemas identificados en ese país —en particular el alojamiento proporcionado a los trabajadores agrícolas— había sido un éxito. Un componente clave del enfoque de Step Change ha sido mejorar las evaluaciones externas y la verificación para apoyar nuestro progreso hacia el cumplimiento de nuestros ambiciosos objetivos.

Nuestros acuerdos de gobierno guían y facilitan este trabajo. El vicepresidente senior de Operations de PMI, miembro de la dirección de nuestra empresa, es responsable de nuestro éxito en este ámbito, mientras que la responsabilidad operativa recae en el jefe de nuestro departamento de Leaf. En cada región de abastecimiento, un equipo de gestión supervisa la aplicación del PTA. Un comité directivo trabaja en estrecha colaboración con los equipos locales especializados de nuestras afiliadas y proveedores.

Compromiso con las partes interesadas

La pobreza y la inadecuada aplicación de la legislación laboral son algunas de las causas del trabajo infantil en la agricultura. Las partes interesadas del sector agrícola pueden desempeñar un papel importante para acabar con esta situación. A propósito de esto, somos conscientes de que las asociaciones y la participación de las distintas partes interesadas son primordiales para avanzar en nuestros objetivos: durante 2020, participamos en varios eventos, como seminarios y conferencias sobre el tema. Por ejemplo, participamos en el Foro de Paisajes y Materias Primas Sostenibles, organizado por el Foro de Innovación y patrocinado por la Global Agribusiness Alliance, en el que se debatió cómo impulsa la industria agraria el desarrollo social y económico rural. También participamos en el panel sobre la hoja y la sostenibilidad durante el Foro Mundial del Tabaco y la Nicotina virtual.

Además, los esfuerzos continuos de PMI por eliminar el trabajo infantil en todas las explotaciones que nos suministran tabaco han sido reconocidos por el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD). La organización ha incluido a PMI como estudio de caso de “líder del sector” en su nuevo **conjunto de herramientas** sobre el avance de las políticas y la práctica de los derechos humanos en el sector agroindustrial.

“Desde el inicio de Step Change, hemos consolidado el enfoque e identificado los activadores críticos para abordar las causas fundamentales de los problemas sociales en nuestra cadena de suministro de tabaco. **Mejorar el sustento de nuestros agricultores de tabaco contratados es fundamental para evitar los abusos laborales. En consecuencia, desplegamos iniciativas para mejorar los niveles de ingresos de nuestros agricultores contratados, apoyamos a las mujeres para que asuman un papel activo en sus hogares y comunidades, y garantizamos el acceso al agua potable, el saneamiento y la higiene**”.

Pedro Braga, vicepresidente de Leaf de PMI



Una trabajadora agrícola clasifica hojas de tabaco secas en Salta, Argentina

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Desde 2016, también participamos en el Programa de Tabaco Sostenible de toda la industria.

[Leer más: Gestión sostenible de la cadena de suministro](#)

En 2019, decidimos consolidar una serie de iniciativas, desarrolladas a través de las BPA, el ALP y el STP de toda la industria para apoyar a los agricultores contratados a mejorar su sustento y, por lo tanto, los modos de vida de sus hogares. A medida que sigamos ampliando y haciendo crecer nuestro programa de ingresos dignos, Living Income, nuestra estrategia seguirá centrándose en poner en marcha iniciativas más específicas, integradas y localizadas que respondan mejor a las necesidades de nuestra cadena de suministro de tabaco.

PMI ha sido miembro del Consejo de la fundación ECLT, una asociación de múltiples partes interesadas que trabaja para encontrar soluciones de colaboración para abordar las causas fundamentales de los problemas de trabajo infantil en el cultivo de tabaco. Tras 20 años de fructífera colaboración, en 2020 decidimos poner fin a nuestra pertenencia al Consejo de la fundación ECLT, a partir de 2022. Esta decisión no fue en absoluto fácil, pero el estado y la madurez de nuestros programas nos invitaron a reflexionar sobre formas más impactantes de seguir avanzando. A este respecto, destinaremos nuestros recursos y esfuerzos a seguir aplicando nuestro programa de ingresos dignos que consideramos un elemento clave para hacer frente a los abusos laborales y, en particular, al trabajo infantil.

“Nos gustaría dar las gracias a la fundación ECLT, a su Consejo de Administración y a todos los miembros de la Secretaría de la ECLT por una colaboración tan exitosa y gratificante durante dos décadas. Esperamos y deseamos seguir apoyando la misión de la fundación a nivel local en sus continuos esfuerzos por eliminar el trabajo infantil de las cadenas de suministro del cultivo de tabaco”.

Mauro Gonzalez
Director de Sustainable Agriculture de PMI

“Estamos orgullosos de la madurez y sofisticación del programa PTA de PMI. Para compartir nuestro aprendizaje y solicitar recomendaciones de mejora, publicamos en nuestro sitio web de actualizaciones trimestrales del progreso de PTA, con detalles de nuestras experiencias a lo largo del año”.

Massimo Andolina
Vicepresidente senior de Operations de PMI

Una disminución gradual de la demanda de tabaco

Una de las características que definen la sostenibilidad es que ofrece la oportunidad de considerar explícitamente las compensaciones inherentes a los complejos procesos de toma de decisiones. Como a menudo nos referimos a nuestra estrategia de transformación y sostenibilidad de forma indistinta, las compensaciones a este respecto se hacen más evidentes a medida que avanza nuestra transformación del negocio. Sabemos que con el crecimiento de nuestro negocio de productos sin humo se produce un descenso simultáneo de nuestro negocio de cigarrillos, lo que se traduce en una disminución gradual de la demanda de hoja de tabaco.

Esto significa, en algunos mercados, que estamos reduciendo el volumen de tabaco que compramos, o estamos paralizando nuestras actividades de abastecimiento por completo. Este cambio tiene una repercusión innegable en nuestros agricultores contratados, especialmente en aquellos cuya principal fuente de ingresos procedía tradicionalmente del cultivo del tabaco.

Nos comprometemos a afrontar y, en la medida de lo posible, minimizar los efectos negativos de estas compensaciones. Para ello, realizamos una evaluación específica de las realidades y contingencias únicas que definen a cada país o región en la que nos abastecemos de tabaco, y nos basamos en la comprensión del ecosistema local para adaptar y

aplicar soluciones sostenibles que puedan ayudar a los agricultores en la transición hacia medios de sustento alternativos y sostenibles donde sea necesario.

En algunos casos, los agricultores no dependen principalmente de la de la producción de tabaco para subsistir o tienen los medios necesarios para cambiar con facilidad a otros cultivos, o puede que sigan cultivando tabaco ya que los proveedores continuarán comprando sus cosechas para satisfacer las necesidades de otros clientes. En otros puntos geográficos proporcionamos apoyo adicional para ayudar a mitigar el impacto negativo de la reducción de nuestras compras.

Por ejemplo, a partir de 2021 dejaremos de comprar tabaco en Colombia. El impacto de tal decisión se evaluó con mucha antelación y, desde 2018, hemos estado desarrollando y desplegando un plan correspondiente para ayudar a los agricultores a tender un puente hacia modelos económicos viables. Más concretamente, en 2018 y 2019, financiamos iniciativas de diversificación que proporcionaron a los agricultores paquetes de semillas de maíz y asesoramiento sobre la producción de cultivos hortícolas en huertos domésticos, plantaciones de plátanos, producción avícola y tanques de agua para la producción de peces. Además, en 2019 pusimos en marcha otras dos iniciativas, consistentes en el apoyo financiero así como en el desarrollo de

capacidades para los agricultores. En este último caso, nos asociamos con la ONG local Proterritorio, que organizó 50 talleres en las distintas comunidades agrícolas. Participaron alrededor de 1.370 agricultores (es decir, todos los que contratamos en el país para abastecernos de tabaco ese año) y recibieron sesiones de formación técnica y educación financiera para ayudarles a diseñar proyectos de producción agrícola.

En términos más generales, en los últimos años hemos introducido, junto con nuestros proveedores, una serie de iniciativas destinadas a ayudar a nuestros agricultores contratados a obtener unos ingresos dignos para 2025. En el ámbito de este programa, apoyamos a los cultivadores de tabaco para que eliminen las carencias agrícolas. También promovemos prácticas —como la mecanización y las tecnologías de riego— que no solo les permiten mejorar la productividad del cultivo del tabaco, sino que también les ayudan a diversificar su producción hacia otros cultivos. En los próximos años, esperamos que estos esfuerzos desempeñen un papel importante para minimizar las posibles repercusiones económicas negativas que nuestra transformación, y la consiguiente reducción de la demanda de tabaco, puedan tener en nuestros actuales agricultores contratados.

“Gracias a nuestra asociación con Coltabaco, completamos un proyecto destinado a desarrollar y aumentar las capacidades comerciales y de producto con 1.380 familias de agricultores, que se dedicaban plenamente al cultivo del tabaco. A través de estas formaciones, identificamos 10 cultivos alternativos sostenibles que permitirían a los beneficiarios de la formación contar con una base sólida de ingresos y, al mismo tiempo, continuar su desarrollo para aumentar tanto su productividad como su capacidad de competir en el sector agroindustrial. Gracias a este proyecto, así como a nuestra asociación con otras instituciones, estos agricultores podrán seguir desarrollándose para pasar a fuentes de sustento alternativas”.

Fundación Proterritorio

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Progreso en 2020

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

Leer más >

Contribuir a aliviar la pobreza

PMI se compromete a mejorar el sustento de los agricultores contratados que suministran tabaco a la empresa y, en consecuencia, de las comunidades en las que viven. Consideramos que es una forma fundamental de tratar la desigualdad social, así como otros problemas en nuestra cadena de suministro.

Evaluar los niveles de ingresos en nuestros mercados de abastecimiento de tabaco

Para poder alcanzar nuestro ambicioso objetivo de que el 100% de los agricultores contratados que suministran tabaco a PMI obtengan unos ingresos dignos en 2025, comenzamos realizando nuestro

propio análisis para ayudarnos a identificar aquellos mercados en los que existe una diferencia entre los niveles de ingresos actuales de los agricultores y el punto de referencia de los ingresos dignos. Nuestra prioridad es enfocar nuestros esfuerzos en los mercados con mayores carencias.

Para validar el resultado inicial de nuestro análisis interno, nos pusimos en contacto con varias organizaciones con experiencia en el campo del cálculo del ingreso digno, como la Global Living Wage Coalition y la Living Income Community of Practice. Como resultado de este compromiso, decidimos adoptar la metodología de Anker, ampliamente reconocida para estimar los puntos de referencia del ingreso digno en todo el mundo.

Además, en 2020 iniciamos nuestra colaboración con Social Accountability International y la red de investigación Living Income Anker para llevar a cabo estudios sobre el ingreso digno, que comprenden tanto puntos de referencia del ingreso digno como valores de referencia.¹

A lo largo del año, realizamos dos estudios de referencia sobre los ingresos dignos en Malawi y Pakistán. Debido a la pandemia de COVID-19, solo pudimos obtener resultados parciales (es decir, basados únicamente en datos secundarios) y, en 2021, esperamos tener acceso a los datos primarios necesarios para completar los estudios. Además, completamos tres valores de referencia de ingresos dignos en Argentina, Mozambique y Turquía, que se utilizaron en el diseño de planes de acción integrales que ayudarán a resolver las desigualdades de ingresos a lo largo del tiempo.

Paralelamente, realizamos estudios sobre los ingresos de los agricultores en Malawi, Mozambique, Pakistán, Filipinas y Turquía para evaluar los niveles de ingresos actuales de nuestros agricultores contratados. En estos países contamos con socios locales e internacionales. Teníamos previsto realizar un estudio sobre los ingresos de los agricultores en Argentina; sin embargo, debido a la COVID-19 y a las restricciones de viaje, se retrasó hasta 2021.

“PMI ha dado un paso importante al utilizar la metodología de Anker, reconocida en todo el mundo como el estándar a seguir en las estimaciones de salarios e ingresos. La utilización de este tipo de estudios rigurosos e independientes sobre los niveles de renta necesarios para un nivel de vida digno es un componente fundamental para que PMI pueda alcanzar de forma creíble su objetivo para 2025. Hasta la fecha, se han realizado estudios de Anker en 60 lugares de más de 40 países. Los nuevos estudios encargados por PMI no solo apoyarán el ambicioso objetivo de PMI para sus agricultores contratados, sino que se pondrán a disposición del público y se sumarán a los esfuerzos mundiales sobre salarios e ingresos dignos”.

Jane Hwang, presidenta directora general de Social Accountability International

Calcular el ingreso digno de referencia

Leer más >



Una trabajadora agrícola ensartando hojas de tabaco en Malawi

¹ Ver el [glosario](#)

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

Proteger la salud y la seguridad de los técnicos de campo, los agricultores, los trabajadores y sus comunidades

Es en condiciones de estrés extremo cuando los programas como PTA se ponen realmente a prueba, y nos complace confirmar que la calidad de nuestras políticas y prácticas puede responder adecuadamente en situaciones de urgencia.

En 2020, la COVID-19 y las medidas de mitigación que los gobiernos aplicaron en todo el mundo, como el cierre de fronteras y los cierres parciales o totales, afectaron a nuestra forma de trabajar y a varias de nuestras iniciativas sobre el terreno, especialmente las destinadas a abordar los problemas sociales dentro de nuestra cadena de suministro de tabaco. Llevar a cabo nuestro trabajo durante esta crisis ha exigido ingenio y reflexión, ya que hemos trabajado para adaptarnos a los contextos locales y hemos ajustado nuestras áreas de intervención en función de las diferentes temporadas de cultivo de tabaco en varios países.

Nuestra respuesta inmediata a la pandemia fue equipar a los agricultores y trabajadores con el material necesario para protegerse y frenar la propagación del virus. PMI y sus proveedores distribuyeron equipos sanitarios que contenían mascarillas, jabón líquido, desinfectante para las manos y, en muchos casos, vitaminas y material de comunicación pertinente.

La salud y la seguridad de los técnicos de campo, los agricultores, los trabajadores y sus familias es una prioridad absoluta para PMI y nuestros proveedores. De acuerdo con las temporadas de cultivo y las circunstancias únicas de cada lugar, introdujimos una serie de medidas de mitigación del virus. Por ejemplo, en los países en los que la temporada de cultivo estaba empezando (por ejemplo, Grecia, Estados Unidos,


Pakistán y Turquía), la mayoría de las operaciones se realizaron de forma virtual. Por el contrario, en los países en los que la temporada de compras ya estaba en marcha (como Brasil y varios países de Asia), los proveedores redujeron el número de personas implicadas, con instrucciones de que todo el mundo se cubriera la cara, se higienizara las manos y se comprobara la temperatura corporal a la entrada.

También adaptamos nuestro programa para incluir medidas de seguridad adicionales, por ejemplo, mediante la sustitución de la formación programada en grupos grandes en las comunidades agrícolas por la formación en grupos pequeños, individual o virtual. Lamentablemente, tuvimos que aplazar varias evaluaciones de terceros en determinados países, lo que puede haber repercutido negativamente en nuestra capacidad para obtener una perspectiva externa clara de los problemas sobre el terreno. En circunstancias normales, estas evaluaciones ofrecen un nivel adicional de control y conocimientos de las partes interesadas que conducen a intervenciones más específicas. Siempre que las condiciones relacionadas con la pandemia lo permitan, tenemos previsto reanudar estas evaluaciones durante 2021.

Uno de los principales riesgos que identificamos está relacionado con el trabajo infantil, ya que la pandemia ha tenido un fuerte impacto en nuestras iniciativas y acciones de reparación en este ámbito. A este respecto, uno de los principales objetivos ha sido garantizar que no aumente la prevalencia del trabajo infantil debido al cierre de escuelas y a la desaceleración económica. Para hacer frente a este posible problema, nuestros técnicos de campo, en la medida de lo posible, siguieron realizando un seguimiento explotación por explotación y apoyando a los agricultores para abordar y remediar los incidentes de trabajo infantil. En los

mercados en los que estaban en marcha iniciativas comunitarias (clave para prevenir el trabajo infantil), rediseñamos las iniciativas para que estuvieran en consonancia con los esfuerzos de mitigación de la pandemia y reasignamos los fondos para garantizar un apoyo continuo a los niños y sus familias.

La pandemia de COVID-19 también ha planteado toda una serie de retos más allá de las amenazas sanitarias inmediatas para las comunidades agrícolas. En muchos casos, ha perturbado la producción, los ingresos y el sustento de los pequeños agricultores. Por ejemplo, muchos agricultores se enfrentaron a graves impactos financieros debido a que las estaciones de compra se cerraron temporalmente tras las medidas de bloqueo, lo que les impidió vender su tabaco. Teniendo esto en cuenta, nuestras afiliadas y proveedores locales, tanto en Brasil como en Filipinas, distribuyeron anticipos en efectivo a los agricultores, proporcionándoles estabilidad financiera hasta que se reanudaran las actividades de compra, llegando a más de 15.000 agricultores y sus familias. Estas iniciativas fueron diseñadas para aumentar la resistencia de nuestras comunidades agrícolas a través de esta crisis, abordando los riesgos inminentes y, en la medida de lo posible, mitigando proactivamente los desafíos futuros.

 [Leer más en nuestra actualización del progreso de PTA del T2 de 2020](#)



“PMI ha dado un paso importante al utilizar la metodología de Anker, reconocida en todo el mundo como el estándar a seguir en las estimaciones de salarios e ingresos. La utilización de este tipo de estudios rigurosos e independientes sobre los niveles de renta necesarios para un nivel de vida digno es un componente fundamental para que PMI pueda alcanzar de forma creíble su objetivo para 2025. Hasta la fecha, se han realizado estudios de Anker en 60 lugares de más de 40 países. Los nuevos estudios encargados por PMI no solo apoyarán el ambicioso objetivo de PMI para sus agricultores contratados, sino que se pondrán a disposición del público y se sumarán a los esfuerzos mundiales sobre salarios e ingresos dignos”.

Jane Hwang, presidenta directora general de Social Accountability International

Calcular el ingreso digno de referencia

Leer más >



Una trabajadora agrícola ensartando hojas de tabaco en Malau

1 Ver el [glosario](#).

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Calcular la referencia del ingreso digno



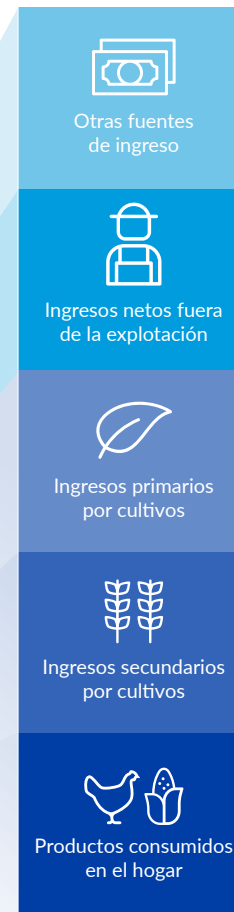
Referencia de los ingresos dignos



Diferencia de ingresos



Ingresos reales



Ingresos reales

Nota: Visual adaptado de la Living Income Community of Practice [\(fuente\)](#)

Leer más >

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

A la hora de diseñar planes de acción integrales en nuestros mercados, pretendemos superar los objetivos de referencia de ingresos dignos que se requieren para alcanzar un nivel de vida digno, con el fin de prever las posibles fluctuaciones de los ingresos de los agricultores debido a las perturbaciones climáticas o a la volatilidad debida a la dinámica del mercado. Revisaremos periódicamente los puntos de referencia de los ingresos dignos para tener en cuenta los aumentos anuales de la inflación, y revisaremos los estudios de los ingresos de los agricultores para tener en cuenta la dinámica del mercado que puede afectar a los ingresos globales de los agricultores.

Los resultados de los estudios de terceros son alentadores, ya que no ponen de manifiesto grandes desviaciones de nuestras hipótesis iniciales. Esto nos da la confianza de priorizar nuestros mercados mientras trabajamos hacia nuestro objetivo de 2025.

También demostró que los agricultores contratados por PMI ya obtienen ingresos dignos en algunos mercados, como el de Pakistán, o que una parte importante de ellos ya los obtienen en otros países, como Argentina, Malawi, Turquía y Filipinas. A nivel global, en 2020 el 48% de los agricultores contratados que suministraban tabaco a PMI tenían ingresos dignos.

Esperamos seguir examinando los resultados de estos estudios y actuar sobre ellos en 2021. Los resultados complementarán nuestro análisis interno y ayudarán a guiar los esfuerzos y a orientar las iniciativas para alcanzar nuestro objetivo de que el 100% de los agricultores contratados por PMI obtengan ingresos dignos en 2025.

“PMI se ha fijado el ambicioso objetivo de que el 100% de sus agricultores contratados alcancen un ingreso digno en 2025. Para poder alcanzar este objetivo, nuestra red de investigación sobre salarios e ingresos dignos de Anker, junto con Social Accountability International (SAI), han colaborado con PMI en la realización de estudios sobre ingresos dignos y valores de referencia en sus países de origen del tabaco. Los estudios sobre el ingreso digno utilizarán la metodología de investigación que hemos desarrollado, y que es ampliamente utilizada por muchas empresas líderes y estándares de sostenibilidad. Para empezar, en 2020 PMI nos encargó que estimáramos la renta vital de las zonas de cultivo de tabaco en cinco países. Esto les permitirá conocer los niveles de ingresos necesarios para que sus agricultores contratados puedan alcanzar un nivel de vida decente y desarrollar estrategias en aquellos mercados en los que se han detectado carencias de ingresos”.

Expertos en materia de salario digno, Dr. Richard y Sra. Martha Anker de la Global Living Wage Coalition

Iniciativas para mejorar el sustento

En 2020, continuamos aplicando diversas iniciativas destinadas a mejorar los niveles de ingresos. De acuerdo con nuestro análisis interno, nos centramos principalmente en Argentina, Malawi y Mozambique. Aunque las actividades se adaptan a las realidades locales, nuestra estrategia general es doble: En primer lugar, en el cultivo del tabaco para mejorar la productividad y la competitividad y, en segundo lugar, según sea necesario, en el apoyo a los hogares para diversificar sus fuentes de ingresos.

Mejorar la productividad

Nuestro enfoque está en mejorar la producción de tabaco y fomentar la eficiencia de las explotaciones. Para mejorar los ingresos del hogar, muchos agricultores buscan habitualmente la eficiencia en sus operaciones, por ejemplo, mediante la contratación solo de la mano de obra necesaria, el uso minucioso de productos como los fertilizantes y la búsqueda de formas para aumentar el rendimiento por hectárea. PMI apoya estos esfuerzos. Otras eficiencias incluyen el apoyo a la mecanización de la preparación del campo, lo que puede suponer un ahorro de mano de obra y elevar los beneficios.

ESTUDIO DE CASO

El avance de los niveles de ingresos de agricultores y trabajadores agrícolas en Argentina

Un paso fundamental para lograr un ingreso digno para nuestros agricultores de tabaco contratados en la región de Misiones (Argentina) fue realizar un estudio que evaluara cuál debería ser el ingreso digno adecuado, lo que nos ayudó a perfeccionar nuestras actividades y a informar mejor nuestra estrategia de cara al futuro. Paralelamente, promovimos el diálogo entre múltiples partes interesadas y logramos un acuerdo que definía un salario mínimo para los trabajadores agrícolas del tabaco en esta región, aplicable a partir de septiembre de 2020.

[Leer más online](#)



Trabajador del cultivo de tabaco en Salta, Argentina

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Por ejemplo, en 2020 la mecanización para la preparación de los campos abarcó un total de 2.115 hectáreas en Malauí, mientras que en Argentina la actividad principal se centró en la cosecha mecanizada, con un total de 3.566 hectáreas cubiertas en 2020. Además, continuamos con la mejora del almacenamiento de las cosechas para reducir las posibles pérdidas económicas por el deterioro de las mismas y la necesidad de insecticidas tras la cosecha.

Ayudar a los hogares a diversificar sus fuentes de ingresos

También buscamos oportunidades para poner en marcha otras actividades que generen ingresos, como el cultivo de productos complementarios. El cultivo y la comercialización de una variedad de cosechas pueden mejorar los ingresos de las explotaciones agrícolas y, al mismo tiempo, aumentar la resistencia frente al cambio climático y la incertidumbre económica. En 2020, estimamos que aproximadamente el 75% de nuestros agricultores contratados cultivaban productos distintos del tabaco. De ellos, el 53% se destinaba al autoconsumo, el 10% a proporcionar ingresos adicionales, mientras que el 37% se cultivaba tanto para el autoconsumo como para obtener ingresos adicionales.



Un cultivador de tabaco cuidando las hojas de tabaco secadas al aire en Nayarit, México

Nuestro programa de ingresos dignos en funcionamiento

Malauí

En Malauí, en 2020 se amplió nuestra iniciativa de mecanización, cuyo objetivo es mejorar el rendimiento de los agricultores mediante la mecanización de la preparación de la tierra, lo que favorece un mejor desarrollo de las raíces, aumentando la retención de agua y permitiendo la siembra a tiempo. Otros beneficios son la reducción de las horas de trabajo relacionadas con la preparación de la tierra, lo que a su vez puede permitir a los agricultores considerar el aumento de su superficie total cultivada. Durante el año 2020, 844 agricultores recibieron servicios de mecanización (con una cobertura de 2.115 hectáreas) y tenemos previsto ampliar esta cobertura año tras año.

Junto con nuestros proveedores, seguimos fomentando la producción de cultivos complementarios y otras actividades generadoras de ingresos. En 2020 se produjo un aumento significativo de la cobertura de la contratación de cacahuets, con un 30% de los agricultores dentro de la huella de PMI contratados para la producción de cacahuets. La calidad de la semilla de cacahuete disponible ha demostrado ser históricamente un reto para el éxito del cultivo; sin embargo, durante 2020 nuestros proveedores produjeron en sus propias explotaciones comerciales volúmenes significativos de semillas de calidad superior, las cuales se suministrarán a los pequeños agricultores que, a su vez, deberían obtener mejores tasas de germinación y rendimientos durante la temporada 2021.

La apicultura se destacó como una iniciativa que podría proporcionar a los agricultores unos ingresos adicionales, con unas necesidades mínimas de mano de obra y de tierra. En 2020, ampliamos el proyecto con 300 colmenas más, con lo que el total de colmenas es de 910. Uno de nuestros proveedores locales ha recibido la aprobación de la agencia de estándares de Malauí para empezar a procesar la miel cosechada y comercializar el producto tanto a nivel local como internacional.

Mozambique

En Mozambique, un área de interés clave durante 2020 fue el desarrollo de una cadena de suministro de algodón en colaboración con un minorista internacional. Se contrató a unos 80 agricultores para la producción de algodón en 2020, y los resultados de calidad obtenidos durante la compra superaron las expectativas iniciales del proyecto. La producción de 2020 se ha desmotado y se enviará a las hilanderas a principios de 2021. Tenemos previsto ampliar este programa a 275 agricultores para la temporada de 2021.

En 2019, pusimos en marcha una iniciativa de instalación de bombas de pedal, destinada en principio a reducir el riesgo de que los niños participen en el riego de los semilleros. Sin embargo, comprobamos que esta iniciativa resultó valiosa para ayudar a los agricultores a producir también cultivos de invierno, lo que supuso una mejora de sus ingresos. En 2020, otros 1.760 agricultores recibieron bombas de pedal, productos para los cultivos de invierno y un programa de formación sobre cultivos de invierno de seis módulos. Una evaluación de impacto llevada a cabo durante el año indicó que estas bombas de pedal contribuyeron a un beneficio adicional de entre 300 y 400 dólares por agricultor al año, por término medio, al permitirles cultivar dos ciclos de cosechas de invierno durante la estación seca.¹



La apicultura, parte de los esfuerzos de diversificación en Mozambique

India

La mayoría de los agricultores de Vinukonda, Andhra Pradesh, India, son pequeños propietarios con una superficie media de cultivo de tabaco inferior a 1,5 hectáreas. Los patrones climáticos (sequía y estacionalidad de las lluvias) han impedido en el pasado a estos agricultores aplicar un ciclo de rotación de cultivos sostenible. Sin intervención, solo tienen una ventana de cultivo al año, lo que deja a la comunidad luchando por aliviar la pobreza. Esto, a su vez, agrava posibles problemas sociales como el trabajo infantil y las malas condiciones de vida.

Estamos trabajando con nuestro proveedor de hojas de tabaco en el país y con organizaciones locales para implementar mejoras, centrándonos en las causas fundamentales y en los factores que afectan a los modos de vida de los agricultores.

Por ejemplo, es esencial que los agricultores tengan acceso a una fuente de agua fiable para el riego, a fin de hacer frente a las sequías y mitigar la estacionalidad de las lluvias, y permitirles cultivar una cosecha adicional durante el año. Entre 2016 y 2018 se construyeron 86 embalses, para abastecer de agua a 600 hectáreas de terreno. Ahora, los agricultores recogen cosechas adicionales durante la temporada baja del tabaco (en marzo y abril), lo que genera unos ingresos anuales adicionales que oscilan entre los 825 y los 2.000 USD por agricultor.²

También apoyamos la expansión de los agricultores hacia cultivos complementarios. Entre un conjunto de cultivos probados, el guar, una leguminosa, se introdujo en 11 agricultores en 2020. PMI proporcionó semillas e insumos de cultivo gratuitos, así como formación técnica. Hasta ahora, los agricultores se han beneficiado de unos ingresos anuales adicionales de más de 1.600 USD por agricultor de media. Aprovechando el éxito de la prueba, en 2021 tenemos previsto ampliar el proyecto de guar y estamos estudiando otros posibles cultivos para cubrir a otros 140 agricultores.

¹ En 2019, el PIB anual per cápita (en USD) en Mozambique fue de 504 USD (fuente: <https://data.worldbank.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=MZ>)

² En 2019, el PIB anual per cápita (en USD) en India fue de 2.100 USD (fuente: India)

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Mejorar nuestro acceso al agua, el saneamiento y la higiene


Aunque se ha avanzado considerablemente en el acceso al agua potable y al saneamiento, miles de millones de personas en todo el mundo —en su mayoría en zonas rurales— siguen careciendo de estos servicios básicos. El vínculo entre la pobreza y el acceso limitado al agua, el saneamiento y la higiene (WASH) está bien establecido, y la mejora de la infraestructura WASH puede proporcionar mejoras sustanciales tanto en el bienestar como en los modos de vida de los miembros de la comunidad. La pandemia de la COVID-19 también ha demostrado la importancia crítica del saneamiento, la higiene y el acceso adecuado al agua potable para prevenir y contener la enfermedad.

En 2020, reforzamos nuestro enfoque y nos comprometimos a lograr unos objetivos ambiciosos: Nuestro objetivo es que el 100% de nuestros agricultores contratados tengan acceso básico al agua para 2025 y al saneamiento y la higiene para 2030.

Para establecer estos objetivos y desarrollar nuestro marco, nos hemos adherido al Programa Conjunto de Supervisión del Abastecimiento de Agua y el Saneamiento (PCS) establecido por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y UNICEF.¹ Nuestro programa WASH sigue la escala de servicios del PCS, que comienza con el acceso básico al agua, definido como de una fuente mejorada y a menos de 30 minutos de distancia. En la actualidad, muchos de nuestros agricultores utilizan fuentes no mejoradas, a menudo a más de 30 minutos

de su casa, lo que significa que los próximos años se centrarán en la supervisión del acceso al agua potable, el trazado de la ubicación de las fuentes de agua y la construcción de nuevas infraestructuras (o la mejora de las existentes) donde sea necesario. En 2020, también desarrollamos unas directrices globales de seguimiento de WASH para estandarizar nuestro enfoque (de nuevo en conexión con el PCS y las hemos compartido con nuestros proveedores. En 2021, recopilaremos datos sobre WASH a través de un seguimiento sobre el terreno, explotación por explotación, aplicando los indicadores universales del PCS para determinar nuestros mercados prioritarios finales de WASH, estableciendo una referencia para cada uno de ellos.

Durante el año, junto con nuestros proveedores, continuamos el trabajo iniciado en 2019 en nuestros dos países prioritarios preliminares, construyendo 47 pozos de agua con bomba manual en Malawi y 50 en Mozambique —se estima que cada pozo beneficiará a aproximadamente 500 personas en Malawi y 1.000 personas en Mozambique—, al tiempo que seguimos concienciando a los miembros de la comunidad en torno a WASH. Pueden incluir el aumento de la productividad, la reducción de los costes sanitarios y la prevención de enfermedades, discapacidades y muertes prematuras. Las personas que tienen acceso a servicios sanitarios limpios, seguros y convenientes también experimentan mayor dignidad, privacidad y seguridad. Esto es especialmente importante para las mujeres y las niñas, que pueden faltar al trabajo o a la escuela cuando están menstruando y no tienen acceso a instalaciones sanitarias seguras. También reduce el riesgo de agresión sexual al reducir la distancia a pie hasta las fuentes de agua.

 [Leer más en nuestra actualización del progreso de PTA del T3 de 2020](#)

Empoderar a las mujeres en el cultivo del tabaco

En todo el mundo, las mujeres participan en la agricultura tanto como miembros de hogares agrícolas familiares como en calidad de mano de obra asalariada contratada en explotaciones agrícolas de otros hogares o empresas. La agricultura sigue siendo la principal fuente de sustento para los hombres y las mujeres que viven en las zonas rurales de los países en desarrollo. A nivel mundial, solo el 13% de las tierras agrícolas son propiedad de mujeres.² Muchas de las desigualdades de género a las que se enfrentan las mujeres se ven empeoradas en el caso de las mujeres en la agricultura. En concreto, las mujeres que se dedican al cultivo del tabaco suelen enfrentarse a barreras estructurales y culturales como la segregación del empleo y las diferencias de ingresos entre hombres y mujeres, la inclusión financiera y el acceso al crédito, la propiedad de la tierra y los bienes, y las oportunidades de recibir formación o apoyo técnico. Además, las mujeres suelen tener que compaginar su contribución económica al hogar con las responsabilidades domésticas, lo que supone una limitación adicional de su tiempo, y con demasiada frecuencia siguen careciendo de autoridad para gestionar los ingresos generados por los cultivos que producen. Además, las niñas suelen tener mayores tasas de abandono escolar, reforzadas por las normas de género que limitan sus posibilidades. Para romper este ciclo y superar el problema del abandono escolar, es necesario establecer y aplicar políticas que mejoren el acceso y la permanencia en la educación, reduciendo al mismo tiempo la desigualdad de género.

Desde el inicio de nuestro programa PTA, la igualdad de género y el trato justo se han incluido como principios clave en todos los países donde nos abastecemos de tabaco. La igualdad de género no solo es un derecho humano fundamental, sino una base necesaria para un mundo pacífico, próspero y sostenible. Al evolucionar nuestro programa PTA para incluir un enfoque Step Change en 2018, nuestro objetivo era abordar las causas fundamentales de los problemas más prevalentes y persistentes en nuestra cadena de suministro de tabaco.



Una técnica de campo en Nayarit, México

¹ WHO/UNICEF Joint Monitoring Programme for Water Supply, Sanitation and Hygiene (JMP)

² Report Of The UN Secretary-General's High-Level Panel On Women's Economic Empowerment

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Vimos la oportunidad de reforzar nuestro enfoque, teniendo en cuenta el papel instrumental que desempeñan las mujeres en la mejora de las condiciones económicas de los hogares, al tiempo que abordamos el trabajo infantil y otros retos sociales.

Incluimos el empoderamiento de las mujeres como uno de los 10 principios de nuestro enfoque **Step Change**. En función de las necesidades locales, estamos desarrollando iniciativas específicas en varios países prioritarios.

Nuestras actividades incluyen la formación de mujeres, la contratación de técnicos de campo femeninos para que realicen el seguimiento explotación por explotación, la formación financiera y el empoderamiento de las mujeres a través de oportunidades empresariales para lograr un cambio positivo en sus hogares y comunidades.

Un ejemplo representativo de nuestro trabajo de empoderamiento de la mujer se encuentra en la India. Junto con la ONG local ASSIST, apoyamos a los grupos de autoayuda (SHG) desarrollados por el gobierno local. En 2020, pusimos en marcha un proyecto con el objetivo de desarrollar las capacidades empresariales de 200 mujeres, miembros de los grupos de autoayuda, formándolas en competencias financieras y organizativas. ASSIST utiliza un enfoque de "formar a la formadora", dotando a las mujeres seleccionadas de conocimientos para capacitar y formar a otras después de ellas. Cerca de 100 mujeres de 11 grupos de autoayuda, después de haber recibido formación, han sido seleccionadas para crear sus propias microempresas; entre ellas hay granjas lecheras y tiendas de comestibles. A su vez, apoyarán la financiación de microempresas para 100 nuevas beneficiarias, creando un efecto dominó positivo. El objetivo es que todas las mujeres que participan en el proyecto se comprometan a apoyar a otras mujeres de la comunidad donando una parte de sus beneficios para garantizar la continuidad, el alcance y un mayor impacto. En 2021, tenemos previsto formar a otras 200 mujeres que, a su vez, podrán transmitir sus conocimientos en cascada y proporcionar financiación a otras 100 mujeres.

[Leer más en nuestra actualización del progreso de PTA del T1 de 2020](#)

¹ En el Líbano, nos abastecemos a través del monopolio estatal del tabaco y no recibimos información detallada a nivel de explotación. En Suiza, donde nos abastecemos de unos 120 agricultores en 2020, adecuamos los requisitos a los de las empresas homólogas para aplicar un seguimiento más profundo del PTA que se incluirá en nuestros informes de 2021

Promover las prácticas laborales agrícolas de PMI

En 2020, los técnicos de campo contratados por PMI o por nuestros proveedores de hojas supervisaron sistemáticamente la aplicación del PTA en el 93% de todas las explotaciones contratadas (2019: 92%). Nos comprometemos a reforzar continuamente nuestra supervisión para mejorar nuestra visibilidad de los problemas existentes, a adoptar un enfoque más basado en el riesgo y a abordar con mayor eficacia los problemas identificados. Nuestros datos a nivel de explotación cubren 21 de los 23 países de los que nos abastecemos. No incluye el Líbano ni Suiza,¹ pero tiene en cuenta el aumento de la cobertura de nuestro programa PTA en China.

En los países de los que nos abastecemos de tabaco, los problemas más recurrentes y difíciles son los siguientes:

- Trabajo realizado por niños.
- Alojamiento inadecuado e inseguro para los trabajadores agrícolas.
- Pago a los trabajadores por debajo del salario mínimo legal o de la referencia agrícola formalizada.
- Acceso inadecuado a los EPI que pueden prevenir los daños derivados de la exposición a los CPA y a la GTS.

Hemos desarrollado y estamos aplicando planes de acción para abordar estos problemas recurrentes en colaboración con las principales partes interesadas, incluido nuestro socio estratégico Verité, las ONG locales y los gobiernos. Aunque Control Union pudo finalizar su evaluación en Argentina (que abarcaba a dos proveedores) a principios de 2020, debido a la COVID-19 no se realizaron más evaluaciones externas durante el año. Sin embargo, las organizaciones locales de expertos pudieron completar la verificación externa en algunos países prioritarios. La verificación externa nos permite evaluar la eficacia de nuestras iniciativas y la precisión de nuestro control interno. En 2020, completamos las verificaciones externas en siete mercados: Tres en los que realizamos una verificación externa por primera vez (India, Malawi y Mozambique), y cuatro en los que lo hicimos por segunda vez, para evaluar los avances (Argentina, Indonesia, México y Turquía).

Además, en 2020 realizamos una evaluación de impacto sobre los derechos humanos en Mozambique, la primera dirigida a nuestra cadena de suministro de tabaco, en colaboración con una empresa homóloga y nuestro proveedor común de hoja de tabaco. Esta evaluación se centró en la identificación y el tratamiento de los riesgos e impactos sobre los derechos humanos resultantes de nuestras actividades de producción y de la cadena de suministro en ese país.

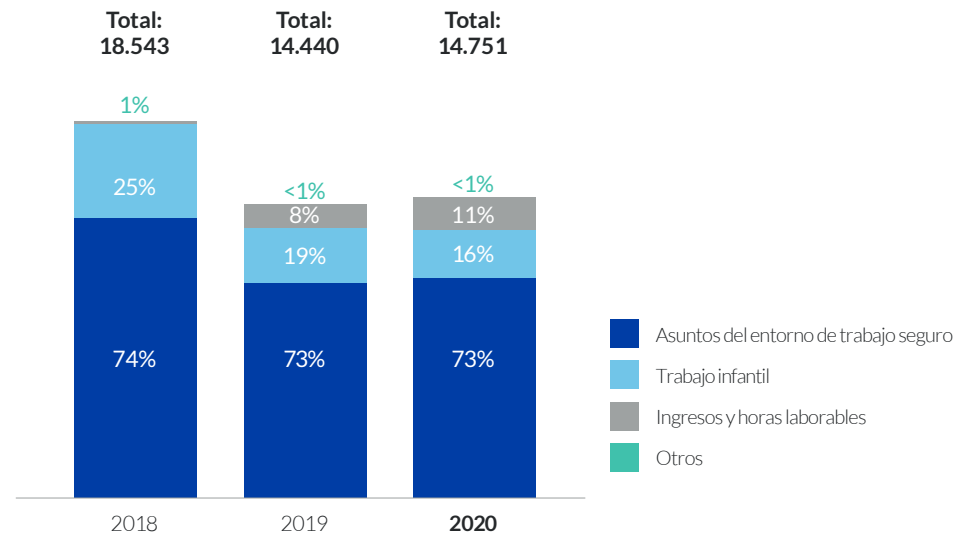
[Leer el caso de estudio](#)

La inmensa mayoría de nuestras relaciones con los agricultores contratados se caracterizan por un compromiso compartido de mejora continua en el tratamiento de las cuestiones sociales. En caso de que un agricultor contratado no cumpla con sus obligaciones y siga sin solucionar las deficiencias detectadas, podemos poner fin a nuestra relación comercial con ese agricultor. En 2020, se rescindieron 1.794 contratos por incumplimiento

del PTA (frente a los 641 de 2019). Alrededor del 83% del aumento en el número de rescisiones de contratos en 2020 se debió a infracciones en materia de trabajo infantil, principalmente procedentes de Mozambique y Turquía. El aumento puede atribuirse a la introducción (en 2019) de directrices estandarizadas relacionadas con la diligencia debida, la gestión de las consecuencias y las recompensas.

Para apoyar aún más el cumplimiento, en 2020 revisamos nuestros materiales de formación en el PTA (incluidos algunos desarrollados localmente) y los métodos de entrega. En términos de contenido, nuestro objetivo es actualizar los materiales de formación para ajustarlos a los cambios en el código PTA, reflejar los cambios impulsados por nuestro enfoque Step Change y aportar coherencia a todos los mercados de abastecimiento. En cuanto a los métodos de entrega, estamos explorando opciones y posibles soluciones accesibles para todas las personas que trabajan en nuestra estructura del PTA, incluido el personal pertinente de los proveedores y los técnicos de campo.

Acciones rápidas totales registradas por técnicos de campo (2018-2020)



Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Eliminar el trabajo infantil

En 2020, mantuvimos un enfoque implacable en la prevención de incidentes de trabajo infantil. Nuestro sólido sistema de diligencia debida nos permitió identificar riesgos e incidencias de trabajo infantil y tomar medidas inmediatas.

Nuestro ambicioso objetivo es eliminar el trabajo infantil para 2025, con el propósito de erradicar los casos repetitivos y sistémicos en nuestra cadena de suministro de tabaco. También reconocemos que pueden seguir produciéndose casos aislados (incluso cuando se abordan plenamente los sucesos sistémicos), debido a la rotación de la base de agricultores o a incidencias involuntarias de mal comportamiento. En todos los casos, nos mantendremos alerta y los abordaremos con prontitud cuando los identifiquemos.

La pandemia de la COVID-19 y las restricciones introducidas en varios países de abastecimiento afectaron desafortunadamente a nuestras iniciativas y a las acciones pertinentes de reparación del trabajo infantil. No obstante, uno de los principales objetivos era garantizar que no se produjera un aumento de la prevalencia del trabajo infantil debido al cierre de escuelas y a la desaceleración económica.

En primer lugar, nuestros técnicos de campo, en la medida de lo posible, siguieron realizando un seguimiento explotación por explotación y apoyando a los agricultores para abordar y remediar los incidentes de trabajo infantil. Este apoyo incluía la sensibilización y la formación (a menudo rediseñada para ser impartida de forma virtual); esfuerzos para promover el acceso y la asistencia a la escuela a través de becas, programas de alimentación escolar, actividades extraescolares y mejoras en la infraestructura escolar; formación profesional para los niños mayores; e iniciativas para mejorar los niveles de ingresos de los hogares, como los grupos de autoayuda de las mujeres.

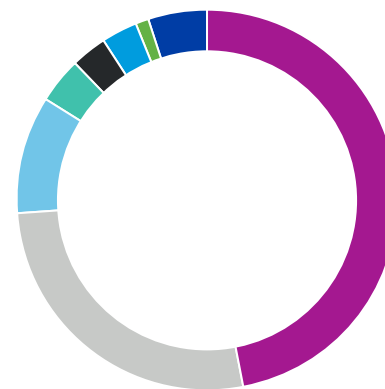
En los mercados en los que las iniciativas comunitarias, clave para prevenir el trabajo infantil, no pudieron llevarse a cabo debido a las restricciones, se han rediseñado los programas y se han reasignado los

fondos para garantizar un apoyo continuo a los niños y sus familias. Por ejemplo, en México, se cerraron los centros de atención a los niños migrantes financiados por PMI debido a la pandemia. En respuesta, y en colaboración con nuestro proveedor y un socio local de ejecución, entregamos cestas de alimentos a más de 180 familias migrantes, que llegaron a más de 370 niños que no podían asistir a los centros. Nuestro equipo adoptó un enfoque similar en la India, donde se entregaron cestas de alimentos a más de 800 familias que se encontraban en situación de bloqueo total.

Nuestro progreso hacia el objetivo que nos hemos marcado de cero trabajo infantil se mide en base a las normas de la OIT definidas internacionalmente. Esto incluye las siguientes tres categorías: Niños que realizan tareas peligrosas, niños menores de 15 años contratados y niños menores de 13 años que realizan cualquier tarea relacionada con el tabaco. En este sentido, en 2020 mejoramos nuestros informes sobre cuestiones de trabajo infantil ampliando su alcance para incluir las dos últimas categorías. A lo largo del año, los técnicos de campo supervisaron el 99% de las explotaciones para detectar problemas relacionados con el trabajo infantil y registraron un total de 2.352 acciones rápidas. De ellos, 2.285 casos corresponden a niños que realizan tareas peligrosas (frente a los 2.712 registrados en 2019), tres casos de menores de 15 años contratados y 64 casos de menores de 13 años trabajando. En total, estas acciones rápidas afectaron a 2.502 niños, de los cuales el 95% eran hijos de agricultores. En Turquía se registró una proporción significativa de incidentes relacionados con el trabajo infantil (1.560 acciones rápidas) en una base de agricultores de unas 23.600 explotaciones. Se trata de 1.692 niños, de los cuales más del 99% eran familiares. Las actividades predominantes realizadas por estos niños eran la recolección o la manipulación del tabaco verde y el ensartado.

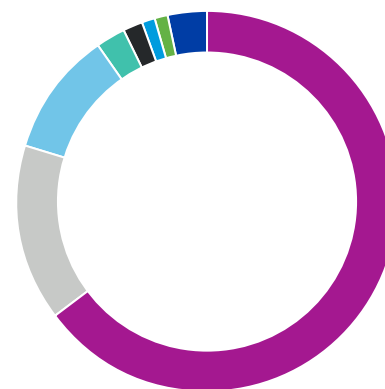
En cuanto a las acciones rápidas planteadas para los niños que realizan tareas peligrosas, hay una reducción con respecto a las cifras de 2019 impulsada principalmente por los esfuerzos de consolidación de la base agrícola llevados a cabo en Mozambique y Malauí.

Tipos de acciones rápidas registradas en 2020 en relación con el trabajo peligroso realizado por niños



Cosechar o manipular tabaco verde	49%
Encordado	26%
Trabajar con herramientas afiladas	9%
Llevar cargas pesadas	4%
Conducir un tractor o manejar maquinaria	3%
Trabajar a temperaturas extremas	3%
Manipular o aplicar fertilizantes	1%
Otros	5%

Número total de acciones puntuales de trabajo infantil registradas, por zona geográfica



Turquía	1.560
Mozambique	336
Malauí	238
Macedonia	57
Grecia	37
Pakistán	29
Indonesia	26
Otros	69

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

De las 2.352 acciones rápidas registradas en 2020, el 75 por ciento se resolvieron y el 25 por ciento restante fue objeto de seguimiento en relación con los planes de acción elaborados con los agricultores afectados. Se trata de un descenso con respecto al año anterior, debido principalmente a las iniciativas locales afectadas por las restricciones de la COVID-19. Nuestros técnicos descubrieron que las tareas peligrosas más frecuentes realizadas por los niños eran la recolección o la manipulación de

tabaco verde (49%), seguidas del ensartado (26%) y el trabajo con herramientas afiladas (9%).

A pesar de esta tendencia a la baja, seguimos siendo prudentes y reconocemos las limitaciones de nuestro sistema de vigilancia. Por ejemplo, los técnicos de campo solo están presentes en las explotaciones durante un tiempo limitado durante la temporada de cultivo, y la pandemia de la COVID-19 restringió su capacidad para realizar visitas periódicas en algunos países (leer más: [Gestión sostenible de la cadena](#)

[de suministro](#)). Además, los problemas a los que nos enfrentamos son complejos y a menudo persistentes.

En muchas zonas geográficas, las evaluaciones externas relacionadas con el trabajo infantil están razonablemente bien alineadas con nuestros datos de seguimiento interno, lo que demuestra que estamos mejorando la visibilidad sobre el terreno y la precisión de nuestros datos. Sin embargo, en dos países, Mozambique y Turquía, se revelaron discrepancias significativas. En esos casos, nos centramos en colaborar con nuestros

proveedores, comprender las causas de las discrepancias y desarrollar y aplicar planes de acción para reforzar la supervisión interna. Más concretamente, aumentamos el número de visitas no anunciadas realizadas por los supervisores del PTA, reforzamos el proceso de diligencia debida y de gestión de las consecuencias, y reforzamos la capacidad interna de supervisión e información del PTA, al tiempo que introdujimos un análisis de datos en profundidad. Ambos países volverán a realizar la verificación externa en 2021.



Una escuela en Misiones, Argentina

Cero trabajo infantil

Nuestro objetivo de eliminar el trabajo infantil para 2025 es ambicioso. Hemos puesto todos los cimientos para poder lograrlo a tiempo: Un sólido sistema de seguimiento explotación por explotación, una red de técnicos de campo y expertos en PTA, evaluaciones externas que verifican la exactitud de nuestros datos y una serie de partes interesadas que nos apoyan en este viaje. Sin embargo, nos enfrentamos a un problema social muy complejo, especialmente presente en algunos de nuestros mercados de abastecimiento. Para aumentar la precisión de los casos de prevalencia del trabajo infantil en nuestros informes, desarrollamos una nueva metodología que integra los resultados de la verificación por parte de terceros, así como fuentes externas (por ejemplo, los registros de derechos humanos del país). Esto respalda nuestro enfoque basado en el riesgo y nos proporciona un detalle a nivel de país sobre este tema específico. A raíz de este ejercicio, estamos seguros de que, en que en la mayoría de nuestros países de abastecimiento, el trabajo infantil no es un problema sistémico y trabajamos continuamente para eliminar la prevalencia restante del 3,5%. Mantendremos un enfoque implacable para seguir reforzando la fiabilidad de nuestros datos de seguimiento, así como las medidas de corrección para apoyar a los agricultores y trabajadores a abordar los incidentes de trabajo infantil de manera sostenible.

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

Promover un entorno de trabajo seguro

De acuerdo con el código de PMI, [código PTA](#), exigimos a los agricultores que proporcionen un lugar de trabajo seguro para evitar accidentes y lesiones y minimizar los riesgos para la salud.

En 2020, los técnicos de campo registraron un total de 10.816 acciones rápidas relacionadas con entornos de trabajo inseguros (2019: 10.519). Alrededor del 52% estaba relacionado con la manipulación de tabaco verde y la aplicación de los CPA sin el EPI adecuado (34% y 18%, respectivamente), seguido del 23% relacionado con el alojamiento inseguro o insuficiente de los trabajadores agrícolas.

Nuestros datos de seguimiento interno de los últimos años revelaron que una proporción significativa de las acciones rápidas planteadas por los técnicos de campo se referían a la exposición a la enfermedad del tabaco verde GTS o a los CPA debido a que los agricultores y trabajadores no llevaban el EPI adecuado. Para abordar esta cuestión, nos comprometimos a que el 100% de nuestros agricultores contratados y sus trabajadores tuvieran acceso a los EPI para la aplicación de la CPA y la prevención de la GTS en 2020. A lo largo del

año, nuestro seguimiento de la disponibilidad de los EPI confirmó la consecución del objetivo de 2020.

Una vez alcanzado nuestro objetivo, seguiremos garantizando la plena disponibilidad de los EPI en todos los mercados y concienciando sobre la importancia de su uso adecuado. Adquirir la comprensión fundamental de los peligros de determinadas tareas relacionadas con el tabaco e impulsar un cambio de comportamiento hacia el uso adecuado de los EPI es clave para salvaguardar la salud y la seguridad de los implicados. En 2020, nuestra formación específica llegó al 99% de los agricultores contratados (y sus trabajadores).

En 2021, estableceremos nuestra referencia en términos de uso de los EPI y, en función de los resultados, definiremos nuestro objetivo, ya que nuestra meta es garantizar que los EPI no solo estén disponibles, sino que también sean utilizados adecuadamente por los agricultores y los trabajadores agrícolas.

También hemos continuado nuestro trabajo en materia de alojamiento. En 2020, alrededor del 8% de la base total de agricultores proporcionó alojamiento a sus trabajadores. De acuerdo con el código PTA, cuando un agricultor proporciona a un trabajador un alojamiento, exigimos que esté limpio y sea seguro y que cumpla

las normas básicas. Desarrollamos nuestras normas de alojamiento de acuerdo con la legislación local, bajo la orientación de Verité y los socios locales. Los técnicos sobre el terreno hacen un seguimiento de estas listas y cuando se detectan problemas, por ejemplo, la rotura de una ventana o el vertido inadecuado de residuos, se toman medidas. Los planes de acción específicos se acuerdan directamente con el agricultor y, cuando es necesario, junto con nuestros proveedores, apoyamos con el suministro de materiales de construcción, reformas y reparaciones. A finales de 2020, el 100% de los trabajadores agrícolas que reciben alojamiento han recibido un alojamiento seguro y adecuado que cumple con las normas descritas anteriormente.

Pensando en el futuro, ya hemos reforzado nuestros requisitos mediante la publicación de un conjunto de normas mínimas globales de alojamiento que se aplicarán en todos los mercados de abastecimiento. Este fue el resultado de un extenso ejercicio de identificación entre las prácticas locales en todos los mercados de abastecimiento y las normas internacionales pertinentes. Además, siguiendo el compromiso relacionado con nuestro programa de acceso al agua, saneamiento e higiene (WASH), se han incluido los requisitos pertinentes en estas directrices. Este enfoque no solo aporta una mayor normalización y coherencia, sino que además mejorará las condiciones de vida y trabajo de los agricultores y trabajadores. En 2021, haremos llegar estas nuevas normas a nuestros proveedores de hojas de tabaco.

1.541 acciones rápidas relacionadas con agricultores que pagaban menos del salario mínimo a sus trabajadores (2019: 1.158). El aumento de las acciones rápidas se debe principalmente a un seguimiento y notificación más precisos de los casos. Los problemas son más comunes en India, Indonesia, Mozambique, Filipinas, Turquía y la provincia de Misiones en Argentina.

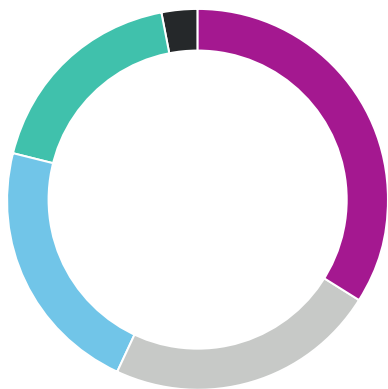
Los problemas se refieren no solo a los importes de pago inferiores, sino también a las condiciones de empleo informales, la incoherencia entre la oferta y la demanda de mano de obra, y el desconocimiento de los trabajadores sobre sus derechos. Otro reto al que nos enfrentamos en algunos países es la falta de un salario mínimo legal aplicable o de referencias agrícolas formalizadas. Lea el ejemplo de Argentina en nuestro [estudio de caso](#).

La mayor visibilidad de los salarios de los trabajadores a través de nuestro sistema de seguimiento nos permite tomar medidas para atajar el problema y garantizar que los agricultores paguen el salario mínimo exigido. Reiteramos nuestras expectativas a los agricultores sobre este asunto, de acuerdo con las leyes locales. También equipamos a los agricultores y trabajadores con herramientas —como plantillas de registro de tiempos y registros de pagos— para ayudarles a hacer un seguimiento de las horas de trabajo y a calcular los pagos de acuerdo con el salario mínimo, una tarea que puede resultar difícil cuando los pagos por productividad o los pagos parciales en especie son la norma.

En los países en los que la brecha salarial es significativa, proporcionamos formación en materia de finanzas a los agricultores y les ayudamos a mejorar la productividad y la eficiencia de sus explotaciones —y, por tanto, sus ingresos generales— para que estén en mejores condiciones de pagar el salario mínimo a sus trabajadores. Un componente clave de este esfuerzo es ayudar a los agricultores a gestionar sus costes de forma responsable, contratando a los trabajadores solo cuando sea necesario y en función del tamaño de sus tierras. En Mozambique, por ejemplo, nuestro proveedor llevó a cabo una campaña de concienciación sobre la sobrecontratación que disuadió a las explotaciones de 0,67 hectáreas o menos de contratar trabajadores a tiempo completo, lo que se tradujo en una reducción del 60% de las explotaciones que contrataban trabajadores a tiempo completo en esta categoría.

En determinadas zonas geográficas, la formalización de los salarios mínimos plantea importantes retos. Por

Tipos de acciones rápidas registradas en 2020 relacionadas con cuestiones de seguridad en el entorno del trabajo



Exposición a la GTS por no llevar el EPI	34%
Alojamiento laboral inseguro o insuficiente	23%
Los CPA almacenados de forma que pueda causar un accidente de salud y seguridad	22%
Exposición a la GTS por no llevar el EPI	18%
Otros	3%

Salario mínimo para los trabajadores

Los ingresos obtenidos durante un periodo de pago, o temporada de cultivo, deben ser suficientes para satisfacer las necesidades básicas de los trabajadores. Nuestro [código PTA](#), exige que los salarios de todos los trabajadores (incluidos los temporales, por productividad, estacionales y migrantes) cumplan, como mínimo, la norma legal nacional o la norma de referencia agrícola formalizada. En un año típico de cosecha, menos de un tercio de los agricultores contratados que abastecen a PMI o a sus proveedores (más de 100.000 agricultores) contratan trabajadores durante toda la temporada.

En 2020, nuestro seguimiento de los salarios cubrió el 92% de los agricultores contratados en nuestra cadena de suministro de tabaco. En 2020, el 65% de los trabajadores agrícolas cobraban al menos el salario mínimo. Los técnicos de campo registraron un total de

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco (continuación)

ejemplo, en la India, donde el salario mínimo nacional es un reto, nuestra evaluación por parte de terceros demostró que varios agricultores pagaban por debajo del salario mínimo y que las trabajadoras solían cobrar menos que los hombres por el mismo tipo de trabajo, en clara violación del código PTA. La informalidad del empleo laboral ha sido uno de los mayores retos para hacer cumplir el salario mínimo legal nacional. Los trabajadores suelen ser contratados para determinadas tareas y se les paga mediante diferentes modalidades de pago, como el pago diario, el basado en el volumen y el pago por productividad. Y es habitual que los agricultores y los trabajadores acuerden una tarifa que, aunque esté en consonancia con las tarifas vigentes en la comunidad, suele ser inferior al salario mínimo legal. Para comprender mejor la complejidad de esta cuestión, en 2020 realizamos una investigación documental con el apoyo de twentyfifty, una consultora de derechos humanos y empresas. El objetivo de esta investigación era comprender los factores que influyen en el mecanismo de fijación de salarios en el sector agrícola a través de la participación de las partes interesadas de diferentes empresas y organizaciones. La principal conclusión de este ejercicio de evaluación comparativa es que la concienciación, la falta de documentación de los salarios y la aplicación del salario mínimo nacional siguen siendo débiles. Además, esperamos que los esfuerzos por promover unos ingresos dignos para nuestros agricultores contratados contribuyan a su vez a mejorar los niveles de ingresos de sus trabajadores. A este respecto, nuestro principal objetivo será aumentar la eficiencia y la productividad de los agricultores. También estudiaremos la introducción de la mecanización en las diferentes etapas del tabaco. Por otro lado, dada la vulnerabilidad de las mujeres en la economía rural, también desarrollamos proyectos de capacitación y formación financiera, así como grupos de autoayuda que trabajan con los programas gubernamentales existentes y las iniciativas de microempresas.

Siguientes pasos

En 2020, alcanzamos importantes hitos, logrando dos objetivos de Step Change de PTA:

- El 100% de los agricultores y trabajadores contratados tienen acceso a los EPI.
- El 100% de los trabajadores agrícolas del tabaco disponen de un alojamiento seguro y adecuado.

Seguiremos trabajando para alcanzar nuestros objetivos de 2022 y 2025.

2021 marca el décimo aniversario del programa PTA de PMI. Tenemos previsto celebrar el progreso y los logros de nuestro programa PTA, publicando un informe dedicado. Seguiremos publicando trimestralmente **actualizaciones del progreso** sobre temas o países concretos.

Seguiremos reforzando la supervisión de la aplicación de nuestro **código PTA**, y mejoraremos nuestra eficacia y coherencia a la hora de responder a los problemas identificados. Pondremos a prueba el nuevo marco de aprendizaje para que los técnicos de campo y la comunidad del PTA sigan adquiriendo capacidades y comprendiendo nuestros requisitos. Además, realizaremos verificaciones externas en Argentina, México, Mozambique, Pakistán, Filipinas y Turquía. También esperamos que Control Union realice evaluaciones en China e Indonesia en 2021, si las condiciones relacionadas con la pandemia así lo permiten.

Y lo que es más importante, a medida que sigamos ampliando nuestro seguimiento de los incidentes de trabajo infantil más allá del trabajo peligroso, nos propondremos analizar también el impacto de nuestras iniciativas utilizando indicadores desarrollados con nuestro socio experto Verité. Esto nos permitirá perfeccionar nuestra labor en materia de trabajo infantil, entornos laborales seguros y salarios mínimos.

Esperamos publicar una versión revisada de nuestras directrices de seguimiento sobre las áreas prioritarias de Step Change, así como nuevas orientaciones sobre WASH. Estas se compartirán con nuestros proveedores y aportarán más coherencia, claridad y normalización. En 2021, también desarrollaremos un video de formación sobre WASH para concienciar a nuestros técnicos de campo y a los agricultores sobre lo que significa "WASH", cómo afecta a su salud y bienestar, y por qué PMI supervisará continuamente el acceso al agua, el saneamiento y la higiene. Este video se mostrará en una tableta a los agricultores sobre el terreno y estará disponible en varios idiomas para facilitar su comprensión. Seguiremos reforzando nuestro programa WASH sobre el terreno, y concretamente en Malawi y Mozambique, donde empezaremos a centrarnos en la rehabilitación de los pozos de sondeo inservibles.

Uno de los principales objetivos para 2021 será seguir aplicando nuestra estrategia para garantizar que los agricultores contratados consigan unos ingresos dignos, aprovechando las conclusiones de los estudios sobre los ingresos dignos y las encuestas sobre los ingresos de los agricultores realizadas en 2020. En 2021, seguiremos ampliando las zonas geográficas para realizar estudios de ingresos dignos, con la cobertura de Filipinas, India, Grecia, México y Brasil. Además, iniciaremos estudios de ingresos de agricultores de terceros en Argentina y México, al tiempo que seguiremos reforzando y supervisando nuestro análisis interno de los ingresos de los agricultores.

Puntos destacados del rendimiento de 2020

Ver cifras de rendimiento >



De los agricultores contratados que obtienen unos ingresos dignos



De los agricultores y trabajadores agrícolas que tienen acceso a equipos de protección personal para la aplicación de los CPA y la prevención de la GTS



Prevalencia del trabajo infantil en las explotaciones contratadas por PMI directamente o por los proveedores de tabaco de PMI



De trabajadores agrícolas del tabaco a los que se les proporciona un alojamiento seguro y adecuado (cuando corresponda)

NIVEL 1

Salud, seguridad y bienestar en el trabajo

Un entorno que mantenga la seguridad y proteja el bienestar de todos es un requisito previo para el trabajo productivo. Nos comprometemos a proporcionar un entorno de trabajo seguro para todos los empleados, contratistas y visitantes. Nuestra responsabilidad no se detiene en la puerta de la fábrica; esperamos que nuestros proveedores y cultivadores de tabaco mantengan también la seguridad de sus trabajadores.

[Leer más >](#)


Empleados en las instalaciones de fabricación de Papastratos, la afiliada griega de PMI

Hacer lo correcto

Si nos aseguramos de que todas las personas que trabajan con nosotros disfruten de un entorno laboral seguro y saludable, y prestamos atención a su bienestar físico y mental, podemos influir positivamente en sus vidas más allá del tiempo que pasan en el trabajo. Además de los beneficios que proporciona a nuestra empresa y a nuestra gente, ayuda a disminuir las demandas de los sistemas sanitarios nacionales.

El caso empresarial

Mantener un lugar de trabajo feliz, seguro y saludable no solo es bueno para los empleados, sino también para nuestra empresa; los trabajadores felices están más comprometidos, son más productivos y tienen más probabilidades de quedarse en la empresa. Por lo tanto, la promoción de un entorno de trabajo seguro y saludable es clave para PMI y nuestro negocio. Asegurarse de que nuestros empleados están mentalmente bien, socialmente estimulados y físicamente seguros es tan importante como velar por su seguridad financiera. Ayuda a gestionar los costes operativos y a fomentar una cultura que atraiga y retenga a grandes personas. En resumen, aplicar una sólida gestión de la salud, la seguridad y el bienestar crea y protege el valor. Aumenta la moral, fomenta el trabajo en equipo, incrementa la productividad, reduce el absentismo, aumenta la satisfacción laboral y refuerza el compromiso. Una plantilla altamente motivada, dedicada y productiva es el factor clave de la transformación empresarial de PMI.

Nuestro objetivo

<0,3

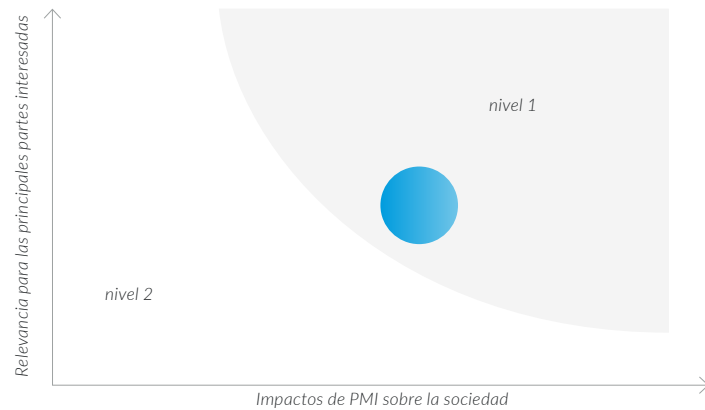
Tasa total de incidentes que se pueden registrar para empleados y contratistas en 2025

Salud, seguridad y bienestar en el trabajo

Descripción del tema

Para PMI, la salud, la seguridad y el bienestar en el trabajo significa promover un entorno laboral que proteja el bienestar físico y mental de todos los implicados.

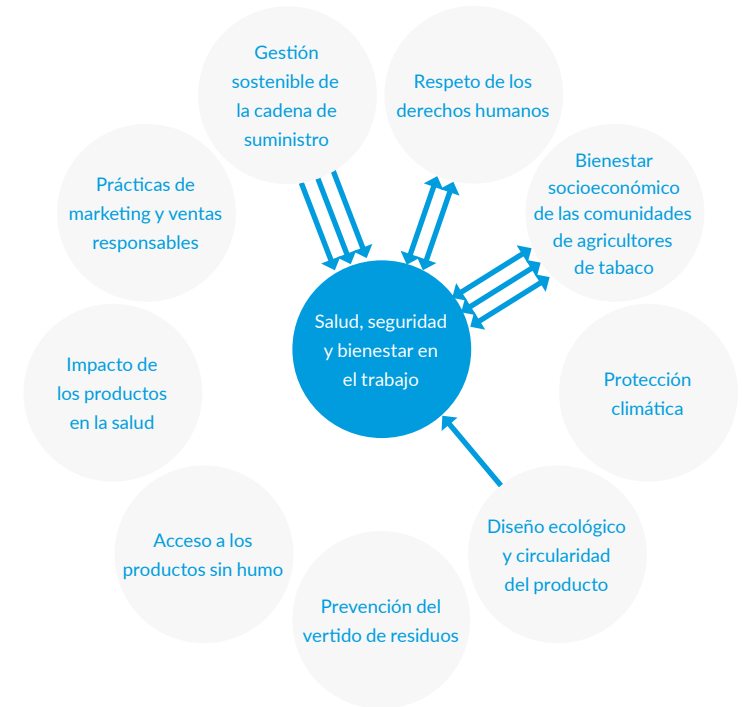
Relevancia del tema: Materialidad



Impacto en nuestra cadena de valor

- Flujo ascendente
- Operaciones de PMI
- Flujo descendente

Conectividad con nuestros otros temas de sostenibilidad del nivel 1



Fuerza de la interacción: → Baja ⇒ Media ≡ Alta
 Naturaleza de la interacción: ■ Habilitar o reforzar ■ Limitar o requerir compensaciones

Principales partes interesadas



Megatendencias



Contribución a los ODS



Salud, seguridad y bienestar en el trabajo (continuación)

Conseguir nuestros objetivos

Nuestro objetivo es conseguir un lugar de trabajo que promueva la salud, la seguridad y el bienestar de nuestros trabajadores. Hemos incorporado metodologías claras, procedimientos y controles sólidos en nuestras fábricas, oficinas y flota con el fin de garantizar la seguridad de nuestros empleados y de otras personas que se encuentran en las instalaciones de PMI.

Las condiciones de trabajo en PMI se rigen por nuestra guía para el éxito, **Guidebook for Success** (nuestro código de conducta), y nuestros principios y prácticas de salud, seguridad y protección. El director global de People & Culture y el vicepresidente senior de Operations de PMI supervisan la estrategia y el rendimiento de la empresa en este ámbito.

La salud y la seguridad de los empleados y contratistas están cubiertas por nuestros sistemas de gestión, que se basan en directrices y normas reconocidas, incluida la ISO 45001, y se evalúan y auditan interna y externamente. Estos sistemas nos permiten supervisar los resultados en materia de salud y seguridad en todas nuestras instalaciones de fabricación, oficinas y en nuestra flota. Actualizamos periódicamente nuestras normas y formamos a nuestro personal para asegurarnos de que los equipos comprenden y se ajustan a los requisitos.

Llevamos a cabo evaluaciones de riesgo para identificar los peligros y aplicar los controles necesarios. Nuestros objetivos corporativos sobre incidentes nos ayudan a evaluar la eficacia de nuestras políticas y programas de seguridad. Nuestros indicadores de salud y seguridad son verificados externamente por SGS.

i [Ver la declaración de verificación externa, External Verification Statement, de nuestros datos medioambientales y de salud y seguridad](#)

Nuestros programas de formación, impartidos en diversos formatos, abarcan todos los aspectos de la salud y la seguridad, incluida la evaluación de riesgos, la gestión de la seguridad, la investigación de incidentes y las normas y procedimientos.

La salud y la seguridad en nuestras fábricas están coordinadas de forma centralizada por nuestro equipo de Global Manufacturing. A nivel de las instalaciones, cada una de ellas cuenta con un equipo especializado que garantiza el cumplimiento de las normas sobre el terreno. Los miembros del equipo desafían constructivamente a sus compañeros y se benefician de las auditorías cruzadas de colegas de otros centros. Todos los incidentes en nuestras operaciones de fabricación se someten a un profundo análisis de la causa raíz, y aplicamos el mismo enfoque exhaustivo a todos los contratistas de nuestras instalaciones de fabricación. Utilizamos sistemas de observación del comportamiento (BOS) en nuestras fábricas para inculcar una cultura en la que todos se impliquen en la apertura, la atención, la observación y el refuerzo del comportamiento. Impulsamos este cambio de cultura mediante la comunicación con los empleados y las alertas de seguridad o los tablones de anuncios. La contribución de cada persona cuenta, hecho que reconocemos mediante premios y otros medios de reconocimiento. A través de los BOS, estamos incorporando la seguridad en el ADN de la organización de forma planificada, estructurada y estandarizada. Contribuirá de forma significativa a la consecución de nuestro objetivo de seguridad. Cada año, llevamos a cabo evaluaciones para valorar el nivel de cultura de seguridad de nuestros centros y encuestamos a los empleados para identificar oportunidades de mejora.

Destinamos un total de más de 160 personas a la gestión de la seguridad y la protección del mercado, incluida la seguridad de nuestra flota de alrededor de 23.000 vehículos, dirigida por nuestro director global de Security and Market Safety en coordinación con los comités locales de seguridad de la flota. Este personal se encarga de los programas de seguridad, la formación y el compromiso a nivel nacional, utilizando los diagnósticos de la flota y los indicadores de rendimiento para evaluar continuamente los progresos.

El sistema de gestión de la seguridad de la flota de PMI abarca la evaluación de riesgos, la formación de los conductores, la seguridad de los vehículos y el comportamiento de los conductores; nuestra política de adquisiciones garantiza las máximas características de seguridad en los contratos de la flota. En nuestras operaciones de flota, nuestro objetivo es reducir las colisiones de alta gravedad, con el objetivo permanente de eliminar por completo los accidentes mortales.

Estamos comprometidos con un enfoque integral para apoyar el bienestar de los empleados que aborda la salud física, emocional y mental. Proporcionamos a los empleados una serie de opciones de asistencia sanitaria adaptadas a las necesidades y contextos locales.

Muchos equipos de PMI gestionan y contribuyen a la salud y el bienestar de los empleados a nivel local del país o del sitio, incluidos los especialistas en salud y seguridad ocupacional y recursos humanos. Si bien este enfoque permite diseñar el apoyo al bienestar por y para las necesidades locales, es algo fragmentario e incoherente. En 2020, comenzamos a adoptar un enfoque más centralizado, por ejemplo, introduciendo un enfoque global para los programas de asistencia a los empleados, las opciones de trabajo flexible y el permiso parental. En 2021, la responsabilidad de una hoja de ruta global de bienestar integral recaerá en un nuevo cargo de director global de Health & Resilience, que dependerá del director de Diversity.



Un empleado en la planta de fabricación de PMI en Izmir, Turquía

Salud, seguridad y bienestar en el trabajo (continuación)

Progreso en 2020

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

[Leer más >](#)

0,12

Tasa total de incidentes registrables en 2020 (empleados, empleados contratados y contratistas)



Una empleada en la planta de fabricación de PMI en Guadalajara, México

Resultados en materia de salud y seguridad

Nuestra supervisión de los resultados en materia de salud y seguridad abarca tanto a los empleados de PMI como a los trabajadores contratados que están bajo la supervisión directa de PMI, pero que son empleados por una empresa de trabajo temporal (en 2020 teníamos unos 7.000 empleados contratados al mes). También tratamos de mejorar continuamente nuestra supervisión de los contratistas cuando están presentes en las instalaciones de PMI.

En 2020, en todas nuestras fábricas, oficinas y flota, nuestra tasa de incidentes con tiempo perdido (LTIR) para empleados, empleados contratados y contratistas fue de 0,08 (2019: 0,14). Más concretamente, fue de 0,07 (2019: 0,12) para empleados y contratados y 0,12 (2019: 0,23) para los contratistas. No establecemos objetivos para los incidentes con tiempo perdido, porque queremos tratar cada uno de los accidentes con el mismo nivel de importancia, calidad de análisis y acciones de mitigación, independientemente de que los accidentes

impliquen o no tiempo perdido. Nos ocupamos por igual de todos los tipos de lesiones que se producen en las personas que se encuentran en nuestras instalaciones: empleados, empleados contratados y contratistas.

Nuestra tasa total de incidentes registrables (TRIR) fue de 0,12 (2019: 0,22) —que se desglosa en 0,11 (2019: 0,20) para empleados y contratados y 0,16 (2019: 0,32) para los contratistas—.

Nuestras tasas de LTIR y TRIR mejoraron con respecto a 2019, gracias al fuerte compromiso de nuestra alta dirección, la formación continua y el desarrollo de capacidades, y una mayor conciencia de seguridad en toda la organización.

Estamos orgullosos de los progresos realizados hasta la fecha, pero seguimos siendo prudentes, ya que las circunstancias excepcionales de 2020 impulsadas por la COVID-19 han influido positivamente en las cifras. Seguiremos reforzando nuestro seguimiento y mantendremos nuestro compromiso de lograr un TRIR inferior a 0,3 en 2025 de forma sostenible.

Las siete principales causas directas de lesiones en 2020



Salud, seguridad y bienestar en el trabajo (continuación)

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

Proteger la salud y la seguridad de nuestros empleados durante la pandemia

Tras el brote de la pandemia de la COVID-19, actuamos con mucha antelación para proteger a nuestros empleados, a los contratados y a los contratistas, adoptando una postura de seguridad prioritaria que incluía la adopción de algunas prácticas mucho antes de las directivas gubernamentales.

Nuestros equipos de Security and Safety desempeñaron un papel fundamental en la gestión de situaciones especiales, Special Situations Management, dirigida globalmente por nuestro vicepresidente senior de Operations, que guió las decisiones con hechos y ciencia y desarrolló estrictas medidas de protección. Por ejemplo, limitamos los viajes y las reuniones ya en enero de 2020 y adoptamos medidas de "autocuarentena" en consecuencia. Seguimos promoviendo la distancia social y el teletrabajo, en la medida de lo posible, y reforzamos regularmente los consejos de higiene a todos los compañeros.

Nuestras fábricas, almacenes, laboratorios, equipos de campo y Leaf presentaron un desafío único, ya que muchos de esos empleados no pueden realizar su trabajo a distancia. Para todos esos empleados, pusimos en marcha medidas preventivas reforzadas, como la realización de pruebas frecuentes, el distanciamiento físico, el reparto de turnos y descansos, el uso de equipos de protección personal, la mejora de la ventilación en los edificios y el rastreo de contactos. Pedimos a los contactos cercanos y a cualquier persona que experimentara posibles síntomas del virus que se quedara en casa y tomamos medidas

para garantizar que los empleados más vulnerables puedan permanecer fuera del lugar de trabajo. También concedimos un reconocimiento económico especial a aquellos empleados que necesitaban estar presentes físicamente en sus lugares de trabajo habituales. Y, por supuesto, seguimos todas las restricciones y normas del gobierno.

A medida que la pandemia fue evolucionando a lo largo del año, nuestro plan de recuperación se centró en mitigar y gestionar el riesgo. Adoptamos una postura conservadora y de precaución, con criterios claros para ayudar a nuestras unidades de negocio en diferentes partes del mundo a identificar cuándo dar pasos hacia un retorno gradual al lugar de trabajo, así como cuándo volver a aplicar medidas restrictivas, si la situación lo justifica.

En los mercados donde las condiciones lo permitieron, procedimos a una reapertura gradual de nuestras oficinas. Reconfiguramos nuestros lugares de trabajo y limitamos el número de empleados en el lugar permitir el distanciamiento social. Además, adoptamos amplias medidas para mejorar los protocolos de salud y seguridad en nuestras instalaciones, como el aumento de la frecuencia e intensidad de la limpieza y desinfección, la obligatoriedad del uso de mascarillas y la realización de controles de temperatura y localización de contactos.

Promover la salud mental y el bienestar de los empleados en tiempos de incertidumbre

El ritmo de los cambios en el mundo laboral, unido a la transformación empresarial de PMI, puede crear estrés y ansiedad. En 2020, la pandemia y su consiguiente repercusión en la organización del trabajo aumentaron la ansiedad y reforzaron la necesidad de equipar a los empleados para afrontar mejor el estrés y la incertidumbre.

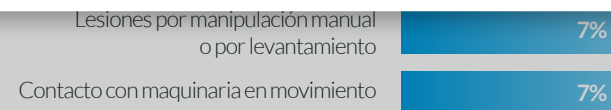
Además de la comunicación regular de la alta dirección, lanzamos un micrositio de la COVID-19 en el que compartimos actualizaciones, recursos y orientación relacionados con la pandemia y las medidas de salud y seguridad de PMI. También construimos una plataforma interna online a través de la cual los empleados de todo el mundo pueden compartir ideas creativas para manejar la vida y el trabajo durante estos tiempos difíciles. Nuestros equipos de formación desarrollaron un conjunto de recursos para ayudar a los empleados a adaptarse al trabajo a distancia y a desarrollar su capacidad de recuperación. Muchos de nuestros afiliados organizaron el envío de paquetes de atención de la COVID-19 a los empleados.

“Nuestra prioridad en la respuesta a la COVID-19 fue proteger la seguridad de nuestros empleados. El distanciamiento social y el trabajo a distancia resultaron eficaces, pero requirieron cambios sostenidos en los comportamientos de los empleados y supusieron desafíos. Establecimos mecanismos para estar en contacto con la gente y fomentar la interacción. La resistencia y la fuerza de nuestra empresa es un testimonio de nuestros más de 70.000 empleados en todo el mundo”.

Charles Bendotti
Director global de People & Culture de PMI



Una empleada en la planta de fabricación de PMI en Guadalajara, México



Salud, seguridad y bienestar en el trabajo (continuación)

Trabajar con contratistas

Los contratistas son trabajadores que están empleados o trabajan en nombre de una tercera empresa contratada por PMI, pero que permanecen bajo la supervisión directa de su empleador. Normalmente, estos trabajadores participan en acuerdos de proyectos específicos o de subcontratación.

Los contratistas con los que trabajamos son empleados de empresas con distintos enfoques y requisitos relacionados con la salud y la seguridad.

En 2020, tuvimos una media de unos 17.000 contratistas al mes en toda nuestra organización mundial. Su trabajo suele incluir proyectos específicos (como la instalación o construcción de maquinaria), la gestión de las instalaciones (como el mantenimiento de los edificios), la logística (como el transporte y la administración), o servicios como los comedores y los centros médicos disponibles en las instalaciones de PMI.

En 2020, nuestros equipos de salud y seguridad y de adquisiciones revisaron nuestras normas para definir mejor los requisitos de salud y seguridad y la medición del rendimiento de los contratistas que trabajan en las instalaciones de PMI. De ahora en adelante, estas medidas más detalladas reforzarán nuestros informes, ya que seguimos comprometidos con la consecución de un TRIR inferior a 0,30 para los empleados, empleados contratados y contratistas en 2025 de forma sostenible.

Aunque en años anteriores hemos tenido una tendencia de cero accidentes mortales en el mercado, lamentamos profundamente que en 2020 hayamos sufrido un accidente mortal en el mercado, en el que estaba implicado uno de nuestros contratistas. El accidente se produjo durante las actividades de mercado en Indonesia, en circunstancias difíciles relacionadas con el incumplimiento de las normas básicas de seguridad en el trabajo en altura. Se han llevado a cabo investigaciones detalladas para comprender las causas de fondo e identificar formas de prevenir estos sucesos en el futuro. Las lecciones aprendidas incluyen la mejora de los procesos en la gestión de los contratistas, en concreto para aumentar la concienciación sobre los riesgos del trabajo en altura y el uso seguro de las escaleras.

Seguridad en la fabricación

La certificación externa nos ayuda a mejorar continuamente e impulsar la eficiencia. En 2020, todas nuestras fábricas que producen el equivalente a más de tres mil millones de cigarrillos anuales lograron la certificación ISO 14001 e ISO 45001. El proceso de certificación global multisitio incluyó auditorías de terceros en una muestra de nuestros centros, demostrando que en todas nuestras fábricas están integradas las mejores prácticas.

En nuestras instalaciones de fabricación en 2020, nuestro LTIR para empleados y contratados fue de 0,07 (2019: 0,06). Nuestro TRIR fue de 0,13 (2019: 0,17). Si incluimos a los contratistas en el ámbito de aplicación, nuestro TRIR fue de 0,14, un descenso respecto al 0,2 de 2019. En 2020, no se produjo ninguna muerte de ningún empleado, empleado contratado ni contratista.

Tras el despliegue de los sistemas de observación del comportamiento (BOS) en 2019, continuamos en 2020 reforzando un enfoque de "cuidado activo" dirigido a centrar la atención de los empleados en los comportamientos de seguridad diarios: los suyos y los de los compañeros. A partir de las observaciones de los compañeros, el BOS permite tomar decisiones basadas en datos y nos ayuda a evaluar y mejorar nuestra estrategia de salud y seguridad. Seguimos involucrando a los empleados e impartiendo formación sobre el BOS a los equipos de la planta, los supervisores y los altos directivos de todas nuestras fábricas. A nivel mundial, involucramos a más del 90 por ciento de los empleados de nuestros centros de fabricación en los BOS en 2020, y realizaron una media de nueve observaciones por empleado cada mes, lo que contribuyó directamente a las mejoras en nuestro TRIR.

El aprendizaje y los datos del BOS nos ayudan a ajustar nuestras iniciativas y a informar acerca de nuestra estrategia. Tenemos previsto digitalizar el sistema en 2021, lo que nos permitirá conocer mejor las causas de los comportamientos inseguros y adaptar mejor nuestros programas de prevención.

Enfoque en la seguridad de la flota

Conducir representa un riesgo para los empleados de PMI. Tenemos unos 23.000 coches en la carretera, que recorren unos 370 millones de kilómetros al año. Los riesgos de seguridad a los que se enfrenta nuestro personal de ventas y distribución, especialmente los que van al volante, se agravan en las regiones donde las condiciones de las carreteras pueden ser peligrosas. Los accidentes de tráfico no solo afectan al personal de PMI, sino también al público, por lo que la gestión de la seguridad de la flota es una prioridad absoluta. A lo largo del año, reforzamos nuestro sistema de gestión de la seguridad de la flota, reforzando nuestros procedimientos y normalizando la notificación de incidentes. Seguimos contando con equipos de comités de seguridad de flotas en cada una de nuestras afiliadas,

compuestos por el responsable de la gestión local y representantes de las unidades de negocio pertinentes.

Los retos a los que nos enfrentamos para ofrecer unas condiciones de trabajo seguras están relacionados con el estado de las carreteras, la aplicación de la ley y la cultura de la conducción. Los conductores casi siempre trabajan solos, y reconocemos que, a veces, pueden estar estresados. La tecnología puede ayudar a gestionar estos riesgos, y utilizamos la telemática para controlar el comportamiento de los conductores y mejorar la seguridad y la eficiencia. A finales de 2020, alrededor del 35% de nuestros vehículos estaban equipados con telemática, y tenemos previsto que todos los coches de herramientas de trabajo estén equipados a finales de 2023.



Un empleado de la afiliada indonesia de PMI, Sampoerna, realiza una evaluación de la seguridad de la flota en Sukorejo, Indonesia

Salud, seguridad y bienestar en el trabajo (continuación)

En 2020, a nivel global, redujimos las colisiones por millón de kilómetros recorridos, consiguiendo un 0,53 (2019: 0,87), continuando la tendencia positiva de los últimos siete años (2014: 1,8). Debemos considerar el impacto de la COVID-19 en 2020 como un factor que contribuyó a mitigar adicionalmente el riesgo de exposición a colisiones, y hemos mejorado nuestro objetivo, que consiste en mantener nuestra tasa de colisiones por debajo de <0,65 en 2022.

Aunque seguimos reduciendo las colisiones, lamentamos profundamente que en 2020 se produjeran víctimas mortales en la carretera, que afectaron a un empleado de PMI y a cinco miembros del público. Los accidentes

se produjeron en dos países de Asia, en circunstancias difíciles relacionadas con la negligencia de técnicas básicas de conducción defensiva, como la anticipación al tráfico y el mantenimiento de velocidades seguras para las condiciones de la carretera o algunos elementos de conducción distraída. Se han llevado a cabo sólidas investigaciones para comprender qué es lo que ocurrió e identificar formas de prevenir estos sucesos en el futuro. Las lecciones aprendidas incluyen la necesidad de una plataforma de detección proactiva de la conducción arriesgada, que se base en un sólido programa de gestión de la seguridad de la flota y el equilibrio entre los programas de comportamiento, la implementación de la tecnología y una política de seguridad de la flota de PMI.



Empleadas de la oficina de la afiliada indonesia de PMI, Sampoerna, en Sukorejo, Indonesia

Bienestar de los empleados

Junto con los numerosos retos existentes, han surgido algunos aspectos positivos por la necesidad de adaptarse a la COVID-19. Uno de ellos es la aceptación de que el trabajo a distancia puede ser eficaz, productivo y, para algunos, una forma más satisfactoria de trabajar en comparación con un trabajo presencial a tiempo completo en el sitio. Dicho esto, el trabajo a distancia sostenido presenta sus propios retos, y la interacción en persona sigue siendo valiosa. Con esto en mente, hemos desarrollado un plan global y hemos adoptado un concepto de trabajo inteligente que hemos denominado "Smart Work" —un híbrido de trabajo a distancia y en la oficina— durante el verano como la nueva forma estándar de trabajar para PMI.

Nuestra filosofía de trabajo inteligente permite a los empleados definir formas más eficaces y eficientes de alcanzar sus objetivos mediante una mayor flexibilidad en la forma y el lugar de trabajo, lo que facilita el aumento de la productividad, la flexibilidad, el ocio y, en última instancia, el equilibrio en nuestra vida cotidiana. Se ha desarrollado un conjunto detallado de recursos para guiar a los mercados en su aplicación. El programa es una iniciativa posterior a la COVID-19. Debido al resurgimiento de la COVID-19 en muchos países durante la segunda mitad del año, hasta la fecha hemos lanzado Smart Work en tres mercados (India, Tailandia y Vietnam). En los mercados que aún no están cubiertos por Smart Work, nuestro programa FlexAbility, que permite el trabajo a distancia, la semana laboral comprimida, el empleo a tiempo parcial y los permisos no remunerados, que siguen estando disponibles, sujetos a las restricciones y orientaciones locales de la COVID-19.

A lo largo del año, lanzamos un programa global de asistencia al empleado que ofrece a los empleados y a sus familias apoyo psicológico y emocional, así como apoyo legal y financiero. Este programa se puso en marcha inicialmente en 52 países en los que el servicio no existía previamente y, a finales de 2020, 75 países formaban parte del programa mundial, que cubre más del 80% de nuestros empleados y sus familiares directos. Los primeros comentarios sobre el programa fueron positivos, con una utilización online con las normas mundiales para un programa de este tipo.

Durante las primeras fases de la pandemia, las comunicaciones de los altos cargos hicieron hincapié en la comprensión y la empatía con las situaciones personales y la presión adicional que las restricciones de la pandemia suponían para las personas y las familias. Establecieron la expectativa de que los gerentes de las personas fueran flexibles con las prioridades del trabajo, y los empleados priorizaran el cuidado de sí mismos y de sus familias. Organizamos varias mesas redondas con altos cargos, empleados y expertos externos y facilitamos conversaciones en nuestro canal interno de redes sociales para concienciar sobre la atención sanitaria mental y no estigmatizar las luchas y la petición de ayuda. También tenemos una plataforma de formación online con recursos externos de expertos en salud mental. Organizamos talleres de creación de capacidades de resiliencia integrales para nuestros 200 principales líderes. Estos talleres definen la resiliencia como el hecho de hacer frente al estrés cotidiano sin comprometer el bienestar, afrontar los contratiempos y adaptarse al cambio y prepararse de forma proactiva para los retos futuros.

En el marco de nuestra escucha periódica de los empleados, una vez al año les pedimos que respondan a la siguiente pregunta: ¿Cómo calificaría su bienestar psicológico o emocional actual? Esto se mide en una escala de cinco puntos, desde muy malo hasta muy bueno. En 2020, el 58% de los empleados respondió "bien" o "muy bien". Haremos un seguimiento de los avances en este indicador y nos proponemos lograr un aumento del 5% en 2021.

Salud, seguridad y bienestar en el trabajo (continuación)

Crear un futuro sin humo empieza con nosotros: liderar con el ejemplo

En toda la organización, desde nuestras oficinas hasta nuestras fábricas, estamos cumpliendo nuestra parte para hacer realidad nuestra visión de un futuro sin humo.

Para cualquier persona y, a su vez, para un empleado de nuestra empresa, un futuro sin humo significa dejar los cigarrillos para siempre. La siguiente mejor opción para aquellos que de otro modo seguirían fumando es cambiar completamente a una alternativa sin humo, como un producto de vapor electrónico o de tabaco calentado. Nuestro programa Smoke-Free Employer para empleadores sin humo da vida a esta creencia, con acciones concretas e información para educar y transformar nuestra fuerza laboral y nuestros lugares de trabajo. Al ser una gran organización, es imperativo que seamos tan claros y directos con nuestros propios equipos sobre cuál es el futuro sin humo, igual que lo somos con el resto del mundo.

La base del programa empieza por reforzar el mensaje a los empleados de que fumar es perjudicial y animarles a dejar por completo la nicotina y los productos del tabaco. El programa también informa a quienes, de otro modo, seguirían fumando de que existen mejores alternativas a los cigarrillos. Junto con la educación y la concienciación, hemos creado sesiones para comprender esas alternativas y la ciencia que las sustenta, para que los empleados tengan más información a la hora de tomar decisiones. La última pieza del programa Smoke-Free Employer es la adopción de todas las medidas disponibles para prohibir que se fumen cigarrillos en el interior de las viviendas, eliminar las salas de fumadores y que los empresarios ofrezcan el uso de alternativas sin humo de acuerdo con las leyes y reglamentos locales.

Las afiliadas de PMI de todo el mundo han aplicado este programa. Una vez que los centros hayan implantado con éxito el programa Smoke-Free Employer, podrán solicitar la certificación "Smoke-Free Culture" por parte de un organismo independiente. El protocolo para la certificación "Smoke-Free Culture" fue desarrollado por TÜV AUSTRIA. Está disponible para organizaciones como eventos, corporaciones y autoridades públicas (por ejemplo, municipios), y reconoce su compromiso de reducir el consumo de tabaco y de cigarrillos mediante acciones tangibles y objetivos que se pueden medir. Las organizaciones certificadas como "Smoke-Free Culture" planifican, apoyan, aplican, supervisan y mejoran continuamente un conjunto de acciones con el objetivo de garantizar la visión de una cultura sin humo.

La afiliada griega de PMI Papastratos fue la primera en implementar el programa Smoke-Free Employer y en obtener la certificación "Smoke-Free Culture" en 2018. Hasta la fecha, además de Grecia, las oficinas de las afiliadas de PMI en Canadá, Japón, Lituania, la República Checa, la República Eslovaca y el Reino Unido han obtenido la certificación "Smoke-Free Culture". Actualmente se están preparando otras afiliadas para el proceso de certificación, y nuestro objetivo es que PMI se convierta en la primera empresa certificada globalmente como "Smoke-Free Culture".



Nuestro objetivo es que PMI se convierta en la primera empresa certificada globalmente como "Smoke-Free Culture"

Siguientes pasos

A finales de 2020, muchos países se enfrentaron a una segunda oleada de la COVID-19, y los gobiernos establecieron nuevos requisitos para intentar frenar la propagación del virus. Para contribuir a los esfuerzos de mitigación, seguimos comprometidos con la promoción de las conductas y medidas recomendadas por las autoridades y los expertos en salud pública. Seguiremos siendo diligentes y estaremos preparados para reaccionar según evolucione la situación.

En nuestras instalaciones de fabricación y en nuestra flota, seguiremos llevando a cabo iniciativas para mejorar la seguridad y cumplir los objetivos nacionales y mundiales.

Las prioridades específicas para 2021 son establecer una hoja de ruta integrada, basada en datos, de acciones prioritarias para apoyar el bienestar integral de los empleados en toda la empresa. Esto incluirá la promoción acelerada del apoyo a la salud mental en todo el mundo. Seguiremos fomentando activamente que se hable de la salud mental y se compartan historias para reducir el estigma, así como proporcionando formación a los empleados y a los responsables de línea para que comprendan el impacto de los problemas de salud mental, reconozcan los signos de lucha y sepan cómo apoyarse a sí mismos y a sus equipos.

Puntos destacados del rendimiento de 2020

[Ver cifras de rendimiento](#)



0,12

Tasa total de incidentes registrables (TRIR) por cada 200.000 horas trabajadas para empleados, empleados contratados y contratistas de PMI



100%

De nuestras instalaciones de fabricación certificadas como OHSAS 18001 e ISO 14001

NIVEL 2

Entorno de trabajo diverso e inclusivo

Creemos que las plantillas diversas e inclusivas fortalecen a las empresas y a la sociedad, al impulsar la innovación, la creatividad, la capacidad de respuesta al cambio, el rendimiento, la motivación de los empleados, el compromiso y el bienestar. El objetivo de PMI es mantener un entorno inclusivo en el que todos los empleados se sientan respetados, apoyados y comprometidos, y por tanto capaces de rendir al máximo. Estamos comprometidos a mejorar el lugar de trabajo mediante el fomento de una cultura inclusiva y potenciando nuestra diversidad.


[Leer más online](#)


Apoyo de la comunidad

Apoyar a las comunidades en las que operamos significa principalmente contribuir al desarrollo local mediante inversiones en la comunidad, donaciones benéficas y el voluntariado de los empleados.


[Leer más online](#)


Condiciones de trabajo justas

Para PMI, las condiciones de trabajo justas se definen como la conducción de relaciones laborales efectivas a través del compromiso continuo y el diálogo social, que promueven la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.


[Leer más online](#)


Captación, retención y contratación de talentos

Para PMI, la gestión del talento incluye dos áreas principales de atención: Ofrecer un lugar de trabajo atractivo para los futuros empleados y en el que los empleados actuales puedan crecer personal y profesionalmente, y desarrollar carreras que les satisfagan y comprometan; y abordar de forma responsable el futuro del trabajo teniendo en cuenta las posibles repercusiones de la automatización, la digitalización y la transformación empresarial.


[Leer más online](#)


TRABAJAMOS PARA

Proteger el medioambiente

La gestión medioambiental eficaz en nuestras operaciones y cadena de valor va más allá del cumplimiento de las leyes y normativas aplicables. Nos comprometemos a mejorar continuamente nuestras actividades empresariales para alcanzar los más altos niveles de sostenibilidad, en línea con nuestro compromiso medioambiental, Environmental Commitment.

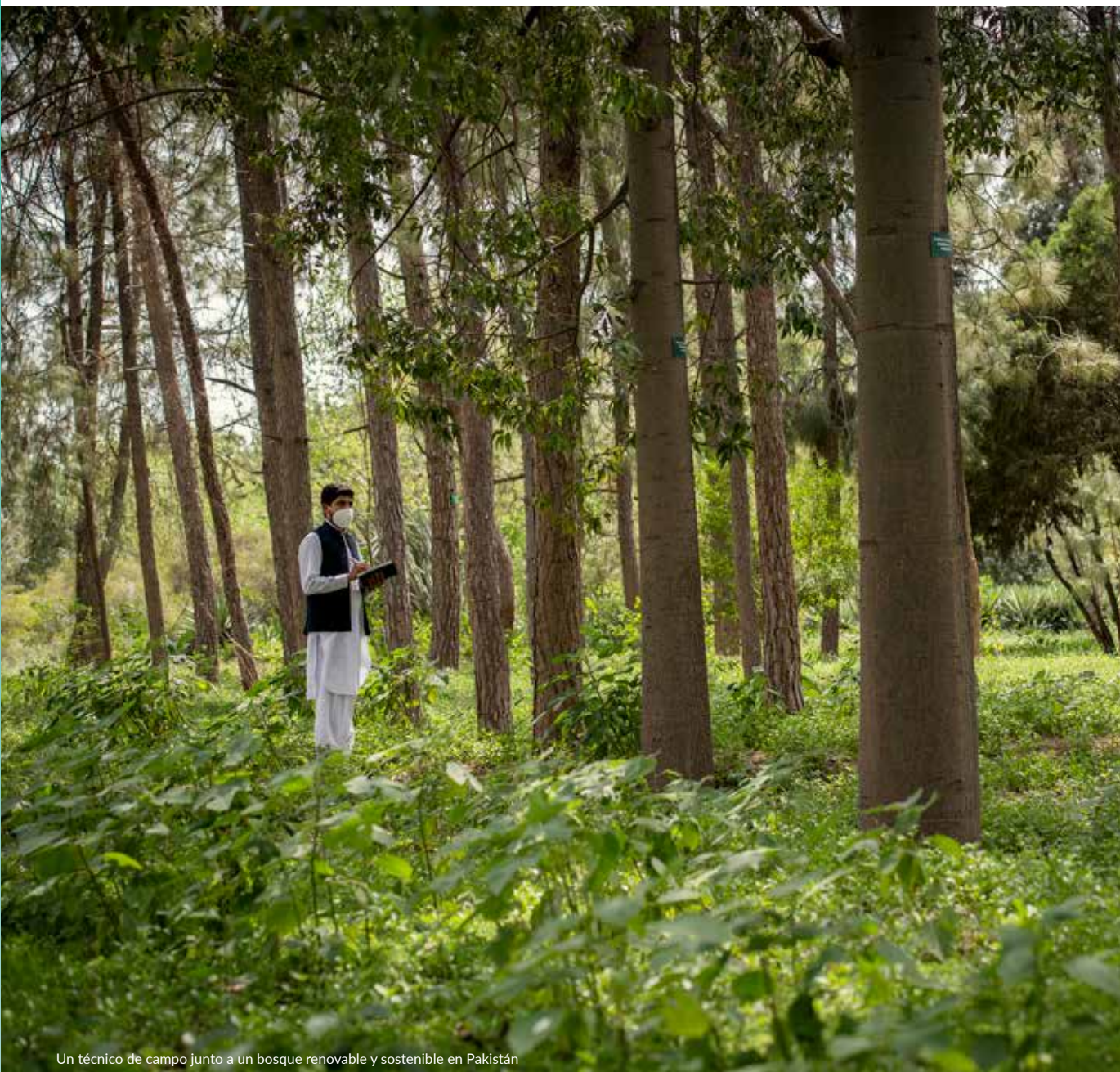
Aunque es vital mejorar el rendimiento medioambiental de nuestras operaciones de fabricación, la mayor parte de nuestro impacto ecológico se produce en otras partes de nuestra cadena de valor, especialmente en el cultivo y el secado del tabaco, y en los residuos de los consumidores. Trabajar en colaboración con los cultivadores de tabaco, los proveedores, los minoristas, las ONG y los gobiernos es fundamental para alcanzar nuestros objetivos medioambientales.

En esta sección

NIVEL 1	Protección climática	p.99
	Prevencción del vertido de residuos	p.112
	Diseño ecológico y circularidad del producto	p.116

Más información

NIVEL 2	Conservación forestal	↗
	Biodiversidad	↗
	Gestión del agua	↗
	Reducción de residuos	↗



Un técnico de campo junto a un bosque renovable y sostenible en Pakistán

NIVEL 1

Protección climática

El cambio climático es una de las principales amenazas a las que se enfrenta la sociedad. Existe un consenso científico sobre los objetivos necesarios de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI); lo que se necesita ahora es la acción de todas las partes de la sociedad para alcanzarlos. PMI ha sido reconocido como líder climático y seguimos trabajando estrechamente con los proveedores para alcanzar nuestros objetivos basados en la ciencia.

[Leer más >](#)


Semillero de tabaco en Salta, Argentina

Hacer lo correcto

La crisis climática, tal y como reconoce la comunidad internacional, amenaza los medios de vida, especialmente los de las personas más vulnerables del mundo. Afecta a los derechos humanos, la biodiversidad, el acceso al agua, la salud mundial y la seguridad alimentaria, y agrava los cambios medioambientales como la degradación de los ecosistemas, la sequía, las inundaciones y la desertificación. Aunque la ciencia nos dice que el cambio climático es irrefutable e inevitable, también nos dice que no es demasiado tarde para limitar el calentamiento a los 1,5 grados centígrados que se consideran el límite a partir del cual los impactos serán catastróficos. Esto requerirá transformaciones fundamentales en todos los aspectos de la sociedad: cómo cultivamos los alimentos, cómo utilizamos la tierra, cómo transportamos las mercancías y cómo impulsamos nuestras economías. Actualmente, el gran reto es encontrar una forma de alinear eficazmente los sectores público y privado para emprender acciones críticas y dejar de lado los actuales enfoques y objetivos por separado. Como empresa con una huella medioambiental multinacional, PMI continuará desempeñando un papel para contribuir a abordar esta crisis.

El caso empresarial

Reconocemos que el cambio climático es tanto un riesgo como una oportunidad. Cambia los patrones climáticos, lo que es particularmente importante para empresas como la nuestra con una cadena de suministro agrícola. El cambio climático también amenaza las instalaciones y operaciones, las cadenas de suministro y distribución, así como el acceso a las redes eléctricas y al agua. En PMI estamos tomando medidas para reforzar la resistencia a los impactos climáticos, reducir nuestras emisiones de GEI, aplicar tecnologías innovadoras de baja emisión de carbono y apoyar las políticas que permitan una transición suave hacia una economía de baja emisión de carbono. De forma sistemática, expresamos nuestro apoyo a las políticas climáticas nacionales y mundiales que nos ayudan a planificar el crecimiento del negocio, ya que creemos que unas políticas climáticas eficaces nos dan más seguridad para la planificación y las inversiones a corto y largo plazo, además de ayudarnos a anticiparnos mejor a los riesgos normativos y a aprovechar las oportunidades económicas. Además, hemos revisado nuestro enfoque de la fijación del precio del carbono, que consideramos una herramienta poderosa para considerar el impacto potencial de los impuestos externos sobre el carbono. Pero más allá de ayudar a mitigar el riesgo relacionado con las inversiones que podrían quedar estancadas con la regulación de las emisiones de carbono, la fijación del precio del carbono en la sombra y la tasa del carbono nos permiten ser más eficientes y comunicar a las partes interesadas, incluidos los inversores, cómo estamos tomando decisiones, y gestionar de manera eficiente el cambio de las actividades de alto carbono a las de bajo carbono.

Nuestros objetivos

Cero neto

Lograr la neutralidad en carbono de las operaciones directas de PMI (alcance 1+2) para 2030

Cero neto

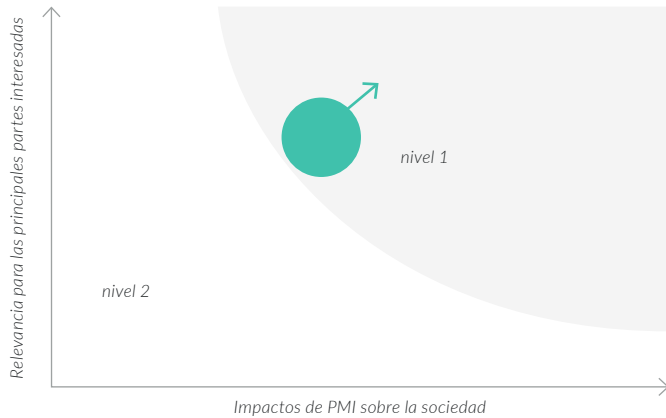
Lograr la neutralidad en carbono de la cadena de valor de PMI (alcance 1+2+3) para 2050

Protección climática

Descripción del tema

Para PMI, la protección del clima significa mitigar el cambio climático mediante la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y el consumo de energía, al tiempo que se adapta al cambio climático mejorando la resiliencia en toda nuestra cadena de valor.

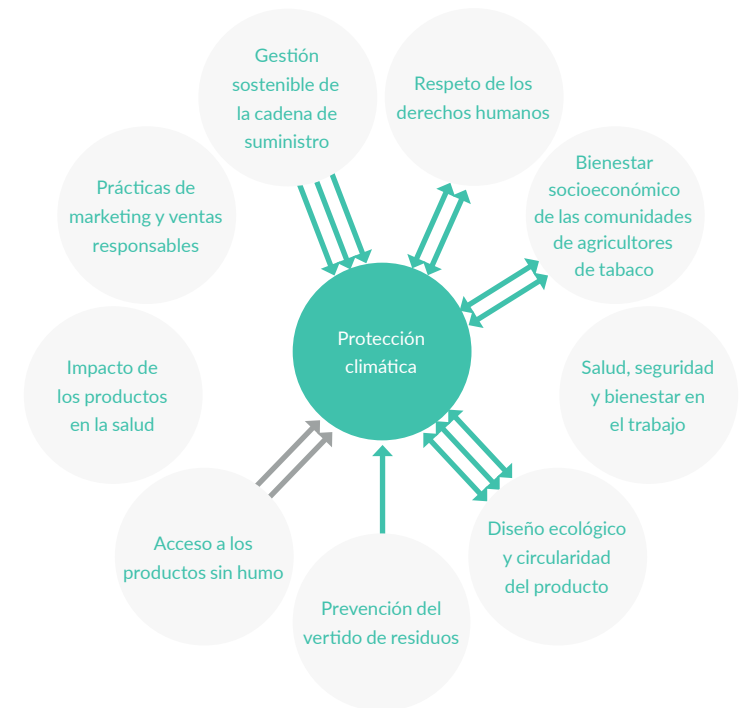
Relevancia del tema: Materialidad



Impacto en nuestra cadena de valor

- Flujo ascendente
- Operaciones de PMI
- Flujo descendente

Conectividad con nuestros otros temas de sostenibilidad del nivel 1



Principales partes interesadas



Megatendencias



Contribución a los ODS



Protección climática (continuación)

Conseguir nuestros objetivos

La estrategia climática de PMI tiene como objetivo abordar los riesgos pertinentes del cambio climático y fomentar la resiliencia, al tiempo que se aprovechan las oportunidades que ofrece un futuro con bajas emisiones de carbono. Para cumplir nuestra ambición climática, nos basamos en una sólida contabilidad de la huella de carbono, en un buen análisis de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático, en objetivos ambiciosos, en estructuras claras de gestión y gobierno, y en facilitadores clave como fijar internamente precios del carbono.

El año pasado marcó un hito en nuestra trayectoria de sostenibilidad, ya que muchos de los objetivos los habíamos fijado para 2020. Logramos o superamos la mayoría de ellos. Como anticipamos en el anterior informe, aumentamos nuestra ambición y reforzamos aún más la estrategia climática en 2020, aprovechando los progresos realizados hasta ahora.

A la vista de nuestros resultados, creemos que podemos alcanzar el objetivo de neutralizar las emisiones de carbono en las operaciones directas para 2030 antes de lo previsto. Asimismo, mantenemos nuestro compromiso de lograr emisiones netas cero en toda la cadena de valor para 2050.¹

Para alcanzar nuestros objetivos de neutralidad en carbono, nos centramos principalmente en reducir sus emisiones absolutas. Para orientar el trabajo en los próximos años, hemos revisado nuestros objetivos de reducción de las emisiones absolutas de CO₂e en 2020 para ajustarnos a un escenario de aumento de las temperaturas globales de no más de 1,5 grados centígrados por encima de los niveles preindustriales. Al hacerlo, nos ajustamos a las recomendaciones del informe de 2018 del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC). También hemos actualizado nuestra base de referencia, trasladándola de 2010 a 2019, para tener en cuenta los cambios en nuestra huella y modelo de negocio.

Nuestros nuevos objetivos, evaluados y aprobados por la iniciativa Objetivos de Base Científica (SBTi) en 2020, nos comprometemos a lo siguiente:

- Reducir las emisiones absolutas de GEI de alcance 1+2 en un 50% para 2030 a partir de un año base 2019.
- Reducir las emisiones absolutas de GEI de alcance 3 en un 50% en el mismo plazo.²

Con el fin de cumplir nuestros objetivos, adoptamos un enfoque integral de tres partes para reducir las emisiones: En primer lugar, tratamos de reducir el consumo y optimizar la eficiencia. En segundo lugar, minimizamos el uso de combustibles fósiles y promovemos el cambio a las energías renovables. En tercer lugar, una vez que hemos maximizado la reducción de las emisiones, compensamos el resto de las emisiones inevitables. Cuando es posible, damos prioridad a los proyectos de implantación en nuestra cadena de suministro; alternativamente, compramos créditos de carbono certificados.

Nuestro trabajo de neutralidad en carbono abarca toda la cadena de valor, que se extiende desde el suministro de tabaco y otros materiales hasta la producción, el envasado, la comercialización, el uso y el final de la vida útil de nuestros productos. Guiados por nuestro modelo de huella, tenemos objetivos y estrategias a medida que tienen en cuenta los impactos climáticos más significativos en toda la cadena de valor.

Nuestro enfoque para descarbonizar las operaciones y cadena de valor se guía por varias políticas corporativas. La reducción del consumo de energía y de las emisiones de carbono está integrada en varios de nuestros documentos, como el compromiso medioambiental, **Environmental Commitment**, la guía para el éxito, **Guidebook for Success** (el código de conducta de PMI), los principios de abastecimiento responsable, **Responsible Sourcing Principles**, y el programa de buenas prácticas agrícolas, **Good Agricultural Practices**. Los esfuerzos que realizamos para proteger los bosques, como mecanismo fundamental de regulación del clima, se ajustan a nuestro manifiesto de deforestación cero, **Zero Deforestation Manifiesto**. El consolidado sistema de gestión medioambiental que hemos adoptado y que se basa en normas internacionales como la ISO 14001 respalda la aplicación de nuestras políticas medioambientales en todas nuestras operaciones.

¹ Las emisiones netas de GEI se consiguen cuando las emisiones antropogénicas se equilibran globalmente con las absorciones antropogénicas durante un periodo determinado (fuente: World Resources Institute)

² El límite de nuestros objetivos incluye las emisiones biogénicas y las eliminaciones de las materias primas bioenergéticas

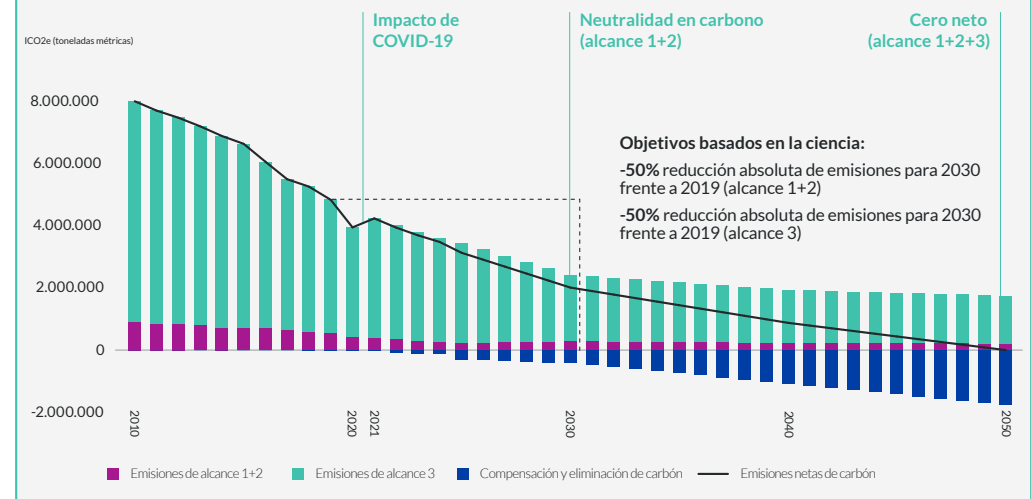
Compromiso con las partes interesadas

Sabemos que la colaboración es fundamental para abordar con éxito el cambio climático y alcanzar el ODS 13 de la ONU ("tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos"). PMI se asocia, apoya, participa y es miembro de iniciativas y organizaciones relacionadas con la sostenibilidad, como el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), Business for Social Responsibility (BSR), CSR Europe y la coalición We Mean Business, que aprovechan el poder de la colaboración para aplicar soluciones a escala. En 2020, nuestro director general se unió a **una carta abierta** de sus homólogos en más de 170 empresas, inversores y redes de empresas e inversores, para pedir a los responsables políticos de la UE que apoyen un objetivo de reducción de las emisiones de GEI de la UE para 2030 de al menos el 55%. Además, tras el establecimiento de nuestros nuevos objetivos de reducción de emisiones basados en la ciencia y coherentes con el mantenimiento del calentamiento global en 1,5 grados centígrados por

encima de los niveles preindustriales, firmamos el compromiso "Business Ambition for 1,5°C", en respuesta al llamamiento a las empresas para que aumenten su ambición con el fin de tener la mejor oportunidad de hacer frente a la crisis climática. Nuestras afiliadas también pertenecen a asociaciones empresariales nacionales que colaboran con los gobiernos para avanzar en la protección del clima a nivel local.

Hemos recibido un reconocimiento externo por nuestros esfuerzos, alcanzando la máxima puntuación posible de 100 en las categorías de estrategia climática, información medioambiental y política medioambiental y sistemas de gestión del Índice Dow Jones de Sostenibilidad 2020. Divulgamos nuestros esfuerzos con el CDP anualmente, y en 2020 logramos una puntuación de **"triple A"** por liderazgo en sostenibilidad y mantuvimos nuestra posición en la Lista A de Cambio Climático por séptimo año consecutivo.

El camino de PMI hacia la neutralidad en carbono (alcance 1+2) para 2030 y hacia la neutralidad neta (alcance 1+2+3) para 2050



Este gráfico pretende ser indicativo; los datos subyacentes se basan en simulaciones e hipótesis reales hasta 2030 (basadas en nuestros objetivos de base científica), y en hipótesis simplificadas a partir de 2030

Protección climática (continuación)

Evaluar los riesgos y oportunidades del cambio climático

Junto con nuestro proceso de gestión integrada de riesgos, realizamos periódicamente una evaluación de los riesgos y oportunidades del cambio climático para comprender plenamente el impacto de PMI en toda nuestra cadena de valor. Este trabajo se ajusta a las expectativas internacionales, como las del Acuerdo de París para mitigar y adaptarse a los impactos climáticos, así como a las recomendaciones del Grupo de Trabajo sobre Divulgación Financiera Relacionada con el Clima (TCFD).

En 2019, realizamos la evaluación de riesgos más reciente de la empresa, algo que comentamos en el último informe, así como en [nuestra presentación al CDP](#).

“Hay que actuar con firmeza para reducir los riesgos de los impactos del cambio climático y detener la destrucción de la naturaleza. En PMI, estamos invirtiendo en programas innovadores y adoptando un enfoque multidisciplinar para reducir el impacto medioambiental de nuestros productos, operaciones y cadena de valor”.

André Calantzopoulos

Presidente ejecutivo del consejo de administración de PMI

Gobierno y gestión

Los sistemas de gobierno y gestión de PMI tienen como objetivo garantizar que los riesgos y oportunidades relacionados con el clima se tengan en cuenta en los procesos de toma de decisiones pertinentes. El comité de nombramientos y gobierno corporativo, Nominating and Corporate Governance, del consejo de administración, Board of Directors (BoD), de PMI supervisa las estrategias y el rendimiento de la empresa en materia de sostenibilidad, incluidas las cuestiones relacionadas con el cambio climático y las iniciativas destinadas a eliminar los impactos negativos de nuestro negocio en el medioambiente. El comité de auditoría, Audit Committee, del BoD supervisa la evaluación y gestión de los riesgos de la empresa, incluidos los relacionados con el cambio climático, como las catástrofes naturales, la escasez de agua y la inestabilidad de la cadena de suministro agrícola.

El vicepresidente senior (SVP) de Operations, miembro de la dirección de la empresa PMI, se encarga de abordar los riesgos del cambio climático, incluidos los riesgos físicos y los relacionados con el agua, en todas las actividades de la empresa. En 2020, esta persona dependía del director de Operations de PMI, que a su vez dependía directamente del director general. Supervisó y revisó los avances respecto a los objetivos, estrategias y planes de acción relacionados con el cambio climático, e informó de los resultados al comité Nominating and Corporate Governance y al comité de Audit del BoD.

A partir de mayo de 2021, el SVP de Operations reporta directamente al director general de PMI y le informa regularmente sobre cuestiones climáticas, además de tener la responsabilidad operativa, incluido el mantenimiento de una sólida resiliencia empresarial, procesos de evaluación de riesgos y estrategias para apoyar la continuidad del negocio. Examina y supervisa las cuestiones relacionadas con el cambio climático, garantizando que la evaluación y la gestión de los riesgos se integren en los planes a largo plazo, los objetivos, los presupuestos y los procesos de revisión del rendimiento.

Desde una perspectiva operativa, nuestras funciones de operaciones, productos, consumo, comercial y finanzas coordinan las actividades de la empresa relacionadas con el cambio climático. La mayor parte de la coordinación corre a cargo del equipo de Sustainability, y tiene lugar en el contexto de los grupos de trabajo relacionados con la sostenibilidad y con los coordinadores de los mercados locales.

“Creemos firmemente que PMI debe desempeñar su papel en la protección del planeta reduciendo nuestro impacto medioambiental en toda la cadena de valor y definiendo y ejecutando estrategias e iniciativas para alcanzar nuestros objetivos a largo plazo. Nuestras estrategias empresariales y de sostenibilidad avanzan de la mano con un impulso cada vez mayor. A medida que transformamos nuestra empresa, también aceleramos nuestros esfuerzos de sostenibilidad para lograr un mundo sin humo y más sostenible”.

Massimo Andolina

Vicepresidente senior de Operations de PMI



Empleados en la planta de fabricación de PMI en Guadalajara, México

Protección climática (continuación)

Progreso en 2020

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

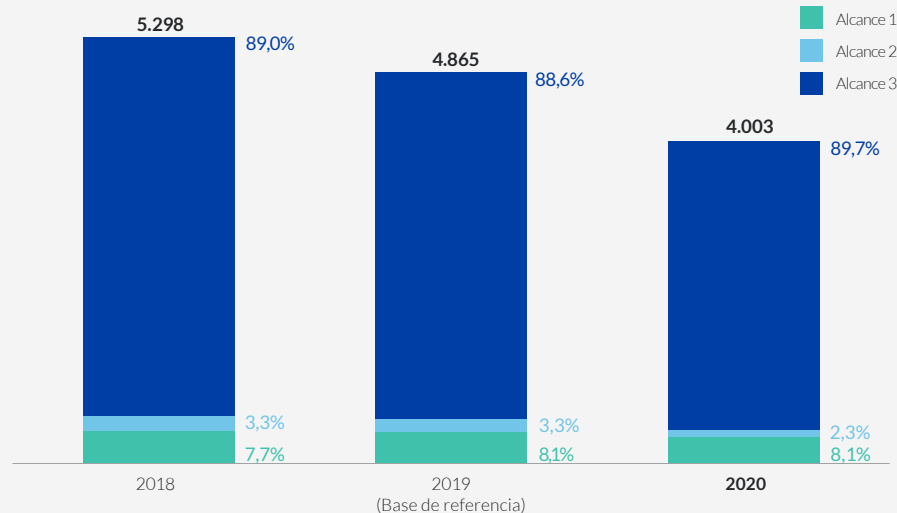
[Leer más >](#)

Resumen de nuestra huella de carbono en 2020

La medición precisa y la información transparente de nuestra huella nos permite dar forma a una estrategia, establecer objetivos y medir el progreso. Calculamos anualmente nuestra huella de gases de efecto invernadero, siguiendo las directrices del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero y contabilizando todas las emisiones generadas en la cadena de valor.

Las emisiones generadas por nuestras operaciones directas, incluidas fábricas, oficinas y flota, son un punto clave, pero suponen alrededor del 10% de nuestra huella total de GEI. Un productor crítico de emisiones de GEI que pretendemos abordar es la energía necesaria para producir los consumibles de los productos sin humo, que comercializamos, algo que aproximadamente es cuatro veces mayor que la de los cigarrillos. Esto se debe principalmente al vapor adicional necesario en el proceso de fabricación, lo que provoca un aumento de las emisiones de GEI, que abordamos con múltiples medidas de ahorro energético.

Emisiones globales de gases de efecto invernadero de alcance 1+2+3 ('000 toneladas de CO₂e)



Las emisiones de flujo ascendente, que representan el 85% del total de nuestra huella de GEI, incluyen las generadas por el tratamiento de combustibles y fertilizantes en la cadena de suministro de tabaco de la empresa, la adquisición y el transporte de materiales directos como el papel y el acetato de celulosa, la adquisición de materiales y servicios indirectos como el marketing, las ventas y otros servicios profesionales, la eliminación y el tratamiento de residuos por parte de terceros, y los viajes de negocios y los desplazamientos de los empleados.

Nuestras emisiones de flujo ascendente se redujeron en un 17% con respecto a 2019, como resultado de las reducciones que impulsamos en la cadena de suministro de tabaco, los esfuerzos en la reducción de los materiales para envases y los progresos realizados por nuestros proveedores directos de materiales para reducir sus emisiones. Además, este año, una pequeña parte de la reducción de nuestras emisiones de flujo ascendente de GEI se debió a la disminución de los viajes de negocios y los desplazamientos de empleados a causa de la pandemia.

Las emisiones generadas por el transporte y la distribución, el uso y la gestión al final de la vida útil de los productos representan el 5% de nuestra huella total. Las emisiones relacionadas con el uso y la gestión del final de la vida útil de los productos están disminuyendo de forma lenta pero constante, principalmente debido a las mejoras en nuestras unidades de tabaco calentado, así como al diseño de los dispositivos que afectan a su uso y a las emisiones del final de la vida útil. Los principios de diseño ecológico informan de cómo utilizamos el análisis del ciclo de vida (ACV) para evaluar la huella de carbono de nuestros productos, desde el abastecimiento de tabaco hasta el impacto al final de su vida útil.

[Leer más: Diseño ecológico y circularidad del producto](#)

En general, en 2020 nuestras emisiones disminuyeron en términos absolutos un 18% en toda la cadena de valor respecto a 2019, lo que supone una reducción de 862.699 toneladas de CO₂e. En concreto, logramos una reducción absoluta interanual del 19% en las emisiones de alcance 1, del 43% en las de alcance 2 y del 17% en las de alcance 3.



Un empleado de la afiliada indonesia de PMI, Sampoerna, granja de paneles solares en Karawang, Indonesia

Protección climática (continuación)

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

Desde el comienzo de la pandemia, nuestra prioridad ha sido garantizar la seguridad de los empleados y sus familias. La empresa activó inmediatamente la política y las herramientas de trabajo a distancia en todas nuestras operaciones. Al quedarse nuestro personal en casa, las emisiones derivadas de los desplazamientos al trabajo se redujeron en un 9% (incluidas las emisiones derivadas de la energía consumida para el teletrabajo). Los viajes de negocios cesaron, lo que condujo a una fuerte caída de las emisiones relacionadas del 84% en comparación con 2019. En consecuencia, el consumo de energía se redujo en las oficinas que permanecieron completamente cerradas y aumentó en las instalaciones que permanecieron operativas, con capacidad reducida, debido al funcionamiento intensivo de los sistemas de ventilación; en total, nuestras emisiones de las oficinas se redujeron un 31% respecto a 2019. Las emisiones de nuestra flota también experimentaron un gran descenso, de alrededor del 26% con respecto a 2019, ya sea como impacto de la oficina en casa, pero también como resultado de las medidas de bloqueo aplicadas en todo el mundo y el menor número de kilómetros conducidos por los empleados, así como nuestros esfuerzos de eficiencia.

Resumen de nuestra huella de carbono en 2020

La medición precisa y la información transparente de nuestra huella nos permite dar forma a una estrategia, establecer objetivos y medir el progreso. Calculamos principalmente nuestra huella de gases de efecto invernadero, siguiendo las directrices del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero y contabilizando todas las emisiones generadas en la cadena de valor.

Las emisiones generadas por nuestras operaciones directas, incluidas fábricas, oficinas y flota, son un punto clave, pero suponen alrededor del 10% de nuestra huella total de GEI. Un productor crítico de emisiones de GEI que pretendemos abordar es la energía necesaria para producir los consumibles de productos sin humo, que comercializamos, algo que aproximadamente es cuatro veces mayor que la de los cigarrillos. Esto se debe principalmente al vapor adicional necesario en el proceso de fabricación, lo que provoca un aumento de las emisiones de GEI, que abordamos con múltiples medidas de ahorro energético.

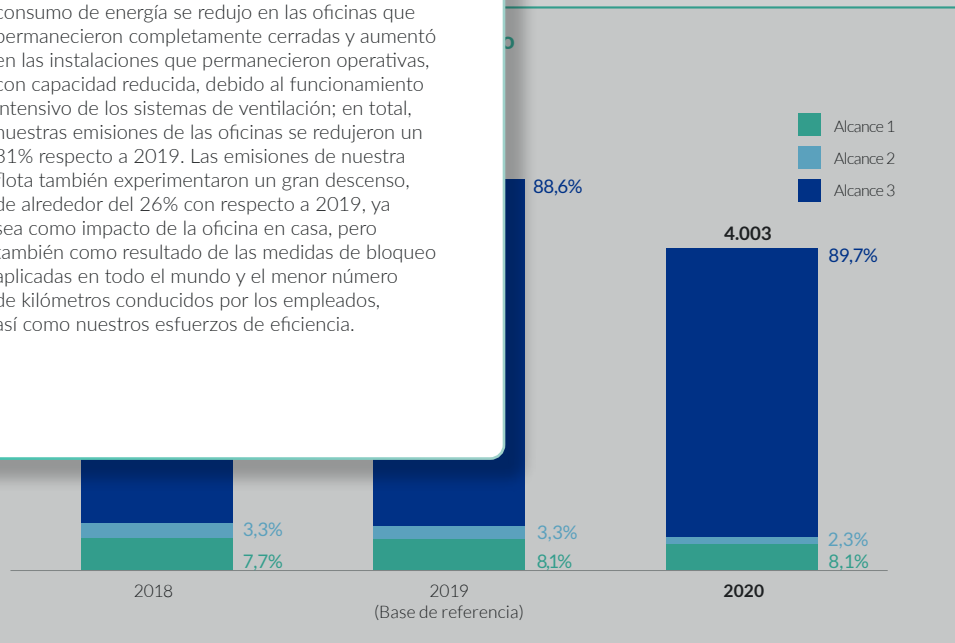
Las emisiones de flujo ascendente, que representan el 85% del total de nuestra huella de GEI, incluyen las generadas por el tratamiento de combustibles y fertilizantes en la cadena de suministro de tabaco de la empresa, la adquisición y el transporte de materiales directos como el papel y el acetato de celulosa, la adquisición de materiales y servicios indirectos como el marketing, las ventas y otros servicios profesionales, la eliminación y el tratamiento de residuos por parte de terceros, y los viajes de negocios y los desplazamientos de los empleados.

Nuestras emisiones de flujo ascendente se redujeron en un 17% con respecto a 2019, como resultado de las reducciones que impulsamos en la cadena de suministro de tabaco, los esfuerzos en la reducción de los materiales para envases y los progresos realizados por nuestros proveedores directos de materiales para reducir sus emisiones. Además, este año, una pequeña parte de la reducción de nuestras emisiones de flujo ascendente de GEI se debió a la disminución de los viajes de negocios y los desplazamientos de empleados a causa de la pandemia.

Las emisiones generadas por el transporte y la distribución, el uso y la gestión al final de la vida útil de los productos representan el 5% de nuestra huella total. Las emisiones relacionadas con el uso y la gestión del final de la vida útil de los productos están disminuyendo de forma lenta pero constante, principalmente debido a las mejoras en nuestras unidades de tabaco calentado, así como al diseño de los dispositivos que afectan a su uso y a las emisiones del final de la vida útil. Los principios de diseño ecológico informan de cómo utilizamos el análisis del ciclo de vida (ACV) para evaluar la huella de carbono de nuestros productos, desde el abastecimiento de tabaco hasta el impacto al final de su vida útil.

[Leer más: Diseño ecológico y circularidad del producto](#)

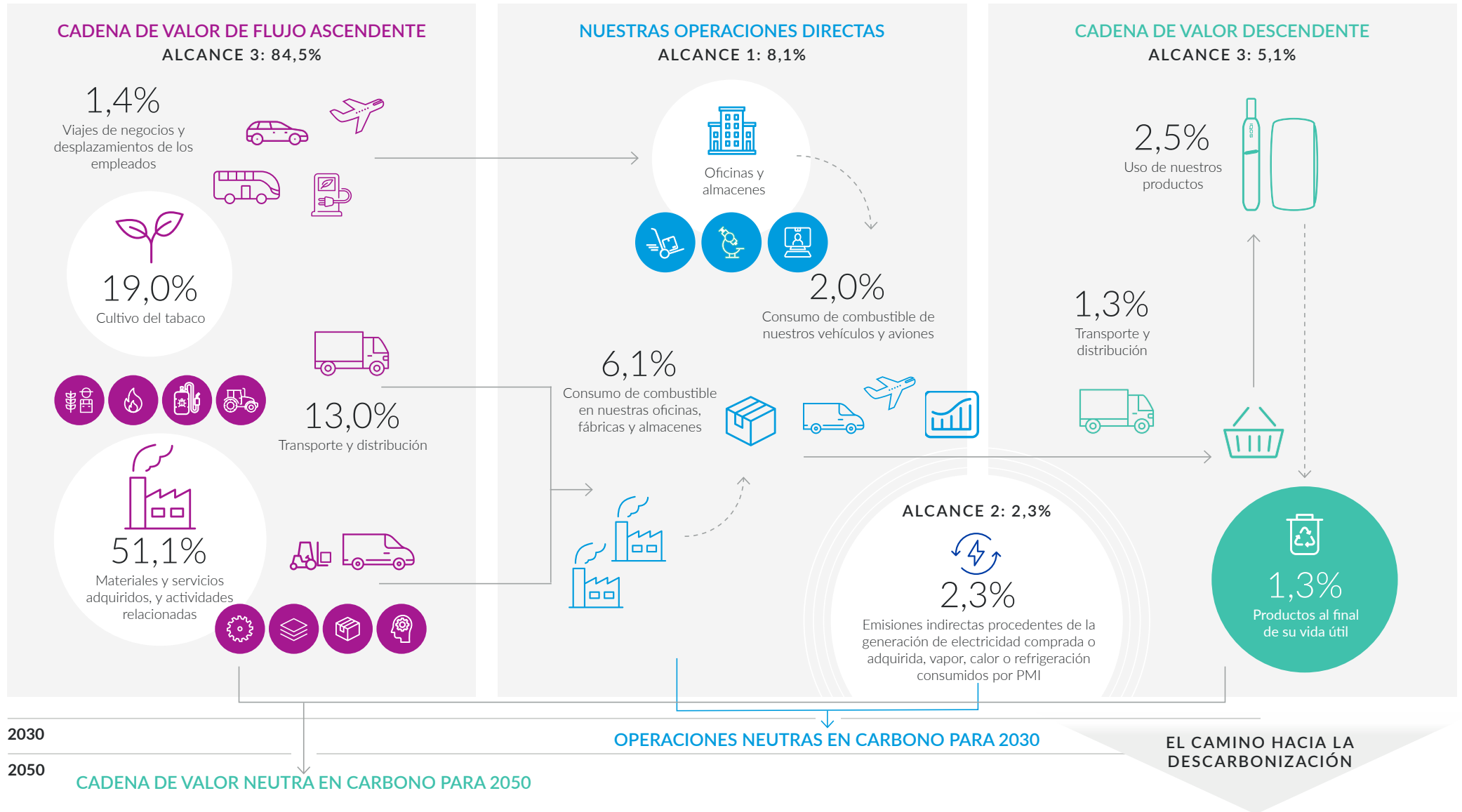
En general, en 2020 nuestras emisiones disminuyeron en términos absolutos un 18% en toda la cadena de valor respecto a 2019, lo que supone una reducción de 862.699 toneladas de CO₂e. En concreto, logramos una reducción absoluta interanual del 19% en las emisiones de alcance 1, del 43% en las de alcance 2 y del 17% en las de alcance 3.



Un empleado de la afiliada indonesia de PMI, Sampoerna, granja de paneles solares en Karawang, Indonesia

Protección climática (continuación)

Emisiones de carbono a lo largo de nuestra cadena de valor en 2020



Protección climática (continuación)

Un nuevo enfoque de la fijación del precio del carbono en PMI

Un número cada vez mayor de organizaciones y líderes de sostenibilidad están utilizando la fijación de precios internos del carbono para impulsar estructuralmente una reducción de las emisiones de CO₂. Asignar un precio —y por tanto, un coste teórico— a las emisiones generadas hace más concreto un bien intangible e incentiva aún más las acciones para reducir las emisiones que contribuyen al calentamiento global.

En 2020, adoptamos un nuevo enfoque para la fijación de precios internos del carbono en PMI, y desarrollamos dos precios internos del carbono complementarios: Un precio sombra y una tasa del carbono.

- **Un precio sombra** de 65 USD por tonelada de CO₂: Nuestro precio sombra es una palanca interna diseñada para acelerar la reducción de las emisiones de carbono mediante la garantía de que las decisiones de inversión de la empresa reflejen todos los costes, incluidos los medioambientales. Utilizamos este precio para comprender mejor el impacto potencial de la fijación de precios externos del carbono (por ejemplo, los impuestos sobre el carbono) en la rentabilidad de un proyecto, un nuevo modelo de negocio o una inversión, y por lo tanto impulsar y priorizar las inversiones que aceleran la reducción de las emisiones de CO₂ hasta un nivel que se considera inevitable (es decir, técnica o económicamente no abatible). Hemos elaborado un modelo de lo que debería ser un precio sombra adecuado para PMI siguiendo una metodología sólida, las mejores prácticas internacionales (como las orientaciones del Banco Mundial y el concepto de corredor de precios de Stiglitz y Stern), un análisis del peor escenario de los riesgos de transición previstos para 2040 y las especificidades de nuestro perfil de emisiones y huella geográfica. El precio sombra del carbono de PMI se integra en la evaluación financiera y la preparación de los casos de negocio que tendrán un impacto en nuestras emisiones de carbono (favorable o desfavorable); en 2020, fue fundamental para la aprobación de 13 proyectos adicionales de reducción de emisiones de carbono como parte de nuestro programa de iniciativas de ahorro de energía en los centros de fabricación.

- **Una tasa de carbono** de 8 USD de CO₂e: La tasa del carbono internaliza los costes externos y apoya el cambio de comportamiento. Se trata de un impuesto interno que se cobra virtualmente a determinadas unidades de negocio por sus emisiones, con el objetivo de utilizar los ingresos virtuales calculados para dimensionar y financiar inversiones que contribuyan a la descarbonización de la empresa. Mientras que el precio sombra ayuda a priorizar los casos empresariales de inversión en actividades destinadas a reducir estructuralmente nuestras emisiones de carbono, la tasa de carbono ayuda a dimensionar las inversiones necesarias hoy para reducir dichas emisiones mediante la compensación (por ejemplo, la adquisición de certificados verdes) o iniciativas de fijación (por ejemplo, proyectos agroforestales y programas de secuestro de carbono). Hemos creado un modelo de lo que debería ser la tasa de carbono para PMI basándonos en los datos sobre los precios previstos en el mercado voluntario de carbono, nuestro perfil de compensación de CO₂ (es decir, el número de toneladas de CO₂ que se compensarán mediante inversiones de compensación o fijación), el horizonte temporal de neutralidad en carbono y la estrategia de compensación que queremos adoptar. Comenzamos a aplicar la tasa de carbono en 2020 dentro de las funciones empresariales que representan la mayor parte de las emisiones directas, como los centros de fabricación, oficinas y flota, para formar un presupuesto que permita establecer una cartera de inversiones climáticas para compensar las restantes emisiones de CO₂ inevitables y lograr la neutralidad en carbono.

Revisaremos anualmente nuestro precio sombra y la tasa de carbono para permitir la integración de los cambios en los perfiles de riesgo o de emisiones.

Cómo calculamos las emisiones de GEI

PMI ha recopilado datos sobre las emisiones de CO₂ durante muchos años como parte de nuestros esfuerzos para mejorar el rendimiento y alcanzar los objetivos. Necesitamos datos sólidos para fundamentar nuestros objetivos basados en la ciencia, los cálculos de la huella de carbono, el análisis del ciclo de vida de los productos y las decisiones sobre la inversión en tecnologías de baja emisión de carbono.

De acuerdo con las buenas prácticas y el Protocolo de GEI del World Resources Institute (WRI), tomamos los factores de emisión de los Factores de Conversión de GEI del gobierno del Reino Unido para la presentación de informes de las empresas (2020) y los Factores de Emisión de la Agencia Internacional de la Energía (2020). Las tasas de potencial de calentamiento global proceden del quinto informe de evaluación del IPCC, 2014 (AR5). El alcance de los datos abarca los activos bajo nuestro control operativo, incluida la flota y las oficinas de PMI (alcance 1+2) y toda la cadena de suministro de flujo ascendente y descendente (alcance 3). Las emisiones de alcance 2 se basan principalmente en el mercado. Nuestro modelo de huella de carbono de la cadena de valor se ajusta a la Norma de Contabilidad e Información de la Cadena de Valor Corporativa (Alcance 3) del WRI, la norma internacional aceptada.

Llevamos a cabo la verificación por parte de terceros de las emisiones de alcance 1, 2 y 3 según las normas ISO 14064-3 (consulte las declaraciones de verificación: alcance 1+2 y [alcance 3](#)).

Utilizamos datos reales cuando es posible; cuando no disponemos de datos primarios, extrapolamos las emisiones de bases de datos internacionales como ecoinvent. El transporte relacionado con el consumidor final que viaja al minorista no se incluye en las normas de la cadena de valor o de la huella del producto. Los gases incluidos en los cálculos son CO₂, CH₄, y N₂O (no los HFC, PFC, SF₄, ni NF₃). Las emisiones biogénicas de CO₂ se incluyen en nuestros objetivos de SBTi tanto en la operación directa como en la cadena de valor. La neutralidad climática en nuestras fábricas de Lituania y Suiza en 2020 abarcó todas las emisiones de GEI de alcance 1 y 2 validadas; las emisiones restantes se compensaron mediante proyectos de compensación de carbono de alta calidad de myclimate, utilizando la certificación del Plan Vivo.



Una empleada en la planta de fabricación de PMI en Izmir, Turquía

Protección climática (continuación)

Descarbonizar nuestras operaciones

Las instalaciones y la flota son las partes de nuestra cadena de valor sobre las que tenemos el mayor control. Nos hemos comprometido a ser neutros en carbono en nuestras operaciones directas para 2030, y este compromiso se aplica a instalaciones de fabricación, oficinas y almacenes, y flota. Para lograr esta ambición, combinamos buenas prácticas de gestión con inversiones estratégicas relacionadas con la energía en todas nuestras operaciones. Invertimos en la optimización de la eficiencia energética y de los procesos y en la sustitución de la energía basada en combustibles fósiles por fuentes renovables. Compensamos nuestras emisiones absolutas de carbono solo como último recurso, una vez que hemos maximizado la reducción de emisiones mediante la eficiencia energética y las energías renovables. Nuestro objetivo es compensar las emisiones inevitables a través de los créditos generados por los proyectos en marcha, incluidas las soluciones basadas en la naturaleza y otras tecnologías de eliminación de carbono. Sobre la base de nuestra nueva tasa de

carbono, estamos creando una cartera de inversiones climáticas (que dan lugar a la generación o adquisición de créditos de carbono) para la compensación del carbono.

Nuestras fábricas

Un componente clave del programa es fomentar el cambio de comportamiento y la mentalidad de propiedad. Para reducir las emisiones de carbono en los centros de producción, promovemos el uso eficiente de la energía a través de nuestro programa Drive 4 Zero, que establece una forma común de trabajar en todas nuestras fábricas. Para promover una mentalidad de cero pérdidas, diseñamos nuestros sistemas para facilitar nuevas ideas destinadas a eliminar las pérdidas del proceso (por ejemplo, energía, materiales y agua). Se trata de capacitar a cada trabajador para que busque pérdidas y recomiende y aplique soluciones. Aplicamos las mejoras no solo en las fábricas, sino también en toda la empresa.

A través de este programa, implementamos proyectos de ahorro de energía en todas nuestras fábricas en 2020. A lo largo del año, el programa

puso en marcha más de 140 proyectos en todo el mundo, que van desde la optimización del agua refrigerada, proyectos de recuperación de calor e iluminación LED hasta la mejora de los sistemas de calefacción, ventilación y aire acondicionado. En general, estas iniciativas de eficiencia ayudaron a impulsar alrededor de un 10% de reducción de las emisiones de carbono en todas nuestras instalaciones de fabricación en 2020 con respecto a 2019.

Paralelamente a los esfuerzos por impulsar la eficiencia energética, nos centramos en el cambio a fuentes de energía renovables. Implantamos tecnologías para generar energía renovable en nuestros centros de producción, como paneles fotovoltaicos, calderas de biomasa y bombas de calor, y procesos de trigeneración (que combinan refrigeración, calor y electricidad). Por ejemplo, en 2020 instalamos la tecnología de pirólisis en nuestra fábrica de Neuchâtel, que utiliza residuos operativos en lugar de energías fósiles para producir vapor y agua caliente. Estará operativo en 2021, y comunicaremos los resultados en el próximo informe. Esta fábrica se convirtió en nuestra

segunda instalación neutra en carbono, al recibir la certificación de la organización suiza sin ánimo de lucro myclimate. Como otro ejemplo, en 2020 nuestra instalación fotovoltaica en nuestra fábrica de Bolonia (Italia) alcanzó su plena capacidad, generando alrededor del 4% de la energía total utilizada en el sitio en un año. En 2020, el 34% de nuestro consumo total de energía provino de fuentes renovables.

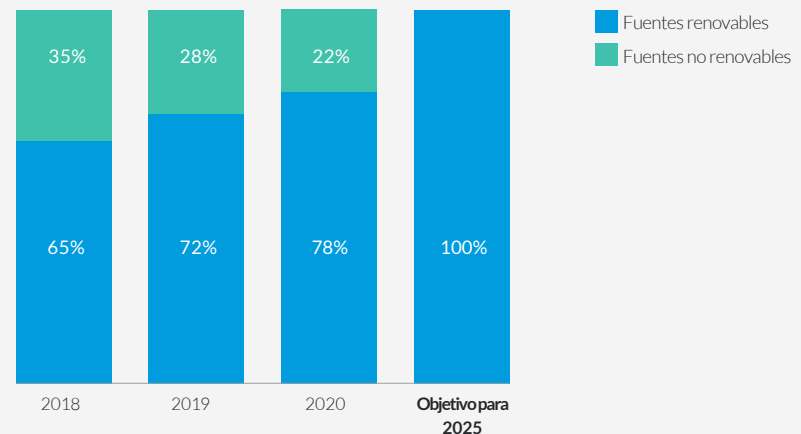
También estamos en vías de alcanzar el objetivo de que el 100% de la electricidad utilizada en nuestras fábricas proceda de fuentes renovables para 2025. En total, el 78% de la electricidad utilizada en nuestras instalaciones de fabricación en 2020 procedía de fuentes renovables.

En general, todos estos esfuerzos condujeron a una reducción de 89.112 toneladas de CO₂e en nuestras instalaciones de fabricación en 2020 en comparación con el año anterior, con el aumento de la energía necesaria para producir productos sin humo compensado por los esfuerzos de eficiencia realizados y nuestro cambio a la energía renovable.



Un empleado junto a una máquina de pirólisis en nuestra planta de fabricación de Neuchâtel, Suiza

Electricidad comprada y producida en las fábricas de PMI



Protección climática (continuación)

Nuestra flota

En 2020, nuestra flota de unos 23.000 vehículos recorrió aproximadamente 370 millones de kilómetros. Dicha flota se compone de coches que son herramientas laborales (75%) y coches que son retribuciones (25%).

Durante el año, desarrollamos una estrategia de neutralidad en carbono para nuestra flota, junto con objetivos de apoyo, y creamos capacidad organizativa dentro de la empresa.

Desde una perspectiva medioambiental, el primer objetivo de nuestra flota es optimizar el consumo de combustible y mejorar la eficiencia operativa. Lo hacemos mediante la formación en conducción ecológica y el uso de la telemática. En 2020, creamos una plataforma de aprendizaje electrónico sobre seguridad de la flota con módulos de conducción ecológica. Empezamos a desplegarla a principios de 2021, y pretendemos alcanzar una tasa de participación superior al 70% en 2021. La telemática se instaló en el 35% de nuestros vehículos a finales de 2020. Esta tecnología proporciona al conductor y a la empresa datos sobre los comportamientos de conducción y contribuye a mejorar la seguridad vial, a reducir la incidencia de muertes y lesiones y, como resultado, a disminuir las emisiones de carbono. Nuestro objetivo es equipar el 75% de la flota total (es decir, todos los coches que son herramientas laborales) con dicha tecnología para finales de 2023.



La telemática se instaló en el 35% de nuestros vehículos a finales de 2020

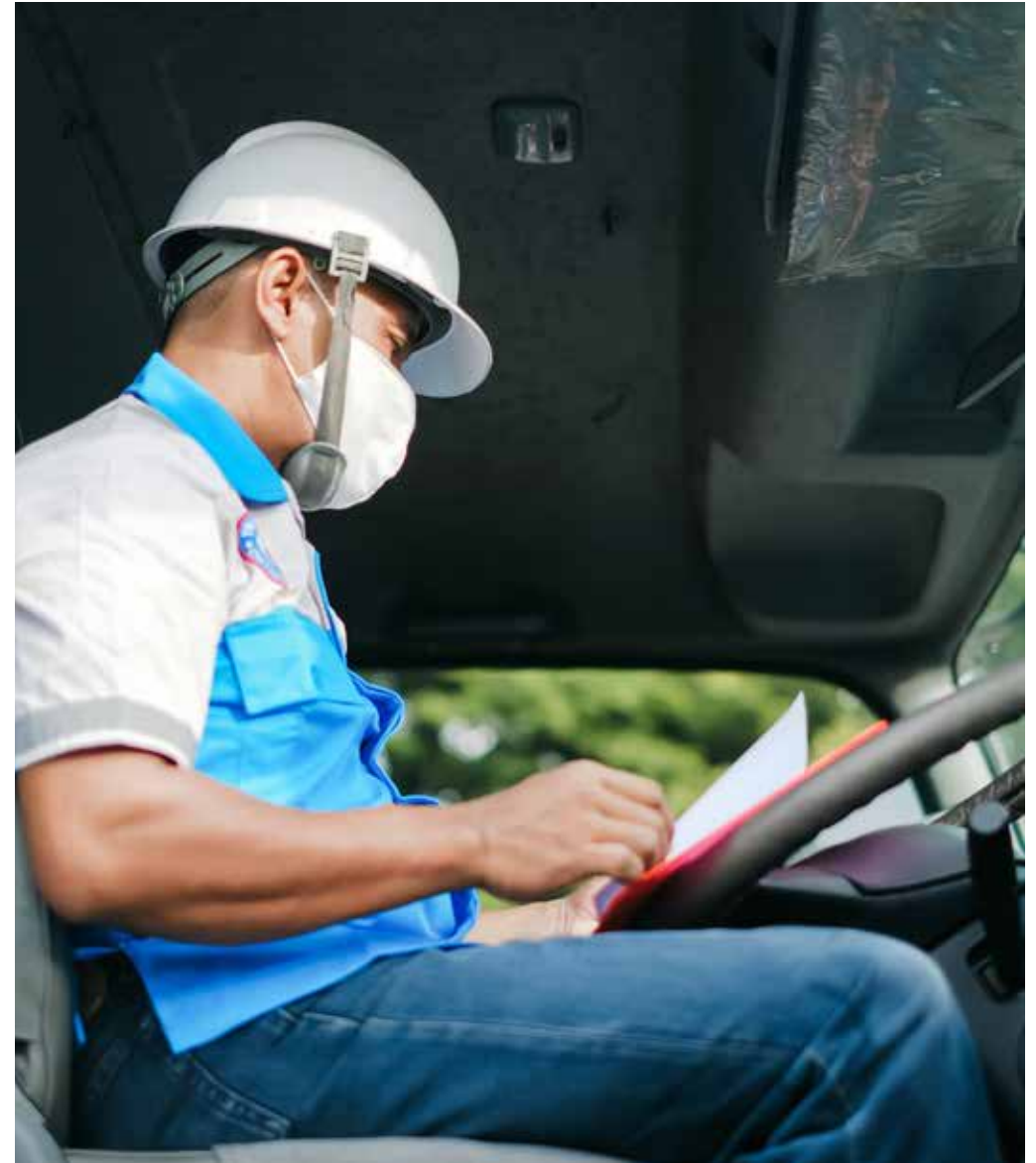
Como paso importante hacia la reducción de nuestras emisiones de carbono, también estamos haciendo cambios en la flota de coches y vehículos, reduciendo al mínimo el uso de combustibles fósiles y cambiando a motorizaciones ecológicas alternativas, como los vehículos híbridos y eléctricos. Este cambio ya ha comenzado, ya que los vehículos ecológicos representarán el 4,7% de la flota en 2020, pero tenemos previsto acelerarlo aún más tras la introducción de nuestra política global de flota en enero de 2021.

Estimamos que estos esfuerzos se tradujeron en una reducción de más del 2% de las emisiones de GEI en 2020 con respecto a 2019 en nuestra flota. Además, debido al menor kilometraje (impacto de la COVID-19) las emisiones de GEI se redujeron en más de un 20%.

Nuestras oficinas

Tenemos oficinas y almacenes en más de 80 mercados de todo el mundo, la mayoría de los cuales alquilamos en lugar de comprar. En 2020, nos centramos en obtener visibilidad en el uso de la energía en esos centros y en preparar planes de acción para optimizar el consumo de energía y promover el cambio a fuentes renovables. En 2021, pondremos a prueba estos planes de acción en los mercados identificados como los que más contribuyen a nuestra huella de carbono. Entre ellos se encuentran Indonesia, Filipinas, Polonia, Rusia y Singapur.

En 2020, con 28.161 toneladas de CO₂e producidas, nuestras oficinas y almacenes representaron el 7% de las emisiones de carbono en nuestras operaciones directas (alcance 1+2), pero solo el 0,7% de nuestra huella de carbono total. Nuestras oficinas en Suiza volvieron a recibir la certificación de neutralidad en carbono y compramos electricidad 100% ecológica en nuestras oficinas de Portugal, Nueva Zelanda y Suecia, así como en nuestro almacén de tabaco en Grecia.



Un empleado de la afiliada indonesia de PMI, Sampoerna, realiza una evaluación de la seguridad de la flota en Sukorejo, Indonesia

Protección climática (continuación)

Impulsar la reducción del carbono en nuestra cadena de suministro de tabaco

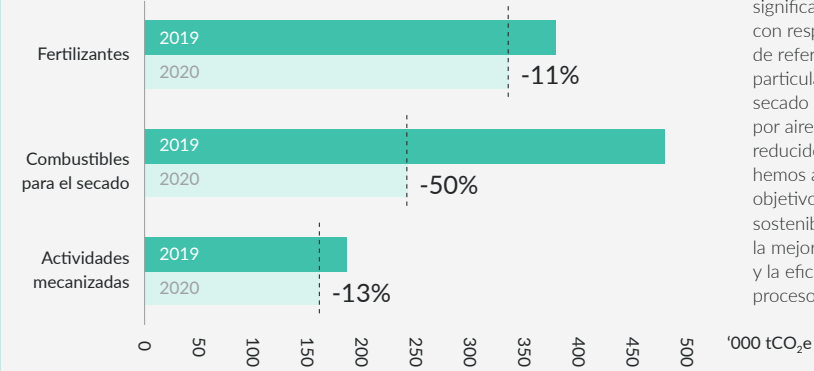
La cadena de suministro de tabaco representó el 23% de nuestra huella de carbono total en 2020. Ascendió a un total de 911.160 toneladas de CO₂e, lo que supone un descenso del 28% respecto a 2019. Esta importante reducción se debe en gran medida a los esfuerzos que aplicamos para abordar nuestra principal fuente de emisiones de carbono, el proceso de secado del tabaco, pero también a una disminución gradual de nuestra demanda global de tabaco.

Ahora que hemos logrado avances significativos en la reducción de las emisiones de GEI procedentes del secado del tabaco, estamos explorando otros factores que contribuyen a nuestra huella, como el uso de fertilizantes y la mecanización. Ya estamos explorando las oportunidades de reducción de emisiones a

través de las innovaciones tecnológicas que se están haciendo rápidamente disponibles en la agricultura. Paralelamente a nuestra estrategia de reducción, estamos evaluando soluciones basadas en la naturaleza, que presentan una importante oportunidad debido al alto potencial de eliminación de carbono y a los vínculos con nuestras operaciones de tabaco tanto en la granja como junto a ella a nivel de paisaje.

En consonancia con las ambiciones de neutralidad en carbono de PMI, desarrollamos nuevos objetivos para la cadena de suministro de tabaco: Nuestro objetivo es lograr una reducción absoluta de las emisiones de carbono del 35% para 2025 y del 50% para 2030 con respecto a la base de referencia de 2019. Seguiremos esforzándonos por descarbonizar el secado del tabaco, al tiempo que ponemos en marcha otras iniciativas de reducción centradas en el uso de fertilizantes y la mecanización.

Los principales contribuyentes a las emisiones de carbono en nuestra cadena de suministro de tabaco: Reducciones interanuales



Las emisiones de nuestra cadena de suministro de tabaco han disminuido significativamente en 2020, con respecto a nuestra base de referencia de 2019. En particular, las emisiones del secado del tabaco Virginia por aire caliente se han reducido a la mitad, ya que hemos alcanzado nuestros objetivos relacionados con la sostenibilidad del combustible, la mejora de los graneros y la eficiencia general del proceso de secado.

ESTUDIO DE CASO

Un enfoque integrado de nuestro impacto medioambiental en Malawi

Lea nuestro estudio de caso sobre prácticas medioambientales en Malawi, en el que se describe cómo aplicamos un enfoque de paisaje que tiene en cuenta las relaciones entre los distintos factores medioambientales, como el clima, el agua, los bosques y la biodiversidad, para desarrollar y aplicar programas con efectos positivos no solo para el planeta, sino también para las comunidades locales.



[Leer más online](#)

Secado del tabaco

Nos abastecemos principalmente de tres tipos de tabaco: Virginia, Burley y Oriental. El tabaco Virginia (aproximadamente el 47% del volumen que compramos) se cultiva en todo el mundo y, una vez cosechado, se suele secar utilizando una fuente de calor externa para el secado de las hojas, un proceso llamado "secado por aire caliente". Los graneros de secado pueden calentarse con carbón, gasóleo, gas natural, leña o biocombustibles que contengan subproductos agrícolas y de aserrado de madera. Las emisiones de GEI del tabaco secado por aire caliente representan el 6% de nuestra huella de carbono total y más de una cuarta parte de las emisiones totales de GEI relacionadas con la cadena de suministro de tabaco de la empresa.

Nuestro marco de control y verificación de los combustibles sostenibles para el secado de la hoja nos permite controlar sistemáticamente la sostenibilidad de todos los tipos de combustible utilizados en nuestra cadena de suministro de tabaco. Lo aplicamos en todos los mercados de abastecimiento de tabaco para verificar los resultados sobre el terreno y fomentar las mejoras. A lo largo de 2020, completamos 23

auditorías (realizadas a distancia debido a la pandemia de COVID-19) que abarcaron todos los orígenes del secado por aire caliente para verificar las actividades de reducción de carbono y los datos sobre el uso de combustible por kilogramo de tabaco secado.

En 2020, logramos una reducción del 77% de las emisiones de GEI por kilogramo de tabaco secado por aire caliente con respecto a nuestra base de referencia de 2010, superando nuestro objetivo del 70%. Un tercio de este descenso se debió a los esfuerzos por hacer más eficientes los graneros de secado, mientras que los dos tercios restantes se debieron al cambio a combustibles renovables.

Hemos fijado nuevos objetivos relacionados con la descarbonización del proceso de secado del tabaco, que guiarán nuestros esfuerzos en los próximos años. Para 2025, el objetivo es reducir en un 75% las emisiones generadas por el secado de un kilogramo de tabaco, en comparación con nuestra base de referencia de 2019. Nos centraremos en aumentar el uso de combustibles renovables en los mercados que todavía utilizan una mezcla que incluye combustibles fósiles.

Protección climática (continuación)

Eficiencia de los graneros de secado

Una de las principales razones de la baja eficiencia energética de los graneros de secado de tabaco es la falta de aislamiento y la conductividad térmica de los materiales de construcción. Como la mayoría de los agricultores son propietarios de sus graneros de secado, colaboramos con nuestros proveedores para proporcionarles orientación y apoyo para que los graneros sean más eficientes desde el punto de vista térmico. Normalmente, nuestros esfuerzos se dirigen a mejorar la eficiencia de la combustión, la ventilación y el control de la calefacción, junto con el aislamiento. Al tiempo que se llevan a cabo proyectos de mejora en todo el mundo, es importante

también formar a los agricultores en materia de eficiencia del combustible, mantenimiento de los graneros y sostenibilidad del combustible.

Los proyectos de mejora que llevamos a cabo en 2020 aumentaron la eficiencia de 2.146 graneros en China, Malawi, Filipinas, Pakistán y Brasil, lo que supone un total acumulado de unos 82.500 graneros mejorados desde 2014 y que abarca a agricultores de más de 10 países. La reducción de las emisiones de carbono en el proceso de secado también se ha beneficiado del aumento de la eficiencia de los graneros, que se ha mejorado año tras año con intervenciones relacionadas sobre todo con el ciclo térmico y el aislamiento de las estructuras de los graneros contra la fuga de calor.

Combustibles renovables

Para reducir las emisiones de GEI, estamos eliminando gradualmente los combustibles fósiles, como el carbón y el gasóleo, en favor de los combustibles renovables. En 2020, el 67% del tabaco secado por aire caliente que compramos se secó con combustibles renovables, principalmente con leña sostenible, pero también con biomasa, como fuentes de madera, agropellets y otros productos de desecho agrícola. Nuestro objetivo es que el 70% del tabaco secado por aire caliente que compramos, se seque con energías renovables para 2021.

Leña sostenible

La protección de los ecosistemas naturales y la gestión sostenible de los bosques, que son importantes sumideros de carbono, son factores clave para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Para nuestro trabajo sobre los combustibles de secado es fundamental garantizar que la leña y otros materiales de madera utilizados para secar el tabaco que compramos no contribuyan a la deforestación. Nos comprometemos a abastecernos de combustibles de madera procedentes de fuentes legales, sostenibles y rastreables, y hemos fijado objetivos para la cadena de suministro de tabaco como parte de nuestro manifiesto de deforestación cero, **Zero Deforestation Manifesto**.

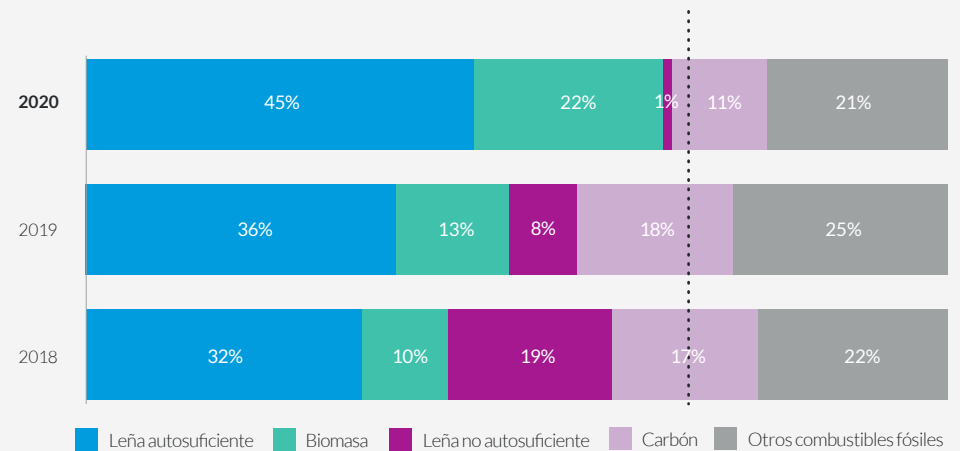


Un empleado de nuestro proveedor local de tabaco y un técnico de campo junto a leña sostenible en Pakistán

Cambiar a combustibles renovables para secar el tabaco con aire caliente en nuestra cadena de suministro

70%

Nuestro objetivo es que el 70% del tabaco que compramos se seque con energías renovables para 2021



Protección climática (continuación)

Nuestro marco de seguimiento y verificación de los combustibles sostenibles para el secado de la hoja nos permite evaluar el riesgo de deforestación que representan los distintos combustibles de madera, recopilar información sobre el origen de los combustibles de madera que utilizan los agricultores para secar el tabaco y confirmar que esas fuentes no contribuyen a la deforestación. En 2020, alcanzamos nuestro objetivo de que el 100% del tabaco que compramos se seque sin riesgo de deforestación de bosques antiguos (es decir, bosques primarios y protegidos).

[Leer más: Conservación forestal](#)

Eliminar el carbón

Eliminar el carbón mediante el cambio a combustibles renovables, lo que implica la reconversión de las infraestructuras de secado, sigue siendo una prioridad para nosotros. Nos habíamos fijado el objetivo de eliminar por completo el carbón para finales de 2020 y habíamos hecho progresos constantes en el cambio a combustibles más sostenibles en todos los países de los que nos abastecemos. Sin embargo, los cambios en nuestra estrategia de aprovisionamiento y las capacidades locales de secado en determinadas regiones hicieron que el 11% del tabaco secado por aire caliente que compramos en 2020 siguiera secándose con carbón (frente al 16% de 2019).

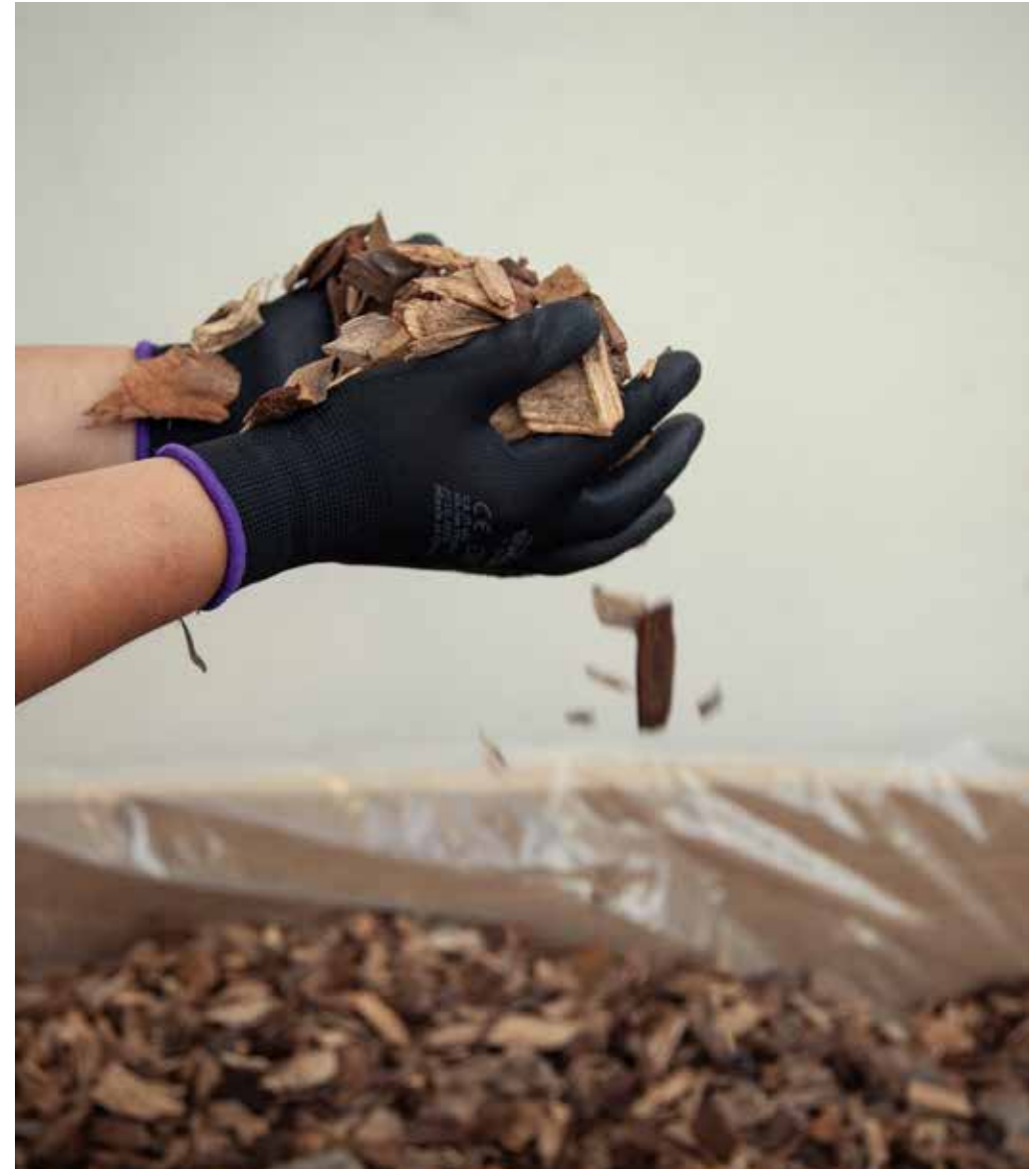
100%

Del tabaco que compramos en 2020 se secó con aire caliente sin riesgo de deforestación de los bosques antiguos

Se trata de tabaco comprado en las provincias chinas de Yunnan y Guizhou, donde el combustible de secado más utilizado por los agricultores de tabaco es el carbón, debido a su precio competitivo y a su disponibilidad.

En 2016, nos embarcamos en una iniciativa de múltiples partes interesadas liderada por la Corporación Nacional de Tabaco de China y apoyada por los gobiernos locales, cuyo objetivo es convertir los graneros de secado de carbón a biomasa y crear una cadena de suministro de pellets de combustible producidos a partir de residuos agrícolas. A finales de 2020, más de 71.000 graneros de secado habían eliminado el carbón y se habían pasado a la biomasa, lo que supuso una importante reducción de las emisiones de GEI procedentes del secado del tabaco (de 4,62 a 2,84 kg por kilo de tabaco secado), medida y verificada a través de nuestro marco de seguimiento y verificación, Monitoring and Verification Framework. Más allá de la reducción de carbono conseguida con la reconversión de los graneros, el proyecto aumentó los ingresos de los agricultores, ya que las calidades comerciales del tabaco se elevaron entre un 8,6% y un 11,8% en el caso de los agricultores que se pasaron al secado con biomasa. Puede encontrar más detalles sobre este proyecto en un [estudio de caso](#) que publicamos con el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible en 2020. El alimentador automático de pellets de biomasa acoplado al quemador ha reducido a la mitad las necesidades de horas de trabajo para la carga de combustible y la limpieza de las cenizas, reduciendo el coste global de producción. El ahorro estimado en mano de obra equivale a cerca de 43 dólares por agricultor y temporada. Junto con un aumento del precio medio de 0,17 dólares por kilogramo de tabaco impulsado por la mejora de la calidad en comparación con el secado con carbón, estimamos un ingreso medio adicional de 357 dólares por agricultor y por temporada por la venta de tabaco.

Seguimos comprometidos con la eliminación del carbón de nuestro catálogo de combustibles de secado y esperamos eliminar el carbón por completo en 2023.



Astillas de madera utilizadas como combustible en Guadalajara, México

Protección climática (continuación)

Fertilizantes

El uso de fertilizantes en la producción de tabaco representó alrededor del 8% de la huella de carbono total de PMI en 2020, lo que lo convierte en el segundo mayor contribuyente de emisiones de GEI en el flujo ascendente de nuestra cadena de suministro, después de la estopa de acetato. Si bien fomentamos la optimización de los fertilizantes, reduciendo al máximo su uso de acuerdo con nuestras buenas prácticas agrícolas, **Good Agricultural Practices**, la adopción de tecnologías de reducción de carbono en la fabricación de fertilizantes también ha contribuido a reducir su huella de CO₂.

En 2019, PMI actualizó su modelo de cálculo para las emisiones de CO₂ de los fertilizantes. En 2020, perfeccionamos los cálculos para evaluar con mayor precisión su impacto en la huella de carbono de la empresa utilizando datos primarios más precisos sobre el rendimiento de la producción frente a la tasa de aplicación de fertilizantes. Nos centramos en conocer el origen geográfico (es decir, la ubicación de la planta de producción) del componente de nitrógeno de algunos fertilizantes para asignarles un factor de emisión más preciso. Al tener en cuenta las ganancias de eficiencia y los avances tecnológicos que se producen en la fabricación de fertilizantes, las emisiones totales calculadas para 2020 son más precisas. Aunque las emisiones representaron una mayor proporción de la huella de carbono total de PMI en 2020, fueron un 11% más bajas en términos absolutos que en 2019. El siguiente paso en el desarrollo del modelo tendrá como objetivo comprender el impacto en las emisiones de los diferentes tipos de método de aplicación de los fertilizantes a base de nitrógeno. En 2020, centramos nuestros esfuerzos en mejorar la productividad frente a los factores de producción, mediante la aplicación constante del programa de GAP y algunos proyectos específicos vinculados a un mejor uso de los factores de producción. Por ejemplo, en Argentina empezamos, junto con nuestros agricultores, a cambiar la tecnología de riego por goteo para ahorrar agua y reducir la aplicación de fertilizantes por hectárea.

Soluciones en el entorno y en la naturaleza

En 2020, desarrollamos un estudio específico para trazar el potencial de las soluciones basadas en la naturaleza (NBS) en la cadena de suministro de tabaco y evaluar los sumideros naturales de carbono en el contexto de nuestra ambición de neutralidad en carbono. La atención se ha centrado en probar múltiples metodologías en tres mercados (Brasil, Mozambique y Filipinas) en los que creemos que las oportunidades son significativas y las inversiones podrían producir el mejor rendimiento en cuanto a las eliminaciones de carbono generadas. Las metodologías que hemos seleccionado son reconocidas internacionalmente y están en línea con la estrategia de promover bosques más resistentes y una agricultura sostenible. Aplicamos enfoques metodológicos de reforestación, forestación y adopción de una gestión sostenible de las tierras agrícolas. El estudio ha servido para definir las líneas de intervención y la escala que adoptaremos para futuros proyectos de NBS en nuestra cadena de suministro. Tenemos previsto poner a prueba las NBS sobre el terreno desarrollando un proyecto en 2021, aprovechando la experiencia que hemos adquirido este año.

En el último informe, comunicamos los planes relacionados con un proyecto en marcha relacionado con el suministro de agua potable y limpia a los agricultores de las zonas de cultivo de tabaco de Mozambique. El desarrollo del proyecto en cuestión se ha pospuesto durante un año, debido a los retos que ha traído la pandemia de COVID-19. Estamos trabajando activamente en su implementación en 2021 con Carbonsink e informaremos de los avances el próximo año.

Protección climática en nuestra cadena de suministro de materiales directos

Más allá del tabaco, los materiales y servicios que compramos representaron el 45% de nuestra huella total de GEI en 2020. De esta cifra, el 66% procede de los materiales directos de los que nos abastecemos, como la estopa de acetato de celulosa, la pulpa y el papel, y los dispositivos electrónicos sin humo.

El compromiso con nuestros proveedores es fundamental para impulsar los esfuerzos de reducción del carbono. Esto lo conseguimos de varias maneras. Por ejemplo, en 2020 organizamos dos seminarios web en los que participaron más de 50 proveedores de todas las categorías de la cadena de suministro. Los seminarios web reafirmaron los compromisos de neutralidad en carbono de PMI y explicaron las estrategias de la empresa, al tiempo que formaron a los participantes en la divulgación del CDP. En reconocimiento a nuestros esfuerzos, CDP colocó a PMI en su tabla de compromiso de proveedores en 2020 por cuarto año consecutivo por nuestras acciones y estrategias para reducir las emisiones y disminuir los riesgos relacionados con el clima en nuestra cadena de suministro.

Dentro de la cadena de suministro, los materiales directos utilizados en la fabricación de nuestros productos, estopa de acetato de celulosa, pulpa y papel (cartón de embalaje), son los que tienen un mayor impacto en nuestra huella. Durante el año, desarrollamos y pusimos en marcha un nuevo y completo programa de compromiso con los proveedores para recopilar datos primarios sobre el carbono y comprender sus programas y objetivos de reducción de emisiones de GEI. En 2020, nos comprometimos con 41 proveedores en nuestra categoría de materiales directos, que representan el 80% de la huella de carbono total de la categoría. Este compromiso y los datos recogidos nos permitieron mejorar significativamente el nivel de precisión del cálculo de las emisiones de carbono asociadas, impulsar la futura estrategia de compromiso y desarrollar una hoja de ruta integral para acelerar la descarbonización de la cadena de suministro. En nuestros compromisos con los proveedores, también hicimos hincapié en nuestro manifiesto de deforestación cero, **Zero Deforestation Manifiesto**, como motor fundamental para abordar el cambio climático.

En 2020, las emisiones de nuestra cadena de suministro de materiales directos no relacionados con el tabaco ascendieron a 1.182.445 toneladas de CO₂e, lo que supone un descenso del 14% respecto a 2019.

“Las emisiones ascendentes de una organización suelen ser más de 10 veces mayores que sus operaciones directas. Por lo tanto, debemos replicar y defender nuestros propios esfuerzos de sostenibilidad con los proveedores, trabajando juntos en soluciones y programas que tengan el mayor impacto en la reducción de nuestra huella medioambiental. El reconocimiento de este año por parte de CDP refuerza aún más nuestro compromiso de informar de forma transparente sobre los progresos que realizamos a medida que trabajamos para hacer frente al cambio climático y acelerar nuestros esfuerzos de sostenibilidad”

Laurence Ruffieux

Director de Operations, Sustainability

14%

Reducción de las emisiones de nuestra cadena de suministro de materiales directos no relacionados con el tabaco en 2020 frente a 2019

Protección climática (continuación)

Siguientes pasos

En 2021, pondremos en marcha una nueva fijación de precios del carbono interna para ayudar a impulsar la transición de PMI a un esquema de funcionamiento bajo en carbono. Aceleraremos aún más la descarbonización de nuestra flota y oficinas, desplegando las estrategias desarrolladas en 2020.

En nuestras fábricas, seguiremos aplicando iniciativas de eficiencia y conservación de energía, aumentaremos la cuota de renovables, cambiaremos a electricidad verde y promoveremos el uso eficiente de la energía a través de nuestro programa Drive 4 Zero. Tenemos previsto certificar otros centros como neutros en carbono para finales de 2021 y pretendemos desarrollar una hoja de ruta para certificar la mayoría de nuestras fábricas, que representarán alrededor del 80% de la producción total estimada de PMI, para 2025. A medio plazo, pretendemos pasar gradualmente de las

tecnologías de proceso mejoradas a tecnologías más disruptivas, como las de eliminación de carbono.

En la flota, pondremos en marcha nuestra nueva política de flota global, para acelerar la transición a coches eléctricos e híbridos y equipar nuestros vehículos con nuevas tecnologías para impulsar la eficiencia. En cuanto a las oficinas y almacenes, empezaremos a desplegar nuestra estrategia en nuestros 10 principales mercados contribuyentes. Las mejores prácticas que recojamos relacionadas con la gestión de las instalaciones (por ejemplo, la eficiencia de la iluminación y la temperatura, las fuentes de energía renovables y la compra de energía verde) se registrarán y utilizarán para su posterior reaplicación en otros mercados.

En la cadena de suministro de tabaco, nos centraremos en nuestros nuevos objetivos y seguiremos reduciendo las emisiones absolutas mediante la mejora continua de los combustibles de secado y otras iniciativas de reducción de emisiones para los fertilizantes y la

mecanización. A partir de los importantes avances que hemos logrado en los últimos años, ahora estamos explorando soluciones climáticas naturales, trabajando con nuestros agricultores contratados en la gestión activa y la restauración de los suelos y el cultivo de más árboles, que eliminarán naturalmente el CO₂ de la atmósfera si se conservan adecuadamente. En 2020, realizamos un estudio preliminar para evaluar el potencial de las soluciones basadas en la naturaleza en tres mercados y, en 2021, desarrollaremos nuestro primer proyecto piloto sobre las metodologías que hemos probado. La contribución de los proyectos de eliminación se comunicará por separado de las reducciones.

En la cadena de suministro no relacionada con el tabaco, tenemos previsto ampliar nuestro compromiso con los proveedores y los esfuerzos de recopilación de datos en 2021 para abarcar otras categorías de productos. También estamos estudiando el uso de una plataforma digital para facilitar la gestión de nuestros datos sobre el carbono y ampliar las actividades enfocadas en los proveedores. Además, tenemos previsto evaluar la inclusión de los compromisos de reducción en nuestros criterios de asignación de volumen de negocio y la fijación de precios del carbono como parte del proceso de licitación.

Alentados por los progresos, los logros recientes, el reconocimiento externo de Triple A de CDP y la validación de nuestros nuevos objetivos por parte de los SBTi, confiamos en poder alcanzar el objetivo de neutralidad en carbono en nuestras operaciones (alcance 1+2) antes de 2030. Durante 2021, trabajaremos en el desarrollo de un plan para acelerar significativamente nuestros esfuerzos y lo comunicaremos en consecuencia.

También tenemos previsto reevaluar los riesgos y oportunidades del cambio climático de acuerdo con un escenario de 1,5 grados centígrados en 2022.

PMI quiere seguir a la cabeza de la agenda de neutralidad climática. Creemos que las inversiones y las estrategias resueltas serán clave, y las condiciones actuales son óptimas para acelerar las estrategias y los proyectos de descarbonización, así como para reducir la huella global de la empresa y mejorar la resistencia de la cadena de suministro en la gestión de los riesgos relacionados con el clima y el aprovechamiento de las oportunidades de la economía baja en carbono.




Trabajador del cultivo de tabaco en Salta, Argentina

Puntos destacados del rendimiento de 2020

Ver cifras de rendimiento >


18%


Reducción de las emisiones de CO₂e en toda nuestra cadena de valor (alcance 1+2+3) con respecto a nuestra referencia de 2019


26%

Reducción de las emisiones de CO₂e en toda nuestras operaciones directas con respecto a 2019 (alcance +1+2)


67%

Del tabaco secado por aire caliente comprado y secado con fuentes de combustible renovable


78%

De la electricidad comprada y producida en las fábricas de PMI que procede de fuentes renovables

NIVEL 1

Prevención del vertido de residuos

En todo el mundo se generan cada año más de 360 millones de toneladas de residuos plásticos.¹ El vertido de residuos es lo que ocurre cuando los residuos de productos se desechan de forma incorrecta. Esto deteriora el medioambiente y contamina la tierra y las aguas, y se ha convertido en un motivo de preocupación creciente en muchos países. Dado que los individuos son los principales responsables del vertido de residuos, es importante entender por qué lo hacen, así como la forma de animarles a no hacerlo. La industria del tabaco produce anualmente alrededor de un millón de toneladas de filtros de cigarrillos. Mientras que la mayoría de las colillas se desechan adecuadamente, son demasiadas las que se tiran con indiferencia al medioambiente y se encuentran entre los elementos residuales más frecuentes.²

Leer más >



Una instalación de gestión de residuos en Yakarta, Indonesia

Hacer lo correcto

Mientras que la mayor parte del tabaco y el envoltorio de papel de un cigarrillo se desintegran cuando se fuma, algunas partes permanecen tras su consumo. Una colilla se compone principalmente de un filtro, papel fino, pequeñas cantidades de tabaco y residuos de componentes del humo en el filtro. Mientras que el papel fino y los residuos de tabaco se degradan rápidamente, el material del filtro, que está hecho de acetato de celulosa (AC), un bioplástico procedente de la madera, se biodegrada lentamente. Dependiendo de las condiciones biofísicas del entorno, los tiempos de biodegradación de las colillas pueden oscilar entre tres meses y 15 años. Esto, al igual que otros tipos de desecho, puede tener graves consecuencias para el medioambiente, como la contaminación, el daño a la fauna y la propagación de enfermedades. Comprometerse con la eliminación segura y responsable de los residuos postconsumo es lo correcto, ya que compartimos la preocupación por los efectos de los desechos y reconocemos nuestra responsabilidad de trabajar por un entorno natural no afectado. Además, hay un impacto social probado que creemos que podemos impulsar, al comprometernos con nuestros grupos de interés, para tomar medidas en asuntos relacionados con las iniciativas de limpieza y fomentar el cambio de comportamiento.

El caso empresarial

Más allá de las consideraciones medioambientales, los residuos de colillas y los residuos en general tienen un impacto social y financiero que va desde los costes de limpieza hasta la percepción de desorden y falta de seguridad en las zonas de alta prevalencia de residuos. Limpiar las calles de desechos es costoso para la sociedad, y cualquier reducción de desechos en su origen, mediante la educación y el estímulo a los consumidores para que se deshagan de ellos adecuadamente, puede ayudar a reducir estos costes. Cada vez se pide más a los productores que participen en estos costes.

En PMI, creemos que podemos y debemos desempeñar un papel en el tratamiento del problema de los residuos al ayudar a desarrollar y ampliar nuevas soluciones emergentes e innovadoras. Tratar adecuadamente los residuos postconsumo nos ayudará a mejorar la marca y la reputación al abordar directamente la percepción errónea de los consumidores; también nos permitirá mitigar los riesgos normativos nacionales e internacionales, que pueden tener implicaciones financieras para nuestros resultados. Por último, nos invita a innovar de forma que podamos asegurar nuestra ventaja competitiva mediante el diseño de cadenas de valor más circulares. Esto está asociado no solo a una menor cantidad de desechos y residuos, sino también a una menor extracción, conversión y fabricación de materias primas, un mejor uso de los materiales y una mayor eficiencia operativa, todo ello beneficioso para la triple cuenta de resultados.

Nuestro objetivo

50%

Reducción de los residuos de plástico de nuestros productos para 2025 (frente a 2021)

¹ Fuente: <https://www.statista.com/statistics/282732/global-production-of-plastics-since-1950/#:~:text=ln%202019%2C%20the%20global%20production,quarter%20of%20the%20global%20production>

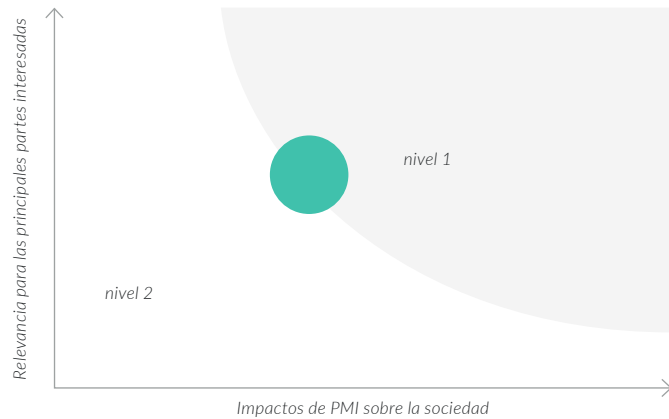
² Fuente: <https://missionmegots.fr/> and <https://www.pmi.com/media-center/news/new-pmi-survey-finds-encouraging-signs-in-cigarette-butt-littering-behavior-and-attitudes-and-key-areas-to-address>

Prevención del vertido de residuos

Descripción del tema

El vertido de residuos es lo que ocurre cuando los residuos de productos se desechan de forma incorrecta, ya sea en la tierra o en el agua. Las iniciativas de prevención de residuos de PMI, llevadas a cabo en colaboración con una amplia variedad de partes interesadas, se centran en la concienciación de los consumidores y en campañas de limpieza de colillas.

Relevancia del tema: Materialidad



Impacto en nuestra cadena de valor

- Flujo ascendente

- Operaciones de PMI

- Flujo descendente

Conectividad con nuestros otros temas de sostenibilidad del nivel 1



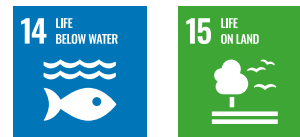
Principales partes interesadas



Megatendencias



Contribución a los ODS



Fuerza de la interacción: → Baja ⇌ Media ⇨ Alta

Naturaleza de la interacción: ■ Habilitar o reforzar ■ Limitar o requerir compensaciones

Prevención del vertido de residuos (continuación)

Conseguir nuestros objetivos

Aunque muchos consumidores se deshacen de sus desechos de forma adecuada, lamentablemente todavía hay demasiados que acaban en el medioambiente.

Queremos ayudar a cambiar el comportamiento para evitar que se tiren las colillas y fomentar la eliminación adecuada de los residuos. Para ello, contamos con una política antirresiduos, **Anti-Littering Policy**, y actuamos en toda PMI para cumplirla; en consecuencia, hemos lanzado campañas de concienciación global y realizamos campañas antirresiduos en varios países del mundo.

Nuestro enfoque para abordar el problema del vertido de residuos tiene tres vertientes:

- **Reducir el vertido de residuos en el suelo** mediante planes de recogida y campañas de limpieza eficaces y rentables.

- **Fomentar el cambio de comportamiento:** Inspirar un cambio en los hábitos de los consumidores a través de impactantes campañas de concienciación contra el vertido de residuos, que incluyan, por ejemplo, la promoción de soluciones eficaces de deshacerse de ellos.
 - **Diseñar para la circularidad:** Sustituir el plástico de nuestros productos por alternativas de materiales mejores y más sostenibles siempre que sea posible.
- A través de estas tres estrategias simultáneas, nos proponemos reducir en un 50% la cantidad de residuos plásticos de los productos para 2025. Tenemos previsto utilizar tres indicadores clave de rendimiento para seguir los progresos:
- Huella de plástico, que indica la cantidad de plástico en los productos que comercializamos en un año.
 - La huella de residuos de plástico, que indica la cantidad de nuestra huella de plástico que termina como desecho.

- Densidad de los residuos de plástico, que mide la densidad de los residuos de plástico resultantes de nuestros productos que se encuentran en el suelo.

Se ha desarrollado un modelo que extrapolará los datos recogidos localmente para proporcionar cifras globales, basadas en datos georreferenciados. El modelo se calibró en 2020 en una ciudad piloto (Lisboa, Portugal). Somos conscientes de que la COVID-19 sigue afectando a las actividades al aire libre en muchos países, lo que repercutirá en la cantidad de residuos encontrados en el suelo. Esto puede dar lugar a una prevalencia de residuos relativamente baja todavía en 2021 y cualquier punto de datos base de referencia que cuantifique la incidencia de residuos tomada durante este período puede requerir un control de este aspecto.

Compromiso con las partes interesadas

Nos hemos asociado con la ONG antirresiduos Litterati, el analista de datos CARTO y el experto en ciudades limpias de alta tecnología Cortexia para desarrollar un modelo global de residuos plásticos que nos permita calcular nuestra huella anual de residuos plásticos y medir la prevalencia de los mismos. En 2020, trabajamos con estas organizaciones para desarrollar una metodología para medir la prevalencia de los residuos plásticos y hacer un seguimiento de los avances con respecto al objetivo que hemos establecido para los residuos plásticos. Tenemos previsto establecer nuestra base de referencia en 2021.

El hábito de fumar, la concienciación medioambiental y las prácticas de eliminación de los desechos varían según el país, por lo que la lucha contra los residuos de colillas requiere un enfoque personalizado. En consecuencia, nuestras afiliadas trabajan, de acuerdo con nuestra metodología global, para idear estrategias impactantes, basadas en el contexto y adecuadas a las realidades de sus respectivos mercados. Estas campañas locales contra el vertido de residuos se llevan a cabo en nuestras afiliadas, con apoyo y orientación centrales.

Entendemos que las soluciones escalables requieren el tipo de asociación adecuado y, en ese sentido, también colaboramos con colegas del sector, trabajamos con organizaciones contra el vertido de residuos y nos comprometemos con las autoridades públicas.

Además, y para garantizar que las actividades se lleven a cabo en todo el mundo y tengan un impacto tangible, hemos desarrollado un conjunto de herramientas contra el vertido de residuos para que lo utilicen nuestras afiliadas.

Los esfuerzos de concienciación que realizamos se centran en los puntos calientes del vertido de residuos, como las zonas urbanas muy frecuentadas, las plazas y los parques identificados como áreas prioritarias por las autoridades locales. Algunas de las campañas de concienciación van acompañadas de actividades de limpieza en las que participan los empleados de PMI.

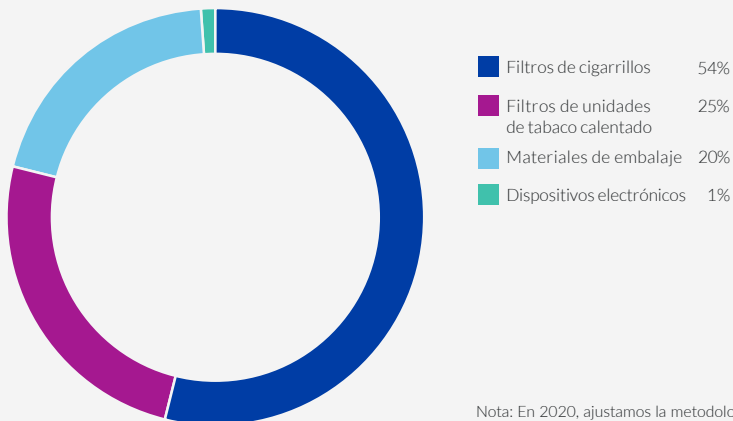
Las campañas de limpieza están diseñadas principalmente para concienciar a la población sobre el problema del vertido de residuos en las comunidades en las que se llevan a cabo, pero no están pensadas para resolver el problema ni para sustituir a los servicios de limpieza pública rentables.

Deben ir acompañados de soluciones convenientes para la eliminación de colillas. Buscamos continuamente las aportaciones de los expertos para desarrollar y compartir enfoques innovadores sobre los contenedores de residuos alternativos, así como soluciones portátiles para los consumidores.

La huella de plástico de PMI en 2020

Como fabricante mundial, nos abastecemos de materiales plásticos y artículos que contienen plástico para productos como nuestros consumibles, envases y dispositivos. En 2020, la cantidad de plástico que compramos fue de unas 127.000 toneladas.

La mayor parte (79%) de esa cantidad procedía de los bioplásticos utilizados en los filtros de los cigarrillos convencionales y las unidades de tabaco calentado IQOS.



Nota: En 2020, ajustamos la metodología para calcular nuestra huella de plástico en función de las cantidades compradas



Clasificación de los residuos de las colillas en una instalación de residuos en Yakarta, Indonesia

Prevención del vertido de residuos (continuación)

Progreso en 2020

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

Leer más >

Reducir los residuos en el suelo

En la UE, los fabricantes de cigarrillos deberán participar en la recogida y limpieza de los residuos de colillas. La directiva sobre plásticos de un solo uso, Single-Use Plastics (SUP), obligará a los fabricantes a participar en los sistemas de responsabilidad ampliada del productor (RAP) de todo el sector. La RAP es un sistema de gobierno establecido para la recogida de desechos para su reciclaje o tratamiento especial; ahora se utiliza por primera vez para abordar el tema del vertido de residuos. Apoyamos el concepto de una RAP para toda la industria, siempre y cuando estos sistemas se gestionen de una manera rentable, proporcionada y específica que aborde el objetivo de reducir los residuos y cambiar el comportamiento de los consumidores.

La cuestión de cómo hacer cumplir mejor las normativas existentes contra el vertido de residuos, o de cómo introducir una normativa que aborde el problema de los residuos plásticos, y más concretamente de las colillas, se está debatiendo en otros países como Australia, Brasil, Canadá, Costa Rica y EE. UU. Las iniciativas normativas en este contexto tratan principalmente de concienciar al público en general sobre el problema de los residuos y sus repercusiones medioambientales, y al mismo tiempo proponen que los fabricantes de productos con envases de plástico, o que contienen plásticos, asuman la responsabilidad de los costes de limpieza de los residuos.

En este sentido, estamos explorando oportunidades para participar en proyectos de recogida de residuos plásticos que puedan reducir no solo la basura de las colillas, sino posiblemente también otros residuos plásticos no reciclables.

En 2019, nos hemos sumado al Día Mundial de la Limpieza anual, el mayor evento de limpieza de residuos del mundo. La participación de nuestras afiliadas en el Día Mundial de la Limpieza simboliza el compromiso de la empresa de abordar el problema de los residuos de colillas y forma parte de nuestros esfuerzos de sensibilización pública. En 2020, dadas las restricciones generalizadas en el momento del evento (septiembre), decidimos que no era apropiado que hiciéramos una campaña de movilización global para participar en este evento. No obstante, algunas de las afiliadas, en las que las restricciones relacionadas con la pandemia eran menos severas, pudieron participar. Este fue el caso de nuestra afiliada en Pakistán (PMPKL), donde más de 70 de los empleados se reunieron con socios de la ONG local NOWPDP, durante el día de la independencia de Pakistán, recogiendo más de 700 kg de residuos del litoral de Karachi.

“Aunque nuestro objetivo principal es cambiar el comportamiento de las personas para fomentar la adecuada eliminación de las colillas, la concienciación no evitará todo el vertido de residuos. Para cumplir el objetivo de reducir a la mitad nuestra huella de residuos plásticos para 2025, tenemos que seguir explorando soluciones innovadoras para reducir y recoger los residuos plásticos”.

Jens Rupp, responsable de Environmental Sustainability de PMI

Adaptar nuestros esfuerzos a las realidades locales

A pesar de todas las limitaciones derivadas de la pandemia de COVID-19, algunas afiliadas pudieron desplegar una estrategia global en la que participaron socios comerciales, ONG locales, expertos y autoridades locales. No solo se trata de iniciativas de sensibilización, sino también de la implantación y evaluación de soluciones innovadoras para la eliminación de colillas, e incluso de la puesta a prueba de métodos alternativos de eliminación.

En los **países nórdicos**, en colaboración con reputadas organizaciones locales, apoyamos el lanzamiento de ceniceros portátiles y comunicaciones contra los residuos, con códigos QR que enlazan con sitios web en los que existen datos clave sobre el vertido de colillas (con la participación de unos 20 socios de cuentas clave y un alcance de unos 2.750 puntos de venta). Además, en Oslo apoyamos el despliegue de urnas en zonas estratégicas de la ciudad, en colaboración con un grupo de científicos del comportamiento (Mindshift) y el ayuntamiento. Con ellos, realizamos varios experimentos en un parque de la ciudad para evaluar la eficacia de los ceniceros de bolsillo, los mensajes ambientales y la gamificación. Estos experimentos mostraron una reducción del vertido de colillas de hasta el 32% y generaron importantes conclusiones que se están incorporando a nuestros planes.

En **Alemania**, las actividades de nuestra afiliada tenían como objetivo establecer el uso de ceniceros de bolsillo, evaluar el cambio de comportamiento provocado por los métodos visuales, auditivos e integradores, y medir la eficacia de la campaña para la prevención del vertido de colillas en zonas predefinidas de Berlín. El proyecto se desarrolló en colaboración con la ONG local wirBerlin y se llevó a cabo en ocho lugares diferentes (puntos críticos al aire libre) durante el verano de 2020. A pesar de los ajustes necesarios debido a la COVID-19 (que limitó la ejecución de algunas actividades y mediciones), la respuesta general de los berlineses fue muy positiva, y los resultados de las mediciones mostraron que es posible disminuir la incidencia del vertido de colillas a través de la educación.

En **Rusia**, nuestra afiliada lanzó las ediciones limitadas “Leave no Trace” de *Marlboro* y, en colaboración con la sociedad panrusa para la conservación de la naturaleza y National Geographic de Rusia, puso en marcha el proyecto “Rusia sin residuos”. Este proyecto incluye una serie de publicaciones educativas, seminarios web y actividades online para sensibilizar al público ruso sobre el problema general de los residuos y las fuentes de contaminación, incluidas las colillas ([este](#) es un enlace a uno de los sitios web del proyecto). Además, en seis grandes ciudades a lo largo del río Volga, nuestra afiliada apoyó una serie de iniciativas en las que participó el Ministerio de Recursos Naturales y Medioambiente, incluyendo mediciones de la calidad del agua y de la contaminación por microplásticos, para sensibilizar al público de estas ciudades sobre la relación entre el vertido de residuos y la contaminación de esta corriente de agua vital.

En **México**, la mayoría de las actividades en curso de nuestra afiliada tuvieron que ajustarse a partir de marzo y centrarse más en la campaña de educación y sensibilización online. No obstante, en alianza con la empresa local Ecofilter, PM México logró desplegar 300 papeleras públicas en la Ciudad de México y continuará con este esfuerzo en 2021; también se han desplegado 400 centros de recolección de colillas a nivel nacional. Este despliegue fue acompañado por el lanzamiento de un [sitio web](#) específico, un plan de medios sociales y una campaña de publicidad exterior, Out of Home (OOH). El nivel de compromiso de esta campaña fue extraordinario, con más de 30 millones de impresiones y un alcance de más de 120.000 personas en las redes sociales y OOH. Además, seguimos apoyando a Ecofilter con vistas a probar alternativas de eliminación de residuos respetuosas con el medioambiente.

Prevención del vertido de residuos (continuación)

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

En marzo de 2020, 44 afiliadas de PMI ya habían desplegado o estaban listas para desplegar sus planes locales contra el vertido de residuos. Sin embargo, los cierres provocados por la COVID-19 y otras medidas adoptadas en todo el mundo para contener la pandemia han interrumpido la mayoría de estas iniciativas. Aunque algunas afiliadas pudieron seguir realizando actividades específicas, incluidas las campañas de sensibilización online, la mayoría tuvo que posponer o cancelar por completo sus planes iniciales.

Para su reciclaje o tratamiento especial, ahora se utiliza por primera vez para abordar el tema del vertido de residuos. Apoyamos el concepto de una RAP para toda la industria, siempre y cuando estos sistemas se gestionen de una manera rentable, proporcionada y específica que aborde el objetivo de reducir los residuos y cambiar el comportamiento de los consumidores.

La cuestión de cómo hacer cumplir mejor las normativas existentes contra el vertido de residuos, o de cómo introducir una normativa que aborde el problema de los residuos plásticos, y más concretamente de las colillas, se está debatiendo en otros países como Australia, Brasil, Canadá, Costa Rica y EE. UU. Las iniciativas normativas en este contexto tratan principalmente de concienciar al público en general sobre el problema de los residuos y sus repercusiones medioambientales, y al mismo tiempo proponen que los fabricantes de productos con envases de plástico, o que contienen plásticos, asuman la responsabilidad de los costes de limpieza de los residuos.

En este sentido, estamos explorando oportunidades para participar en proyectos de recogida de residuos plásticos que puedan reducir no solo la basura de las colillas, sino posiblemente también otros residuos plásticos no reciclables.

En 2019, nos hemos sumado al Día Mundial de Limpieza anual, el mayor evento de limpieza de los países del mundo. La participación de nuestras afiliadas en el Día Mundial de la Limpieza simboliza el compromiso de la empresa de abordar el problema de los residuos de colillas y forma parte de nuestros esfuerzos de sensibilización pública. En 2020, dadas las restricciones generalizadas en el momento del evento (septiembre), decidimos que no era apropiado que fuéramos una campaña de movilización global para participar en este evento. No obstante, algunas de las afiliadas, en las que las restricciones relacionadas con la pandemia eran menos severas, pudieron participar. Fue el caso de nuestra afiliada en Pakistán (PMPKL), donde más de 70 de los empleados se reunieron con socios de la ONG local NOWPDP, durante el centenario de la independencia de Pakistán, recogiendo más de 700 kg de residuos del litoral de Karachi.

“Aunque nuestro objetivo principal es cambiar el comportamiento de las personas para fomentar la adecuada eliminación de las colillas, la concienciación no evitará todo el vertido de residuos. Para cumplir el objetivo de reducir a la mitad nuestra huella de residuos plásticos para 2025, tenemos que seguir explorando soluciones innovadoras para reducir y recoger los residuos plásticos”.

Jens Rupp, responsable de Environmental Sustainability de PMI

Adaptar nuestros esfuerzos a las realidades locales

A pesar de todas las limitaciones derivadas de la pandemia de COVID-19, algunas afiliadas pudieron desplegar una estrategia global en la que participaron socios comerciales, ONG locales, expertos y autoridades locales. No solo se trata de iniciativas de sensibilización, sino también de la implantación y evaluación de soluciones innovadoras para la eliminación de colillas, e incluso de la puesta a prueba de métodos alternativos de eliminación.

En los **países nórdicos**, en colaboración con reputadas organizaciones locales, apoyamos el lanzamiento de ceniceros portátiles y comunicaciones contra los residuos, con códigos QR que enlazan con sitios web en los que existen datos clave sobre el vertido de colillas (con la participación de unos 20 socios de cuentas clave y un alcance de unos 2.750 puntos de venta). Además, en Oslo apoyamos el despliegue de urnas en zonas estratégicas de la ciudad, en colaboración con un grupo de científicos del comportamiento (Mindshift) y el ayuntamiento. Con ellos, realizamos varios experimentos en un parque de la ciudad para evaluar la eficacia de los ceniceros de bolsillo, los mensajes ambientales y la gamificación. Estos experimentos mostraron una reducción del vertido de colillas de hasta el 32% y generaron importantes conclusiones que se están incorporando a nuestros planes.

En **Alemania**, las actividades de nuestra afiliada tenían como objetivo establecer el uso de ceniceros de bolsillo, evaluar el cambio de comportamiento provocado por los métodos visuales, auditivos e integradores, y medir la eficacia de la campaña para la prevención del vertido de colillas en zonas predefinidas de Berlín. El proyecto se desarrolló en colaboración con la ONG local wirBerlin y se llevó a cabo en ocho lugares diferentes (puntos críticos al aire libre) durante el verano de 2020. A pesar de los ajustes necesarios debido a la COVID-19 (que limitó la ejecución de algunas actividades y mediciones), la respuesta general de los berlineses fue muy positiva, y los resultados de las mediciones mostraron que es posible disminuir la incidencia del vertido de colillas a través de la educación.

En **Rusia**, nuestra afiliada lanzó las ediciones limitadas “Leave no Trace” de *Marlboro* y, en colaboración con la sociedad panrusa para la conservación de la naturaleza y National Geographic de Rusia, puso en marcha el proyecto “Rusia sin residuos”. Este proyecto incluye una serie de publicaciones educativas, seminarios web y actividades online para sensibilizar al público ruso sobre el problema general de los residuos y las fuentes de contaminación, incluidas las colillas ([este](#) es un enlace a uno de los sitios web del proyecto). Además, en seis grandes ciudades a lo largo del río Volga, nuestra afiliada apoyó una serie de iniciativas en las que participó el Ministerio de Recursos Naturales y Medioambiente, incluyendo mediciones de la calidad del agua y de la contaminación por microplásticos, para sensibilizar al público de estas ciudades sobre la relación entre el vertido de residuos y la contaminación de esta corriente de agua vital.

En **México**, la mayoría de las actividades en curso de nuestra afiliada tuvieron que ajustarse a partir de marzo y centrarse más en la campaña de educación y sensibilización online. No obstante, en alianza con la empresa local Ecofilter, PM México logró desplegar 300 papeleras públicas en la Ciudad de México y continuará con este esfuerzo en 2021; también se han desplegado 400 centros de recolección de colillas a nivel nacional. Este despliegue fue acompañado por el lanzamiento de un [sitio web](#) específico, un plan de medios sociales y una campaña de publicidad exterior, Out of Home (OOH). El nivel de compromiso de esta campaña fue extraordinario, con más de 30 millones de impresiones y un alcance de más de 120.000 personas en las redes sociales y OOH. Además, seguimos apoyando a Ecofilter con vistas a probar alternativas de eliminación de residuos respetuosas con el medioambiente.

Prevención del vertido de residuos (continuación)

Fomentar el cambio de comportamiento

En julio de 2020, lanzamos la plataforma [Our World Is Not an Ashtray](#), una plataforma corporativa basada en la web para educar, inspirar e involucrar al público en el tema de los residuos. A través de esta campaña de sensibilización, compartimos datos y cifras, testimonios y llamadas a la acción.

Además de aprovechar nuestras marcas para animar a los fumadores adultos a cambiar de comportamiento y pasarse a alternativas mejores, también pretendemos promover comportamientos posteriores al consumo relacionados con la adecuada eliminación de los residuos. En este sentido, en 2020 continuamos con el despliegue de nuestra cajetilla de *Marlboro* de edición limitada “Leave No Trace”, que transmite mensajes contra el vertido de residuos para fumadores adultos. Desarrollada en 2019, la cajetilla se vendió en nueve mercados en 2020.

Nuestro conjunto de herramientas patentado tiene como objetivo apoyar a los mercados en los que operamos para que puedan lograrlo, mediante la adaptación de sus esfuerzos a las realidades locales. Nos comprometemos a trabajar en colaboración con todas las partes interesadas para desarrollar y compartir los enfoques más innovadores. A finales de 2020, 65 mercados utilizaban nuestro conjunto de herramientas global para desarrollar estrategias localizadas, y 33 de ellos habían comenzado a aplicarlas. El conjunto de herramientas ofrece orientación sobre el desarrollo, el seguimiento y la evaluación de los programas locales, así como las mejores prácticas.

Diseño ecológico para obtener mejores filtros

Desde el punto de vista medioambiental, lo ideal sería que nuestros productos no generaran ningún tipo de residuo. En consonancia con nuestro compromiso medioambiental, [Environmental Commitment](#), y nuestro objetivo de reducción de residuos, debemos desempeñar nuestro papel en el diseño de opciones que eviten o, al menos, reduzcan significativamente la cantidad y el impacto de nuestros residuos de plástico, y desarrollar filtros con materiales más naturales, biodegradables o reciclables.

Somos conscientes de que el cambio de material en sí mismo no resuelve el problema del vertido de residuos, pero ayuda a mitigar su impacto en aquellos usuarios que no responden a las campañas contra el vertido.

Durante muchos años, hemos evaluado activamente la exploración y valoración de la viabilidad de materiales alternativos para los filtros de los cigarrillos con un menor impacto medioambiental que el acetato de celulosa (AC), un material ya renovable y parcialmente biodegradable. Cualquier material nuevo debe satisfacer los siguientes criterios:

1. Impacto en el consumidor:

- Eficiencia de filtración comparable y rendimiento consistente con los filtros de AC.
- Características de sabor aceptables, ya que un producto debe tener éxito en el mercado para tener el impacto positivo deseado en el medioambiente.

2. Impacto medioambiental:

- Reducción significativa de la huella de carbono total.
- Mejora sustancial de la biodegradación marina, acuática y del suelo frente a los filtros de AC, y/o una reducción significativa del contenido de plástico del filtro.

3. Comercialmente viable:

- Es necesario permitir que el material se utilice para el propósito.
- Propicia la industrialización a escala.

Evaluamos los materiales de filtrado alternativos mediante extensas pruebas químicas, ensayos de maquinaria, evaluaciones de biodegradación y pruebas de prototipos entre los consumidores.

A pesar de las dificultades que se presentaron durante 2020 debido a las restricciones de COVID-19 en nuestros proveedores e instalaciones, seguimos explorando y evaluando materiales de filtrado alternativos con mayor biodegradabilidad, incluidos algunos materiales sin plástico.

Hasta la fecha, aunque algunos materiales probados han cumplido con uno o más de los criterios anteriores, todavía no hemos encontrado una alternativa al AC que satisfaga esos criterios. Seguiremos explorando opciones a medida que se vayan desarrollando nuevos materiales y procesos.

En lo que respecta a nuestros productos sin humo y a nuestros envases, tratamos de paliar su impacto medioambiental mediante el diseño ecológico.

[Leer más: Diseño ecológico y circularidad del producto](#)

Siguientes pasos

En 2021, si las condiciones lo permiten, intensificaremos las campañas contra el vertido de residuos en los países en los que operamos, en coordinación con las principales partes interesadas.

Seguimos comprometidos con el objetivo de reducir a la mitad los residuos de plástico de nuestros productos para 2025. En 2021, también estableceremos una base de referencia de residuos plásticos.

Tenemos previsto desplegar nuestra cajetilla de *Marlboro* de edición limitada “Leave No Trace” en otros 14 mercados en 2021 y seguiremos ampliándola a otras marcas y encontrando soluciones para aumentar la concienciación sobre el tema entre nuestros fumadores adultos.

Seguiremos explorando y evaluando materiales de filtrado alternativos al acetato de celulosa, teniendo en cuenta tanto la posibilidad de fabricación como el rendimiento del producto.

Rendimiento de 2020

[Ver cifras de rendimiento](#) >



Una “urna” utilizada para concienciar sobre los residuos de colillas en Senec, Eslovaquia

NIVEL 1

Diseño ecológico y circularidad del producto

Es necesario pasar a modelos económicos de producción y uso más vigorizantes. Incorporar consideraciones de sostenibilidad en el diseño de los productos es una forma de controlar el impacto medioambiental y social a lo largo del ciclo de vida de un producto, desde su desarrollo y fabricación hasta su uso y eliminación.

[Leer más >](#)


Una tienda IQOS en Lausana, Suiza

Hacer lo correcto

Al integrar las consideraciones de sostenibilidad en nuestros productos, desde el desarrollo hasta el final de su uso, podemos reducir su impacto ambiental y social y los costes asociados. Los beneficios potenciales incluyen el ahorro de energía, la reducción del consumo de recursos naturales, la minimización de los residuos y una mayor vida útil del producto. Minimizar los impactos ambientales y sociales negativos de los productos comercializados a escala puede ayudar a salvaguardar los intereses de las generaciones futuras.

El caso empresarial

Los costes de capital natural y social de la extracción y eliminación de recursos no renovables repercuten en el coste de la actividad empresarial. Los precios de los productos básicos y las materias primas seguirán siendo volátiles, ya que el cambio climático, la demografía y la innovación tecnológica influyen en la oferta y la demanda de recursos. Además, los requisitos normativos, como el cierre de vertederos, la prohibición de materiales y las políticas de responsabilidad ampliada del productor, están proliferando en todo el mundo. El concepto de diseño económico y circularidad tiene sentido desde el punto de vista empresarial, ya que representa una notable oportunidad económica, al tiempo que aporta beneficios medioambientales y sociales. Aumenta la velocidad y reduce el coste de los distintos productos electrónicos gracias a los componentes comunes. También reduce los costes de devolución, de obsolescencia y de eliminación, que de otro modo pueden ser importantes. Además, creemos que invertir en diseño ecológico y circularidad puede acelerar el crecimiento al estimular la innovación de nuevos productos y reducir los costes operativos. Es más, puede prevenir problemas de reputación al fortalecer las relaciones con los clientes y los empleados.

Nuestros objetivos

100%

Porcentaje de usuarios de productos sin humo PMI que tienen acceso a la recogida y recuperación de dispositivos y consumibles a finales de 2025

100%

Porcentaje de dispositivos electrónicos sin humo PMI introducidos en el mercado a finales de 2025 que cuentan con la certificación de diseño ecológico

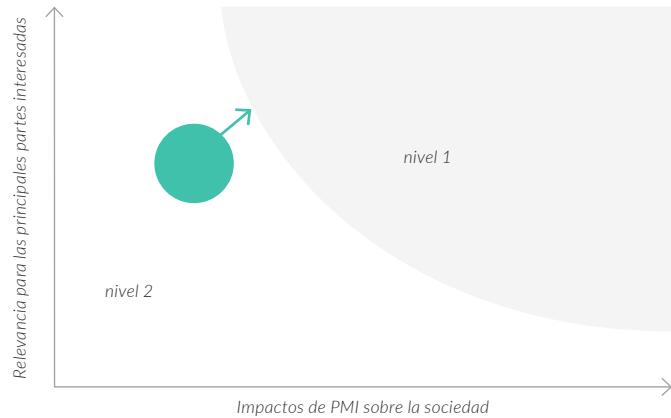
Diseño ecológico y circularidad del producto



Descripción del tema

Para PMI, contribuir a la economía circular significa desarrollar productos más respetuosos con el medioambiente (dispositivos, consumibles, accesorios y envases) mejorando su capacidad de reciclaje, eficiencia, vida útil y facilidad de reparación, y reutilizando nuestros propios materiales.

Relevancia del tema: Materialidad



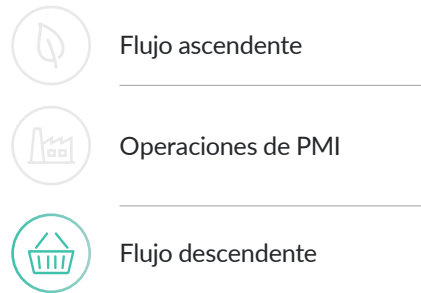
Principales partes interesadas



Megatendencias



Impacto en nuestra cadena de valor



Contribución a los ODS



Conectividad con nuestros otros temas de sostenibilidad del nivel 1



Fuerza de la interacción: → Baja ⇌ Media ⇨ Alta
 Naturaleza de la interacción: ■ Habilitar o reforzar ■ Limitar o requerir compensaciones

Diseño ecológico y circularidad del producto (continuación)

Conseguir nuestros objetivos

En PMI, nos comprometemos a comprender y gestionar los impactos ambientales y sociales en toda la cadena de valor, incluido el ciclo de vida de nuestros productos. Centrarse en su sostenibilidad es especialmente importante, ya que seguimos ofreciendo productos tecnológicamente avanzados que se encuentran en el centro de nuestra transición hacia un futuro sin humo.

Con respecto a los productos sin humo, nuestras ambiciones de ecodiseño y circularidad para 2025, que se extienden a los dispositivos electrónicos, los accesorios y los consumibles, son las siguientes:

- Proporcionar acceso a la recogida y recuperación del dispositivo y sus consumibles a todos los usuarios de IQOS.
- Seguir reduciendo la huella de carbono de nuestros productos sin humo de acuerdo con los objetivos basados en la ciencia.
- Lograr la certificación ecológica de todos nuestros dispositivos electrónicos sin humo PMI introducidos en el mercado a partir de finales de 2025.

La consecución de estos objetivos se basa en un enfoque sistemático en el que la sostenibilidad se tiene en cuenta desde el principio del proceso de desarrollo de los productos. Nuestro trabajo está guiado por estrategias de diseño de productos sostenibles, que tienen en cuenta los impactos relacionados con la selección y el abastecimiento de materiales, la producción de componentes y la fabricación de productos, la distribución, el uso y el fin de la vida útil.

Nuestras directrices de diseño sostenible, desarrolladas en 2019, sustentan la toma de decisiones y ayudan a integrar la sostenibilidad en todo nuestro proceso de innovación. En la actualidad, hemos integrado plenamente estas directrices en los procesos de innovación por etapas y reforzamos continuamente nuestros requisitos y principios en cada una de ellas. En 2020, seguimos avanzando en este programa con la incorporación de la sostenibilidad en nuestros procesos previos al desarrollo, reconociendo que la exploración de nuevas tecnologías desempeñará un papel fundamental en el rendimiento de la sostenibilidad de nuestro futuro catálogo de productos. Con el objetivo de lograr el mayor impacto de sostenibilidad, aplicamos en diversos grados nuestros cinco principios de diseño ecológico en la innovación de productos de PMI. Cada generación de productos que lanzamos incorpora mejoras en, por ejemplo, la calidad, la funcionalidad, la facilidad de uso o la resistencia.

Cinco principios fundamentales de diseño ecológico guían nuestro progreso



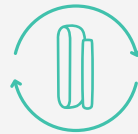
1.

Uso eficaz de materiales sostenibles (como renovables, reciclables o reciclados)



2.

Minimización de la huella de carbono relacionada con el consumo de energía y el transporte



3.

Optimización de la vida útil del producto



4.

Circularidad: Reutilización, reparación, reciclaje, recuperación y cero residuos



5.

Responsabilidad social en las fases de producción, uso y fin de vida útil

“Nuestros equipos de diseño e ingeniería han recibido formación por parte de expertos internos y de terceros para integrar nuestras normas de diseño ecológico. Esto se aplica a los dispositivos, los consumibles y los accesorios, así como a los envases. Para seguir impulsando este programa, el equipo de Product Sustainability participa periódicamente en varios foros departamentales para promover la sostenibilidad en el diseño, compartir estrategias y estudiar las formas en que los individuos y los equipos pueden contribuir mejor a alcanzar nuestros objetivos generales de diseño de productos. Hemos establecido expectativas y requisitos para cada nueva edición del producto y los supervisamos durante todo el proceso de diseño y producción”.

Bin Li, director de Product de PMI

Diseño ecológico y circularidad del producto (continuación)

El rendimiento se comparte periódicamente con la alta dirección de nuestros equipos de Product y Consumer a través del marco de gobierno de desarrollo establecido. Nos comprometemos a evaluar las características de sostenibilidad y a tomar decisiones de diseño que mejoren continuamente el rendimiento de todos nuestros productos y envases. El análisis del ciclo de vida (ACV) y otras evaluaciones medioambientales relevantes se realizan antes del lanzamiento de cualquier producto, y los resultados se presentan en foros internos de toma de decisiones según nuestros programas de gobierno de diseño sostenible. Seguimos avanzando en estas evaluaciones técnicas medioambientales en una fase más temprana de nuestro ciclo de desarrollo, para conocer el impacto y el potencial de sostenibilidad de las nuevas innovaciones en la fase más temprana.

En 2018, adoptamos un enfoque centralizado para el final de la vida útil de nuestros dispositivos mediante el establecimiento de dos centros CIRCLE (Central Inspection and Recycling for a Closed Loop Economy), en Europa y Asia. Los beneficios de este enfoque son las economías de escala, la inversión regional, la prevención del comercio ilegal y la mejora de la calidad (la aceleración de las mejoras de fabricación y diseño minimiza las devoluciones de los productos). En algunas ocasiones, debido a las restricciones normativas que rigen el transporte transfronterizo de residuos electrónicos, podemos complementar nuestro enfoque centralizado con soluciones más localizadas.

Nuestras ambiciones de ecodiseño y circularidad para 2025 se aplican a los dispositivos electrónicos desarrollados por PMI. En 2020, PMI comercializó dispositivos desarrollados por KT&G bajo el respaldo de la marca IQOS en determinados mercados. Como KT&G es propietaria del desarrollo y la fabricación de estos dispositivos, muchas de nuestras iniciativas de sostenibilidad no pueden aplicarse. Sin embargo, debido a nuestro compromiso con la protección del medioambiente y la calidad de los productos, el programa de inspección y recogida CIRCLE está abierto a los dispositivos de KT&G comercializados por PMI, y nuestro objetivo es alcanzar unos niveles de rendimiento igualmente elevados para estos dispositivos.

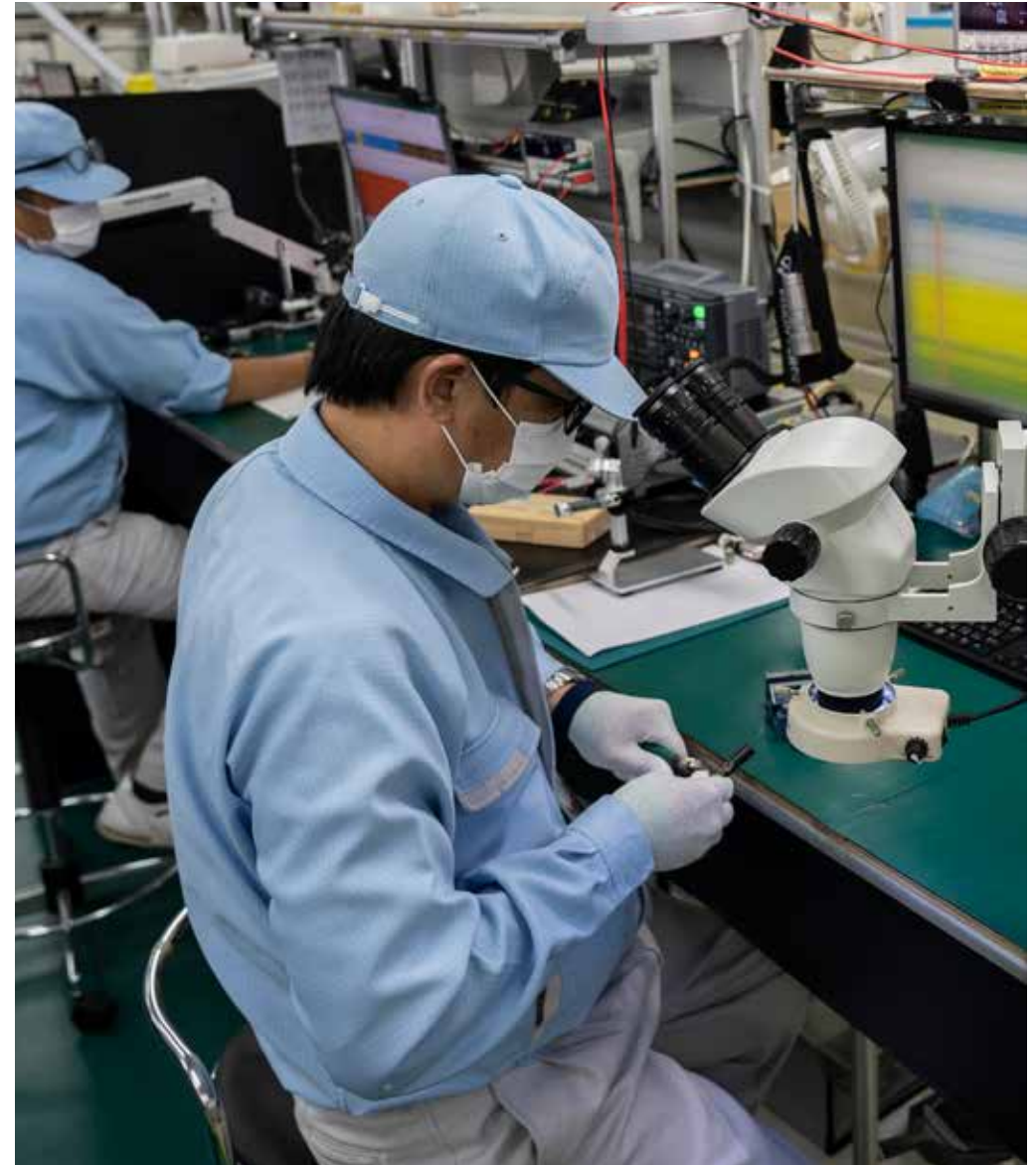
Compromiso con las partes interesadas

Periódicamente comparamos nuestro programa de diseño con los de otras empresas líderes para determinar si es necesario realizar modificaciones para garantizar los estándares más elevados, incluida la participación en foros centrados en la circularidad dentro de la industria electrónica, abordando directamente algunos de los problemas más prioritarios que abordamos.

Para apoyar los esfuerzos que realizamos para construir un modelo de negocio más circular para nuestros productos de riesgo reducido, buscamos activamente la participación de partes interesadas externas y aprendemos de los líderes del sector. En 2020, participamos en un proyecto con el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), sobre la identificación de las mejores prácticas en electrónica circular, incluido el desarrollo de modelos de negocio y el diseño de productos. Los aprendizajes identificados ayudarán a PMI a seguir desarrollando nuestras ambiciones en materia de diseño ecológico y circularidad.



Nos comprometemos a tomar decisiones de diseño que mejoren continuamente la sostenibilidad de todos nuestros productos y envases



Centro de reciclaje de dispositivos IQOS en Japón

Diseño ecológico y circularidad del producto (continuación)

Progreso en 2020

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

Leer más >

Dispositivos electrónicos

En el ámbito de la innovación de productos, nuestro objetivo es que todos los nuevos dispositivos electrónicos que comercialicemos a partir de finales de 2025 estén certificados según normas validadas de diseño ecológico. También estamos trabajando para incluir de forma significativa contenido reciclado en todos los dispositivos para 2025. Para hacerlo, buscamos mejoras en áreas como la durabilidad, el diseño para la reparación y el reciclaje, y la eficiencia energética.

Diseño sostenible

En 2020, comenzamos a comercializar una versión mejorada de nuestro producto de vapor electrónico en Nueva Zelanda bajo la marca IQOS VEEV. Gracias a los esfuerzos por minimizar el tamaño tanto del dispositivo como del cartucho de e-líquido, este producto representa una mejora significativa de la sostenibilidad con respecto al anterior producto IQOS MESH, que comercializamos en el Reino Unido.

Otro objetivo de este año ha sido cambiar la tecnología de las baterías de nuestras unidades de carga IQOS. La nueva química de la batería ofrece el mismo rendimiento pero con una huella de carbono reducida respecto a la versión anterior. Este cambio se incorporó a los cargadores IQOS 2.4+ e IQOS 3 DUO, lo que supuso una reducción del 9% de la huella de CO₂ del producto.

Circularidad

Nos esforzamos para que nuestros productos duren y cada vez más intentamos repararlos o renovarlos, para que sigan utilizándose el mayor tiempo posible.

Optimización de la vida útil

En 2020, establecimos un programa global multifuncional, con un enfoque integral para abordar las devoluciones de productos y mejorar la vida útil de nuestros dispositivos. Este esfuerzo se centró en reducir la sustitución innecesaria de dispositivos y, en consecuencia, limitar la generación de residuos electrónicos. Dicho programa fue el primer paso en nuestro camino para mejorar la vida útil de nuestros productos, principalmente a través de la optimización con vistas al reacondicionamiento y la reparación.

Nuestros dispositivos IQOS están sujetos a las garantías estándar de los productos, por lo general durante 12 meses a partir de la fecha de compra o durante otros periodos exigidos por la ley. En muchos casos, ofrecemos pólizas de garantía que van más allá de los mínimos legales para ofrecer ventajas adicionales a nuestros consumidores. En 2020, lanzamos o ampliamos varias soluciones basadas en el servicio para minimizar el impacto medioambiental, con el objetivo de prolongar la vida útil de los productos mediante la optimización y el mantenimiento de los dispositivos.

Hemos estandarizado las directrices globales, con el fin de establecer criterios y procedimientos coherentes en todos los mercados en los que se comercializan nuestros productos sin humo. Estas directrices regulan los procedimientos de devolución verificados, así como las condiciones que conceden una sustitución en garantía o en programas específicos de fidelización. Formamos a nuestros equipos de minoristas y centros de atención telefónica sobre cómo evaluar los posibles problemas del producto con los que se enfrenta el consumidor. Nos esforzamos por garantizar que se realice un diagnóstico antes de sustituir un dispositivo, ya que algunos problemas pueden resolverse sin necesidad de sustituirlo y dificultar la experiencia del consumidor; por ejemplo, mediante una limpieza a fondo del dispositivo o la comprobación de que el software está actualizado directamente en una tienda de nuestra marca. También hemos lanzado en algunos mercados una aplicación móvil para los usuarios de IQOS, que ofrece consejos sobre cómo utilizar y limpiar el dispositivo, así como instrucciones básicas para la resolución de problemas.

Como esfuerzo piloto en el último trimestre de 2020, comenzamos a instalar capacidades de actualización de firmware a través de nuestros puntos de contacto con el consumidor, en varios mercados principales. En 2021, seguiremos ampliando estas capacidades en todas las zonas geográficas, canales y puntos de contacto mediante nuestro ecosistema digital en constante evolución.

Inspección, desmontaje, reciclaje y reparación

Cuando los usuarios de IQOS devuelven productos defectuosos o en mal estado, nuestro programa de logística inversa ayuda a devolver los materiales a la economía. Nuestro programa CIRCLE proporciona centros que inspeccionan, procesan y separan los materiales de los dispositivos electrónicos para su reciclaje. Nuestros socios de reciclaje tienen la certificación R2, una estricta certificación regida por Sustainable Electronics Recycling International (SERI). Esta norma abarca todos los aspectos de la cadena de valor del reciclaje de productos electrónicos, incluidas las prácticas de medioambiente, salud y seguridad (EHS) en el lugar de trabajo, la jerarquía de eliminación de residuos y la trazabilidad de las materias primas, y ayuda a garantizar que nuestros procesos de reciclaje cumplen los requisitos más exigentes.

Además, nuestro centro CIRCLE en la Unión Europea obtuvo la certificación WEEE Labex en 2020, lo que refleja el compromiso que tenemos respecto a las prácticas de diligencia debida y el reciclaje avanzado. A través del programa CIRCLE, recuperamos y reciclamos una cantidad significativamente mayor de materiales que si los dispositivos siguieran los flujos de residuos electrónicos tradicionales. Y además, la inspección y el reciclaje de los productos devueltos nos permite mejorar la calidad y el diseño al retroalimentar los procesos de desarrollo. Asimismo, los centros contribuyen a nuestra lucha contra el comercio ilegal y la falsificación, ya que reducen las oportunidades de desviación de productos, y benefician a las economías regionales en las que se encuentran.

Diseño ecológico y circularidad del producto (continuación)

Progreso en 2020

Impacto de la COVID-19 en nuestras actividades de 2020

Al igual que muchas áreas de nuestro negocio, la COVID-19 tuvo un impacto en algunos de los esfuerzos que realizamos en materia de diseño ecológico y circularidad durante 2020. Esto se ha notado sobre todo en la capacidad que tenemos para seguir incorporando mercados a CIRCLE. Aunque pudimos aumentar nuestra cobertura global, los resultados fueron más lentos de lo previsto. Esto se debe a la priorización de las medidas de mitigación relacionadas con la pandemia a nivel regional y al cambio de enfoque gubernamental hacia la gestión de la pandemia. Las restricciones del transporte internacional y los cierres de instalaciones limitaron los envíos a nuestras instalaciones desde determinados mercados. Además, durante este periodo vimos un menor volumen de devoluciones de dispositivos usados, debido al cierre de boutiques y puntos de venta. Para mitigar este impacto, muchos mercados enviaron comunicaciones proactivas a los consumidores adultos alentando las devoluciones una vez que había opciones disponibles. El objetivo era garantizar la gestión continuada de los residuos electrónicos generados por los productos de PMI y ofrecer a nuestros consumidores métodos adecuados de eliminación. A pesar de estos retos, los centros de CIRCLE siguieron funcionando con protocolos de salud y seguridad adecuados para nuestros proveedores de servicios externos, a fin de garantizar la continuidad y el crecimiento sostenido durante la pandemia.

Dispositivos electrónicos

En el ámbito de la innovación de productos, nuestro objetivo es que todos los nuevos dispositivos electrónicos que comercialicemos a partir de finales de 2025 estén certificados según normas validadas de diseño ecológico. También estamos trabajando para incluir de forma significativa contenido reciclado en todos los dispositivos para 2025. Para hacerlo, buscamos mejoras en áreas como la durabilidad, el diseño para la reparación y el reciclaje, y la eficiencia energética.

Diseño sostenible

En 2020, comenzamos a comercializar una versión mejorada de nuestro producto de vapor electrónico en Nueva Zelanda bajo la marca IQOS VEEV. Gracias a nuestros esfuerzos por minimizar el tamaño tanto del dispositivo como del cartucho de e-líquido, este producto representa una mejora significativa de la sostenibilidad con respecto al anterior producto IQOS SH, que comercializamos en el Reino Unido.

Uno de los objetivos de este año ha sido cambiar la tecnología de las baterías de nuestras unidades de carga IQOS. La nueva química de la batería ofrece el mismo rendimiento o con una huella de carbono reducida respecto a la versión anterior. Este cambio se incorporó a los dispositivos IQOS 2.4+ e IQOS 3 DUO, lo que supuso una reducción del 9% de la huella de CO₂ del producto.

Circularidad

Nuestro objetivo es esforzarnos para que nuestros productos duren más tiempo. Cada vez más intentamos repararlos o renovarlos, para que sigan utilizándose el mayor tiempo posible.

Optimización de la vida útil

En 2020, establecimos un programa global multifuncional, con un enfoque integral para abordar las devoluciones de productos y mejorar la vida útil de nuestros dispositivos. Este esfuerzo se centró en reducir la sustitución innecesaria de dispositivos y, en consecuencia, limitar la generación de residuos electrónicos. Dicho programa fue el primer paso en nuestro camino para mejorar la vida útil de nuestros productos, principalmente a través de la optimización con vistas al reacondicionamiento y la reparación.

Nuestros dispositivos IQOS están sujetos a las garantías estándar de los productos, por lo general durante 12 meses a partir de la fecha de compra o durante otros periodos exigidos por la ley. En muchos casos, ofrecemos pólizas de garantía que van más allá de los mínimos legales para ofrecer ventajas adicionales a nuestros consumidores. En 2020, lanzamos o ampliamos varias soluciones basadas en el servicio para minimizar el impacto medioambiental, con el objetivo de prolongar la vida útil de los productos mediante la optimización y el mantenimiento de los dispositivos.

Hemos estandarizado las directrices globales, con el fin de establecer criterios y procedimientos coherentes en todos los mercados en los que se comercializan nuestros productos sin humo. Estas directrices regulan los procedimientos de devolución verificados, así como las condiciones que conceden una sustitución en garantía o en programas específicos de fidelización. Formamos a nuestros equipos de minoristas y centros de atención telefónica sobre cómo evaluar los posibles problemas del producto con los que se enfrenta el consumidor. Nos esforzamos por garantizar que se realice un diagnóstico antes de sustituir un dispositivo, ya que algunos problemas pueden resolverse sin necesidad de sustituirlo y dificultar la experiencia del consumidor; por ejemplo, mediante una limpieza a fondo del dispositivo o la comprobación de que el software está actualizado directamente en una tienda de nuestra marca. También hemos lanzado en algunos mercados una aplicación móvil para los usuarios de IQOS, que ofrece consejos sobre cómo utilizar y limpiar el dispositivo, así como instrucciones básicas para la resolución de problemas.

Como esfuerzo piloto en el último trimestre de 2020, comenzamos a instalar capacidades de actualización de firmware a través de nuestros puntos de contacto con el consumidor, en varios mercados principales. En 2021, seguiremos ampliando estas capacidades en todas las zonas geográficas, canales y puntos de contacto mediante nuestro ecosistema digital en constante evolución.

Inspección, desmontaje, reciclaje y reparación

Cuando los usuarios de IQOS devuelven productos defectuosos o en mal estado, nuestro programa de logística inversa ayuda a devolver los materiales a la economía. Nuestro programa CIRCLE proporciona centros que inspeccionan, procesan y separan los materiales de los dispositivos electrónicos para su reciclaje. Nuestros socios de reciclaje tienen la certificación R2, una estricta certificación regida por Sustainable Electronics Recycling International (SERI). Esta norma abarca todos los aspectos de la cadena de valor del reciclaje de productos electrónicos, incluidas las prácticas de medioambiente, salud y seguridad (EHS) en el lugar de trabajo, la jerarquía de eliminación de residuos y la trazabilidad de las materias primas, y ayuda a garantizar que nuestros procesos de reciclaje cumplen los requisitos más exigentes.

Además, nuestro centro CIRCLE en la Unión Europea obtuvo la certificación WEEELabex en 2020, lo que refleja el compromiso que tenemos respecto a las prácticas de diligencia debida y el reciclaje avanzado. A través del programa CIRCLE, recuperamos y reciclamos una cantidad significativamente mayor de materiales que si los dispositivos siguieran los flujos de residuos electrónicos tradicionales. Y además, la inspección y el reciclaje de los productos devueltos nos permite mejorar la calidad y el diseño al retroalimentar los procesos de desarrollo. Asimismo, los centros contribuyen a nuestra lucha contra el comercio ilegal y la falsificación, ya que reducen las oportunidades de desviación de productos, y benefician a las economías regionales en las que se encuentran.

Diseño ecológico y circularidad del producto (continuación)

“Comenzamos a trabajar con PMI en 2018 para recoger los dispositivos de tabaco calentado que han fallado en el período de garantía y proporcionar asistencia con la inspección, la protección de la propiedad intelectual y el reciclaje. Durante la inspección de los dispositivos, se identifican las causas de los fallos y se comunican a PMI para que pueda reducirse la tasa de devoluciones mediante la mejora del diseño de los productos. En cuanto al reciclaje, no depositamos ningún residuo relacionado con PMI en el vertedero y también nos esforzamos por reducir al máximo el porcentaje de reciclaje térmico. Por ejemplo, en Japón, solo hay un número limitado de empresas de reciclaje que acepten plásticos mezclados, así que para aumentar la tasa de reciclaje, clasificamos los materiales con la mayor pureza posible y buscamos activamente empresas de reciclaje que puedan aceptar incluso pequeños lotes de los materiales clasificados. Nos reunimos regularmente con PMI para debatir la posibilidad de reutilizar los residuos de plástico para nuestros propios productos, y también colaboramos estrechamente en la resolución de los problemas de reciclaje. Trabajar con PMI ha sido la primera vez que nuestra empresa, que cuenta con 130 centros de trabajo en todo el mundo, ha propuesto una solución que incorpora plenamente el concepto de reciclaje de recursos. En el futuro, tenemos la intención de aprovechar nuestro trabajo con PMI como caso de estudio para seguir ampliando los esfuerzos hacia la realización de una economía circular”.

Representante de la empresa que dirige el centro CIRCLE en Japón

191 toneladas

De dispositivos y materiales al final de su vida útil procesados en los centros CIRCLE en 2020

En 2020, continuamos el despliegue de nuestro programa CIRCLE, con el que logramos una cobertura del 48% del volumen de mercado, frente al 39% del año anterior, al añadir dos nuevos mercados al programa (Bulgaria y Ucrania). CIRCLE procesó más de 191 toneladas de dispositivos y materiales al final de su vida útil (de las cuales, unas 160 toneladas se reciclaron, y el resto se destinó a la incineración para la recuperación de energía). En 2020, mejoramos significativamente las tasas de reciclaje al trabajar con nuestros socios de reciclaje para identificar tecnologías adicionales, metodologías de desmontaje mejoradas y aplicaciones de materiales, lo que resultó en un aumento al 84% en 2020, frente al 74% en 2019. Con el objetivo de ampliar nuestra huella actual, también establecimos planes para lanzar una tercera instalación centralizada, ubicada en Rusia, en 2021.

Desde que introdujimos centros CIRCLE en 2018, con tasas de reciclaje del 45%, hemos avanzado enormemente en la mejora de nuestros resultados. Los objetivos agresivos que nos marcamos nos llevan a alcanzar niveles de rendimiento superiores al 80% de los productos actuales. El siguiente paso que tenemos que dar es mantener estos resultados y reciclar los materiales con un mayor nivel de calidad, al tiempo que ampliamos la cobertura de las devoluciones y la recogida de productos. Con la introducción periódica de nuevos productos y versiones en el catálogo de IQOS, reconocemos el reto continuo de mantener los niveles de rendimiento. Ahora nos centramos en la calidad de la producción de material y en la eficiencia mediante técnicas de desmontaje mejoradas y una mayor automatización, además de los esfuerzos en la reparación y el reacondicionamiento. En el futuro, mientras mantenemos un rendimiento de reciclaje superior al 80%, tenemos el objetivo de ampliar nuestra cobertura geográfica y de volumen, así como las capacidades de reparación para amplificar el impacto positivo de estos programas.

Preferimos desplegar CIRCLE a nivel mundial; sin embargo, no es posible implantar el servicio en todos los mercados en este momento debido a las restricciones legislativas relacionadas con el transporte de residuos electrónicos. En los mercados en los que aún no se ha implantado CIRCLE, los usuarios de IQOS pueden seguir devolviendo sus dispositivos en los lugares especificados. El objetivo es reciclar estos dispositivos a través de socios locales con estándares de reciclaje de productos electrónicos igualmente elevados; por ejemplo, la afiliada de los Emiratos Árabes Unidos utiliza un reciclador con certificación R2.

Nos esforzamos por establecer programas de reparación y reacondicionamiento comercialmente viables para ofrecer una segunda vida a los dispositivos y devolverlos a la economía. También estamos aprovechando la infraestructura digital para garantizar la capacidad de actualización de todos los dispositivos. En 2020, trabajamos con los socios de logística inversa para aprovechar y ampliar la actual infraestructura de CIRCLE para la futura posibilidad de reparación y reacondicionamiento. Seguiremos ampliando estas iniciativas en 2021.



La tasa de reciclaje aumentó hasta el 84% en 2020, frente al 74% de 2019

Diseño ecológico y circularidad del producto (continuación)

Huella de carbono

En nuestras operaciones, los principios de diseño ecológico informan de cómo utilizamos el análisis del ciclo de vida (ACV) para evaluar la huella de carbono de nuestros productos, desde el abastecimiento de tabaco hasta el impacto al final de su vida útil.

Hasta ahora, hemos analizado los dispositivos IQOS, las unidades de tabaco calentado y los envases. En 2020, finalizamos los resultados relacionados con el producto nuevo de vapor electrónico, IQOS VEEV. Esta nueva versión tiene una menor huella de carbono gracias a los esfuerzos por reducir el tamaño total del producto y

disminuir el uso de materiales. También investigamos la huella de carbono del líquido de nicotina en colaboración con un tercero y uno de nuestros principales proveedores. Este estudio nos ha permitido conocer con más detalle los impactos a lo largo de la cadena de valor y nos proporcionará información para futuras mejoras.

Actualmente, IQOS tiene una huella de carbono más alta que la de los cigarrillos de combustión. Esto se debe principalmente al uso de un dispositivo electrónico, que implica nuevos componentes y requiere electricidad para cargarse. Este elemento representa el 13% de la huella de carbono total del sistema IQOS 3. Además, el

proceso de fabricación de unidades de tabaco calentado es más intensivo en energía que el de los cigarrillos, debido a la producción de tabaco en hoja de molde.

Estamos trabajando para cerrar la brecha entre los productos combustibles y los productos sin humo a través de la mejora de los procesos de fabricación, la ampliación de la vida útil de los dispositivos electrónicos, y la disminución de la huella total de CO₂ mediante la selección de materiales inteligentes y las prácticas de diseño sostenible.

En los últimos dos años, hemos reducido el impacto global de CO₂ de nuestros productos sin humo gracias a las mejoras en los procesos de fabricación y en la cadena de suministro de tabaco. Una de estas iniciativas ha sido estudiar la densidad del tabaco en el producto, para reducir el impacto del CO₂ y ofrecer una mejor experiencia al consumidor. Al modificar ligeramente el diseño del bloque de tabaco calentado, pudimos reducir el impacto de CO₂ por unidad (teniendo en cuenta las materias primas y el impacto de la fabricación) en un 4 por ciento, al tiempo que permitimos una inserción más suave de la unidad de tabaco calentado (UTC) en el soporte y generamos una entrega de aerosol más consistente, lo cual aborda uno de nuestros puntos de preocupación más comunes de los consumidores. Seguimos explorando otras optimizaciones de materiales para las UTC, incluida la sustitución de materiales para reducir el impacto de CO₂ por unidad.

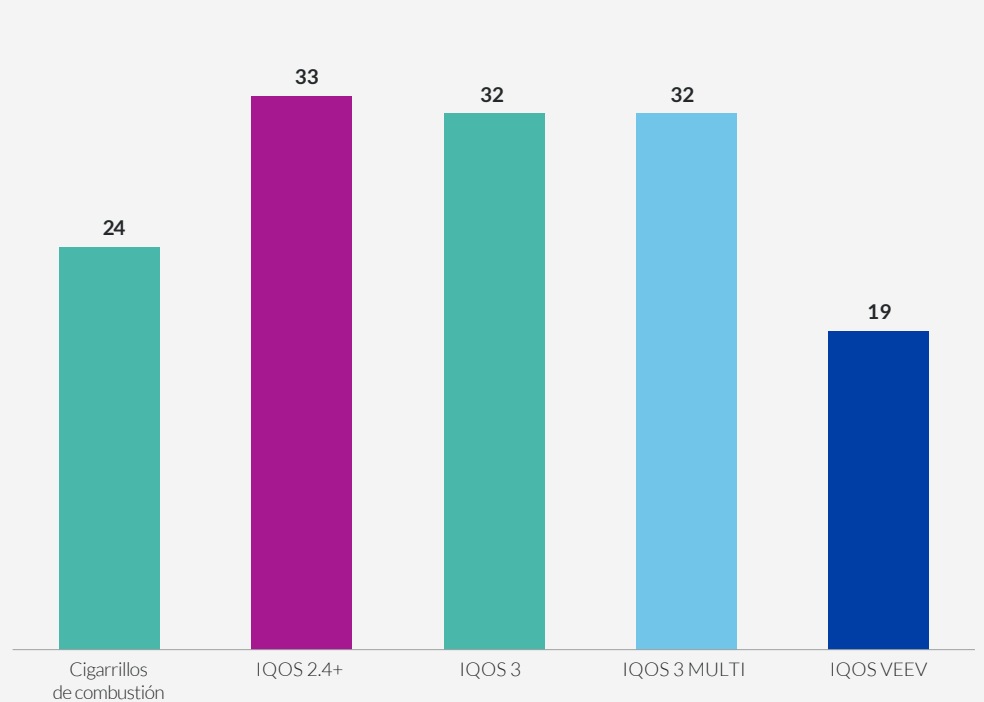
Certificaciones de productos

La certificación de productos puede ayudar a impulsar el rendimiento al elevar los estándares a perseguir y proporcionar información completa a los consumidores, lo que les permite elegir productos más sostenibles. Estas certificaciones son también una forma de divulgar de forma transparente y coherente el comportamiento medioambiental de nuestros productos a todas nuestras partes interesadas.

Los productos sin humo, y los productos de tabaco calentado, en particular, son una categoría de productos relativamente nueva; como tal, no suelen estar cubiertos por las normas ecológicas existentes. Para lograr nuestros objetivos, nos aseguraremos de que los dispositivos se diseñen según los criterios de diseño sostenible y trataremos de desarrollar y aplicar nuevas normas de categoría según sea necesario para conseguir los objetivos de certificación.

En 2020, lanzamos un programa para identificar los esquemas de certificación pertinentes para los dispositivos de nuestros productos sin humo, como parte de los esfuerzos para alcanzar el objetivo de que todos los dispositivos electrónicos tengan un diseño ecológico certificado para finales de 2025. Este ejercicio se llevó a cabo con expertos de terceros y se basó en una exhaustiva evaluación comparativa. El siguiente paso en este camino es llegar a las agencias prioritarias y evaluar el proceso de elaboración de normas para nuestro catálogo de productos de calentamiento sin combustión. A corto plazo, también trabajaremos para identificar otras formas de divulgar públicamente el rendimiento de los productos a través de programas de divulgación estructurados. El establecimiento de una sólida hoja de ruta es la base para que logremos el objetivo de obtener la certificación ecológica de todos los dispositivos desarrollados por PMI que se lancen al mercado a finales de 2025.

Evaluación del ciclo de vida: Comparación de algunos productos de PMI (kgCO₂e/año)



Nota: Este gráfico es una evaluación interna basada en datos recopilados de tres ACV diferentes y supone 20 unidades de tabaco calentado o cigarrillos al día. El alcance incluye los materiales, la fabricación, el uso y el final de la vida útil, pero excluye la logística

Diseño ecológico y circularidad del producto (continuación)

Consumibles

Estamos explorando formas de minimizar el impacto medioambiental y social de los consumibles de los productos sin humo; entre ellos se encuentran las UTC utilizadas con nuestro producto de calentamiento sin combustión IQOS y las unidades utilizadas con el producto de vapor electrónico IQOS VEEV.

Además de desarrollar servicios para reducir el impacto de nuestros productos al final de su vida útil, los equipos de innovación y diseño están explorando opciones bajas en carbono, reciclables y biodegradables para los materiales utilizados en nuestras unidades de tabaco calentado y cigarrillos combustibles. Nos hemos comprometido a invertir de forma significativa en la investigación continua sobre la sostenibilidad de los materiales contenidos en nuestros consumibles, y estamos trabajando para conseguir soluciones viables que cumplan con las estrictas normas internacionales, satisfagan los requisitos del mercado y funcionen con la fabricación de grandes volúmenes (leer más: [Prevención del vertido de residuos](#)).

Tenemos claro que existe el riesgo de que las UTC se ensucien, pero tenemos buenos indicios de que su índice de vertido de residuos es menor que el de las colillas de cigarrillos. Deseamos que el vertido de residuos sea cosa del pasado, al igual que el consumo de cigarrillos. En los últimos años, hemos llevado a cabo encuestas en Italia y Japón, y hemos contabilizado las UTC depositadas en Atenas, en comparación con las colillas. Dichas encuestas indicaron que los nuevos rituales introducidos a los fumadores mayores de edad tras su conversión a los productos sin humo presentan una oportunidad para ayudar a los consumidores a cambiar sus antiguos hábitos de tirar las colillas.

En 2020, profundizamos en nuestro conocimiento del comportamiento de los consumidores en relación con la eliminación de los UTC y las motivaciones y requisitos potenciales de los consumidores para participar en un plan de recogida impulsado por PMI. Más concretamente, descubrimos que las declaraciones que más resuenan entre los consumidores son las que se refieren a la lucha contra el vertido de residuos y la limpieza de las calles, en contraposición a las aplicaciones de reciclaje, la

segunda vida de las UTC o las declaraciones más amplias sobre la responsabilidad empresarial. Los usuarios adultos creen que las iniciativas de reciclaje requieren un esfuerzo por su parte; en consecuencia, el 60% de ellos cree que los incentivos (por ejemplo, descuentos en productos) podrían influir positivamente en el índice de participación de un programa. Por último, se demostró que las iniciativas de reciclaje participativo tienen el potencial de diferenciar la marca y su atractivo, y de reforzar la decisión de los fumadores adultos de cambiar los cigarrillos de combustión por IQOS. Exploramos formas de desplegar un servicio de recogida al final de la vida útil de los productos IQOS eficaz y económicamente viable para seguir reduciendo el vertido de residuos.

Seguimos trabajando con socios de gestión de residuos y reciclaje para explorar la posible segunda vida que podríamos dar a las UTC recicladas. Nuestra investigación hasta la fecha muestra que las propiedades del acetato de celulosa permitirían dar una segunda vida al material a través de una variedad de aplicaciones como la hilatura de las fibras en tejidos o la creación de pellets que pueden ser prensados/moldeados por inyección en una variedad de productos duraderos. Aunque estos resultados son prometedores, las oportunidades de reciclaje del acetato de celulosa, a diferencia de lo que ocurre con muchos metales y plásticos, no están muy extendidas, y todavía no existe un flujo de residuos desarrollado en todo el mundo que podamos aprovechar.

Como las UTC y los cartuchos no se queman, y los consumidores no tienen que apagarlos, nuestro objetivo es ofrecer soluciones sin esfuerzo, cómodas y totalmente reciclables para estos consumibles. Creemos que esto nos permitiría ayudar a los consumidores a adoptar mejores comportamientos desde el punto de vista de la sostenibilidad, al ofrecerles las herramientas prácticas, fáciles y gratuitas que necesitan. En 2020, diseñamos programas piloto para recoger y reciclar los consumibles de los productos sin humo (incluidas varias generaciones de unidades UTC y cartuchos), en colaboración con las mejores empresas de reciclaje de todo el mundo, para asegurarnos de que los consumibles usados no acaben en el vertedero, sino que se utilicen para su reciclaje o para la incineración que genera energía. Tenemos previsto lanzar nuestro primer proyecto piloto en Suiza en 2021 y comunicaremos los avances en nuestro próximo informe.

Accesorios

Uno de los objetivos en 2020 fue explorar los posibles usos de los materiales reciclados procesados a través de los centros CIRCLE para fabricar accesorios IQOS. Identificamos el PC/ABC, un plástico común que se encuentra en muchos productos electrónicos y de consumo, como el material con mayor potencial. Hemos sentado las bases para crear un sistema de reciclaje de circuito cerrado en uno de los centros CIRCLE y hemos desarrollado varias pruebas de concepto en nuestras investigaciones teniendo en cuenta la variedad actual de accesorios IQOS. Esperamos poner en marcha este proyecto en los próximos años con la venta de accesorios de circuito cerrado en todo el mundo.

Además de la reutilización de materiales en circuito cerrado, seguimos explorando materiales sostenibles alternativos para nuestra gama de accesorios.

De acuerdo con la Directiva SUP de la UE, hemos modificado los bastoncillos de limpieza IQOS para que ahora estén compuestos de papel en lugar de plástico. Comercializamos estos bastoncillos en el Reino Unido y Francia en 2020 y los desplegaremos en todos los mercados de la UE en 2021. Más allá de los requisitos normativos, estamos investigando mejoras en el envasado, incluido el paso a una solución basada en la fibra.



Accesorios de IQOS en una tienda de IQOS en Roma, Italia

Diseño ecológico y circularidad del producto (continuación)

Empaquetado

El enfoque que damos a los envases contribuye significativamente a los esfuerzos que realizamos para preservar y proteger los recursos del planeta.

Utilizamos envases para todos los productos que tenemos, incluidos los cigarrillos combustibles y nuestros dispositivos electrónicos sin humo, consumibles y accesorios. Fabricamos los envases de los productos principalmente con cartón y papel. En 2020, estimamos (según las autodeclaraciones preliminares de los proveedores) que más del 70% del volumen de cartón y papel que adquirimos para los envases procede de proveedores certificados por el Forest Stewardship Council (FSC) o el Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC). Además, desarrollamos un marco de garantía que agrupa los países de origen de la madera, la pulpa y la fibra con la posesión de las certificaciones de la cadena de custodia FSC o PEFC por parte de nuestros proveedores de cartón y papel y sus socios de la cadena de suministro. Esta metodología fue revisada y validada por un tercero. Como resultado,

según nuestros volúmenes comprados en 2020, el 61% de los materiales de embalaje a base de cartón y papel que adquirimos se obtuvieron sin riesgo de deforestación de bosques primarios y de alto valor de conservación. Estos resultados están siendo auditados por un tercero en el momento de elaborar este informe.

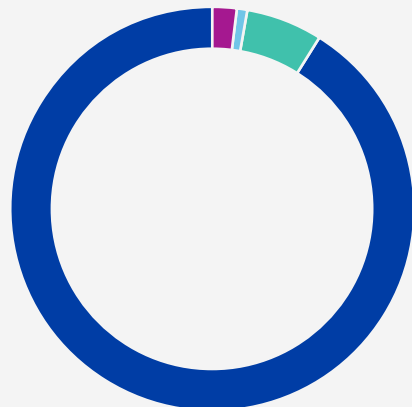
Tenemos como objetivo desarrollar soluciones que minimicen el uso de materiales de envasado y mejoren su circularidad sin comprometer la protección y la comodidad. Orientamos ese enfoque a través de compromisos ambiciosos. Para 2025, nos proponemos lograr lo siguiente:

- El 100 por ciento de los envases fabricados con materiales reciclables.
- El 95 por ciento de los materiales de envasado proceden de fuentes renovables.
- Reducción del 15 por ciento del peso de los envases (respecto a la base de referencia de 2018).



Representante de ventas en una tienda IQOS en Roma, Italia

Uso de materiales en nuestros envases en 2020



Papel y cartón	91%
(Paquetes y envoltorios, revestimientos interiores, cajas de envío) (388.850 toneladas)	
Plástico	6%
(Envoltura de paquetes y lotes, bosas, revestimientos interiores y etiquetas) (25.470 toneladas)	
Aluminio	1%
(Revestimientos interiores (incluido el precinto) y otros materiales de embalaje de productos de tabaco) (3.400 toneladas)	
Otros	2%
(Tintas y materiales compuestos utilizados en otros tipos de embalajes de productos del tabaco) (10.200 toneladas)	

Para cumplir estos compromisos, empleamos una doble estrategia: En primer lugar, nos proponemos eliminar los envases innecesarios, y en particular los de plástico, y aplicar soluciones que nos permitan minimizar los materiales utilizados. En segundo lugar, para evitar el agotamiento de los recursos finitos, tratamos de aumentar la capacidad de reciclaje de los envases y reducir el uso de materiales procedentes de fuentes no renovables. Nos esforzamos por eliminar el uso de revestimientos interiores de aluminio para finales de 2022 y de plásticos no reciclables para finales de 2025.

Es fundamental para nuestro trabajo integrar consideraciones de circularidad que abarquen el abastecimiento de materiales renovables, la minimización de los envases y la reducción de las implicaciones del final de la vida útil. En la fase de diseño, por ejemplo, damos prioridad al uso de monomateriales reciclables y a la reducción del vacío en el interior del envase para optimizar el transporte, lo que reduce la huella

de CO₂ del producto. Para garantizar la circularidad, los envases deben ser fácilmente reciclables por los consumidores; para ello es necesario que exista una infraestructura de reciclaje para los materiales seleccionados en los mercados de todo el mundo.

Los equipos de los departamentos de Consumer, Product y Procurement trabajan codo con codo para promover los distintos elementos del diseño de envases circulares. Aprovechamos la capacidad interna de I+D y desarrollo de productos, por ejemplo, para formular la química adecuada para producir nuevos materiales y desarrollar conceptos y tecnologías de envasado. Es igualmente importante que nos comprometamos con nuestros proveedores de materiales y equipos, ya que deben aplicar a escala industrial cualquier solución que desarrollamos. Este compromiso también nos permite beneficiarnos de sus conocimientos y desarrollos tecnológicos.

Reducir el empaquetado

La clave de nuestro trabajo en 2020 fueron los esfuerzos por reducir el volumen de cartón necesario en los envases de UTC y de cigarrillos. En colaboración con los principales proveedores con los que trabajamos, empezamos a sustituir el cartón de los envases de todo el catálogo que tenemos de nuestras marcas por una alternativa un 10% más ligera que ofrece la misma resistencia del envase y, por tanto, una experiencia similar para el consumidor. El cambio a esta alternativa nos permitirá ahorrar aproximadamente 25.000 toneladas de cartón en un periodo de cuatro años. Esperamos completar el despliegue completo de esta iniciativa en todos los consumibles, tanto en los cigarrillos como en las unidades de tabaco calentado, para 2024.

También hemos logrado avances significativos en el envasado de los dispositivos y accesorios de los productos sin humo. Desarrollamos un nuevo conjunto de movilidad IQOS (que contiene el dispositivo y los accesorios necesarios) y el embalaje de los accesorios, que tenemos previsto lanzar en 2021. La eliminación del film retráctil en el conjunto de movilidad y de las ventanas de plástico en el embalaje de los accesorios nos permitirá cumplir nuestro objetivo de que el 95% de los materiales de embalaje sean de origen renovable para 2025. Además, pudimos reducir el peso del embalaje de nuestro nuevo conjunto de movilidad en un 17% y el embalaje de accesorios en aproximadamente un 35%, lo que contribuirá significativamente a que alcancemos el objetivo de reducir en un 15% el material utilizado en nuestros embalajes para 2025. Como siguiente paso, nos proponemos sustituir el cartón laminado de plástico de los envases para mediados de 2022, con el fin de lograr la plena reciclabilidad de los envases de nuestros dispositivos y accesorios en el flujo de papel.

También estamos estudiando otras mejoras, como la posible sustitución de las cajas rígidas por diseños de envases más ligeros. Esto reduciría aún más el uso de materiales de embalaje y optimizaría nuestra huella de CO₂ en el transporte.

Aumentar la reciclabilidad

De acuerdo con el compromiso que tenemos de eliminar los materiales no reciclables y aumentar el uso de materiales renovables hasta el 95% en 2025, hemos puesto en marcha un programa para sustituir los revestimientos interiores de aluminio por versiones de papel, y estamos explorando alternativas a los envoltorios de plástico.

Eliminar el aluminio

Nuestros cigarrillos y UTC están envueltos en un forro interior dentro de la cajetilla. Estos revestimientos suelen estar hechos de papel de aluminio no reciclable o de alternativas reciclables como el papel metalizado o el papel blanco.

En la actualidad, alrededor del 74% de los revestimientos interiores de nuestros envases son reciclables en el flujo de papel. En 2020, la proporción de envases vendidos con revestimientos interiores de aluminio fue del 26%, frente al 34% de 2019.

El objetivo que perseguimos es eliminar el uso de papel de aluminio no reciclable para finales de 2022, mediante el despliegue de programas de sustitución.

En algunos mercados, tendremos que seguir utilizando el revestimiento interior metalizado reciclable para cumplir con los requisitos normativos locales. Para contener el impacto medioambiental y social que pueda representar, nos proponemos adquirir aluminio certificado de nuestros proveedores de primer nivel. En 2020, el 84,2% del aluminio que utilizamos en los envases contaba con la certificación de la Iniciativa de Administración del Aluminio (ASI), ya sea según la Norma de Rendimiento o la Cadena de Custodia.

Sustituir los envases de plástico no reciclables

En la actualidad, el envoltorio de polipropileno que utilizamos para envolver los envases de consumibles es reciclable, pero no se fabrica a partir de fuentes renovables y requiere que los consumidores separen los envoltorios de plástico del envase para su reciclaje. Estamos explorando el uso de materiales alternativos de base biológica para que los envoltorios sean más fáciles de reciclar. Hemos recibido comentarios positivos de los grupos de consumidores y tenemos previsto poner a prueba la nueva solución de envasado en mercados seleccionados en 2022.



Centro de reciclaje de dispositivos IQOS en Japón

Diseño ecológico y circularidad del producto (continuación)

Siguientes pasos

Seguiremos aplicando sistemáticamente los principios de diseño sostenible en el desarrollo de nuestros productos y envases. Esto incluirá una formación interna continuada para aumentar la concienciación y garantizar la adopción de los programas en todo PMI.

Se seguirá investigando el diseño de dispositivos, accesorios, consumibles y envases para identificar tecnologías y materiales que puedan mejorar la sostenibilidad general de nuestro catálogo de productos sin humo. Los equipos multifuncionales ya están trabajando arduamente para establecer estos canales de innovación.

Tenemos previsto poner a prueba el programa de vida de segunda mano en 2021, centrándonos en las versiones más recientes de nuestro dispositivo de calentamiento sin combustión IQOS. Esperamos llevar a cabo

un pequeño número de proyectos piloto en el mercado para probar este nuevo modelo operativo. A medida que seguimos perfeccionando los productos, esperamos que las iteraciones en la fase de diseño aprovechen los principios de diseño ecológico, para apoyar aún más las ambiciones de nuestro programa de reparaciones.

Seguiremos desplegando el programa CIRCLE en todos los mercados en los que se comercializan nuestros productos sin humo; esto incluye el establecimiento de un nuevo centro de operaciones en Rusia, que amplía el alcance que tenemos hacia otros mercados y aborda las próximas presentaciones de nuevos productos y tecnologías.

Además de los sistemas de reciclaje de ciclo abierto, seguimos buscando activamente modelos de ciclo cerrado para el reciclaje de los dispositivos devueltos.

Una de estas iniciativas es el desarrollo de accesorios a partir de materiales plásticos reciclados recogidos en los centros CIRCLE. El objetivo es desarrollar y lanzar una línea comercial de accesorios fabricados con estos materiales en los próximos 18 meses.

Seguiremos evaluando y ampliando lo que ofrecemos en cuanto a la devolución de dispositivos y consumibles, como las UTC y los cartuchos de vapor electrónico, con programas piloto para los consumibles previstos en 2021.

A medida que avanzamos, estamos incorporando los principios de diseño para establecer sólidos requisitos de sostenibilidad en el proceso de desarrollo de los consumibles, con el fin de identificar oportunidades que conduzcan a un rendimiento óptimo, al tiempo que se reducen las emisiones de CO₂ y el consumo de materiales en la medida de lo posible.

Esperamos seguir avanzando en 2021 en la reducción global del peso de los envases, impulsada por la aplicación a gran escala de nuestras iniciativas de reducción del cartón en todas las marcas de consumibles. Y preveemos un gran avance en los esfuerzos por eliminar los revestimientos interiores de aluminio, ya que centraremos estos esfuerzos en Indonesia, uno de los principales mercados en los que aún no se ha implantado esta nueva práctica.

Actualmente, el uso de materiales de contenido reciclado por parte de PMI se limita a las cajas de envío y representó solo el 12% del peso total de estos materiales de embalaje en 2020. Para aumentar aún más la circularidad del material de envasado y el contenido reciclado en los envases, los expertos técnicos están evaluando la viabilidad de utilizar cartón con contenido reciclado en los envases primarios y secundarios, lo que requeriría resolver un reto técnico relacionado con la migración del aceite mineral.

A medida que los canales de comercialización evolucionan, también lo hace el papel de los envases. Por ejemplo, el cambio del comercio minorista al comercio electrónico nos ha llevado a replantearnos la estrategia de envasado para las ventas online. Además, tratamos de entender mejor cómo reducir los envases en nuestras tiendas insignia. Tenemos previsto recopilar conocimientos y opiniones de los consumidores para explorar soluciones que se ajusten a las realidades de los distintos canales de venta al por menor.

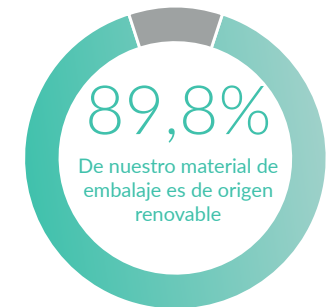
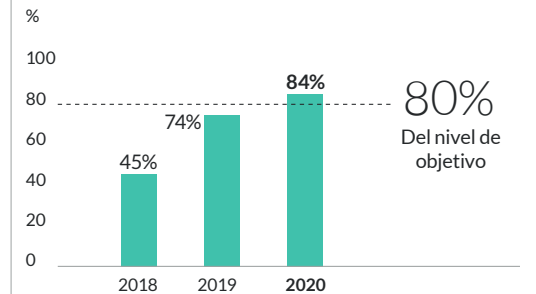


Centro de reciclaje de dispositivos IQOS en Japón

Puntos destacados del rendimiento de 2020

[Ver cifras de rendimiento >](#)

Tasa de reciclaje de dispositivos IQOS en los centros CIRCLE



NIVEL 2

Conservación forestal

Una parte importante de nuestro esfuerzo de gestión medioambiental se dedica a la protección de los bosques. Para PMI, esto significa evitar la deforestación relacionada con nuestras operaciones y actividades de abastecimiento. Para lograrlo, tratamos de utilizar combustibles de curado sostenibles y trazables en la cadena de suministro de tabaco y nos abastecemos de forma responsable de productos a base de papel y pulpa.


[Leer más online](#)


Biodiversidad

Para PMI, la biodiversidad consiste en reducir los impactos negativos de sus operaciones y actividades de aprovisionamiento en los hábitats y ecosistemas y en buscar las contribuciones que se puedan hacer a la biodiversidad. Esto incluye la gestión cuidadosa del uso de la tierra, la protección de la calidad del suelo y la prevención de la contaminación. Los residuos postconsumo resultantes del uso de nuestros productos se describen por separado.


[Leer más online](#)


Gestión del agua

La administración del agua en PMI consiste en reducir su uso, promover su reciclaje, proteger las cuencas hidrográficas, prevenir la contaminación del agua, mejorar la recarga y promover la gestión sostenible del agua en colaboración con las partes interesadas.


[Leer más online](#)


Reducción de residuos

Los recursos que utilizamos en PMI para fabricar los productos son valiosos, por lo que nos proponemos garantizar que se utilicen de forma eficaz, evitando los residuos cuando sea posible. Para nosotros, la reducción de residuos significa minimizar los residuos generados por las instalaciones de fabricación y las oficinas, promover la reutilización y el reciclaje de materiales y esforzarse por conseguir una eliminación de los residuos responsable.


[Leer más online](#)


Integrar los resultados financieros y no financieros



Observaciones finales del director financiero

Actualmente, tanto las empresas como los inversores esperan que los factores ambientales, sociales y de gobierno (ASG) estén completamente integrados en la estrategia de negocio de una empresa.

Históricamente, los profesionales de las finanzas han utilizado un lenguaje dirigido a los accionistas, mientras que los profesionales de la sostenibilidad han hablado el mismo lenguaje que los grupos de interés de los ASG. Para maximizar los beneficios de la sostenibilidad para el rendimiento financiero, cada profesión necesita aprender el lenguaje de la otra. Y ambos deben ser capaces de explicar (a ambos públicos) cómo la sostenibilidad y el rendimiento financiero se refuerzan mutuamente.

Un obstáculo importante para esta integración es que las funciones de Finanzas y Sostenibilidad han sido —y siguen siendo— partes totalmente separadas de las organizaciones. Al depender la sostenibilidad del director financiero, e integrar así la sostenibilidad en la función financiera, la estructura organizativa de PMI ha dado otro paso necesario para cumplir su propósito: un futuro sin humo que beneficie tanto a los accionistas como a otras partes interesadas.

Este movimiento subraya que los ASG son fundamentales para el rendimiento y el éxito de PMI, y demuestra aún más el liderazgo de la empresa en materia de sostenibilidad y propósito corporativo.

“En PMI, nos comprometemos a mejorar continuamente la forma en que hacemos el seguimiento de los resultados de la empresa e informamos sobre ellos, con un enfoque integral que no solo abarca datos y actividades, sino que también se centra en los aspectos en los que podemos tener un mayor impacto: nuestros productos”.

Estamos convencidos de que la sostenibilidad y el rendimiento empresarial no siguen caminos y narrativas separadas. Están totalmente interrelacionados, se refuerzan mutuamente y deben organizarse y presentarse a todas las partes interesadas, incluidos los accionistas, de forma integrada.

El mayor reto pendiente es garantizar que la información y los datos de los ASG se gestionen y comuniquen con el rigor adecuado. A diferencia de las normas de contabilidad financiera, y a pesar de la evolución de las prácticas, no existen normas industriales ni prácticas establecidas reconocidas a nivel mundial para medir y evaluar el rendimiento de una empresa en relación con los factores ASG, a veces denominados rendimiento no financiero.

El compromiso externo es fundamental para avanzar en este ámbito, y me siento orgulloso de haberme unido a otros miembros de la Red de Directores Financieros del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible con el fin de fomentar la estandarización y la integración de la divulgación de información sobre los ASG; incentivar el compromiso de los inversores; patrocinar, apoyar e impulsar la práctica empresarial hacia el capitalismo de las partes interesadas; y seguir liderando la aplicación de los estándares ASG en los procesos de gestión empresarial y de toma de decisiones.

También tenemos la esperanza de que los fideicomisarios de la Fundación IFRS creen su propuesta de Consejo de Normas de Sostenibilidad (SSB). Esto proporcionará la base para medir e informar sobre el rendimiento de la sostenibilidad de una manera tan sólida, relevante y fiable como la información sobre el rendimiento financiero. Los planes de PMI son adoptar estas normas a medida que se producen.

En PMI, nos comprometemos a mejorar continuamente la forma en que hacemos el seguimiento de los resultados de la empresa e informamos sobre ellos, con un enfoque integral que no solo abarca datos y actividades, sino que también se centra en los aspectos en los que podemos tener un mayor impacto: nuestros productos.

Tras la introducción de la hoja de ruta 2025 el año pasado, el director de Sustainability lidera ahora el trabajo para fortalecer el desarrollo de indicadores clave de rendimiento relacionados con los ASG vinculados a los objetivos de sostenibilidad. Con estos indicadores clave de rendimiento (KPI), buscamos clarificar y estandarizar el enfoque que adoptamos con los datos de rendimiento no financiero que tenemos para seguir construyendo sofisticación y experiencia, ya que también son un motor clave de la estrategia corporativa, la asignación de capital y las operaciones de PMI.

Esperamos que este trabajo nos permita seguir contabilizando los activos tangibles e intangibles, entender cómo minimizar los elementos externos negativos y maximizar los positivos y, por extensión, gestionar mejor el rendimiento de la empresa. Estamos investigando mejores formas de comprender y medir nuestro impacto, incluso a través de pertenecer a la Value Balancing Alliance. Este trabajo servirá de base para la próxima evaluación de la materialidad de la sostenibilidad, que realizaremos en 2021. Los resultados de este análisis ayudarán a garantizar que sigamos centrándonos en las áreas que consideramos más relevantes, a la vez que contribuimos a la agenda global de desarrollo sostenible.

Reconocemos que estos pasos tan ambiciosos no completan el viaje que hemos emprendido para informar sobre la estrategia corporativa sostenible. El rendimiento de los ASG se refiere a los datos y las operaciones de una empresa; no aborda los factores externos positivos y negativos de los productos y servicios de una empresa, la “P” (de “producto”) que falta en los ASG. Mientras se demuestra científicamente que los productos sin humo representan alternativas mucho mejores que los cigarrillos de combustión para la salud, PMI seguirá intensificando sus esfuerzos en todos los frentes para contribuir positivamente a la vida de las personas. Solo podemos cumplir con este objetivo si mantenemos un enfoque de sostenibilidad en el centro de nuestra forma de hacer negocios.

Emmanuel Babeau
Director financiero

Resultados de PMI en valoraciones, índices y clasificaciones ASG

En PMI, entendemos el valor de participar en las calificaciones ASG; nos ayuda a evaluar el rendimiento en materia de sostenibilidad, a compararnos con otros compañeros y, lo que es más importante, a identificar las áreas de mejora.

Priorizamos la participación en las calificaciones que nos resultan más útiles a nosotros y a nuestras partes interesadas, en función de lo siguiente:

- La credibilidad de la metodología y la capacidad que tenemos para interpretar y utilizar sus resultados.
- El reconocimiento de la calificación entre la comunidad de inversores, así como la participación de la competencia y de los compañeros para poder comparar resultados.

- El valor como oportunidad de aprendizaje, con un ciclo de retroalimentación suficiente que nos permita mejorar con el tiempo.
- Los recursos necesarios, que no deben socavar el enfoque de la empresa en la mejora del rendimiento.
- La apertura al diálogo (queremos ser capaces de entender las expectativas y los resultados, compartir conocimientos, corregir inexactitudes de los hechos y hacer aportaciones para mejorar las calificaciones).

Las calificaciones ASG pueden estimular una mayor transparencia e incentivarnos a mejorar nuestro rendimiento. Sin embargo, no es de extrañar que nuestra empresa —como muchas otras— tienda a clasificarse de forma diferente en función de la agencia de calificación ASG que evalúe su rendimiento. Esto se debe a que cada agencia de calificación ASG utiliza una metodología propia, con datos y cálculos diferentes.





Independientemente de sus métodos de medición, todas las calificaciones ASG se centran en la evaluación de las actividades y aportaciones de una empresa. Se centran en gran medida en la forma en que una empresa fabrica sus productos y servicios, es decir, los aspectos ambientales (A) y sociales (S) de su proceso de fabricación y cadena de suministro, y el gobierno (G) de la empresa. Aunque estos temas son importantes, recomendamos empezar con una pregunta más fundamental: ¿Cuáles son los temas más importantes relacionados con una empresa concreta, es decir, qué impulsa el éxito empresarial a largo plazo? Para muchas empresas, los temas más importantes están relacionados con el producto (P) y su impacto en el consumidor.

Lo que una empresa fabrica es tan importante como el modo en que lo hace. Los productos y servicios de las empresas tienen un impacto en los consumidores y en

la sociedad, y esto es algo que las calificaciones ASG a menudo no evalúan tan exhaustivamente como los aspectos operativos del negocio.

Lamentablemente, esto es especialmente importante en relación con la industria del tabaco, donde las calificaciones ASG no consideran adecuadamente las estrategias desplegadas para abordar los impactos de los productos en la salud.

Al incorporar las consideraciones P en ASG (ASG-P), las agencias de calificación pueden profundizar en la propuesta de valor de una empresa. El impacto operativo es importante, pero el impacto de los productos de una empresa es igual o más significativo. Al tener en cuenta y dar mayor visibilidad a los productos de una empresa, las calificaciones ASG-P ayudarían a las empresas a mejorar no solo cómo producen, sino también qué producen. Esto fomentaría las transformaciones del modelo empresarial que podrían conducir a una economía más sostenible y a un futuro mejor. En el caso de nuestra industria, esto significa eliminar con éxito los cigarrillos para acelerar el fin del hábito de fumar.

Agencias de calificación	Rendimiento de PMI en 2020	Puntuación	
Bloomberg Gender-Equality Index	Nombrada en el índice de igualdad de género de Bloomberg.	Incluida en el índice	
CDP Climate, Forest, Water Security	Otorgada la puntuación "Triple A" por los esfuerzos que hemos realizado para combatir el cambio climático, proteger los bosques y la seguridad del agua. Es el séptimo año consecutivo que PMI figura en la lista A de CDP sobre el cambio climático y el segundo año consecutivo que la empresa obtiene un puesto en la lista A sobre la seguridad del agua.	Triple A	
CDP Supplier Engagement	Situada en la tabla de participación de proveedores por cuarto año consecutivo.	Líder	
ISS-oekom	Puntuación "C", con lo que consigue del liderazgo en el sector (puntuación de 2019; la evaluación se actualiza cada dos años).	C	
MSCI	Mantiene la puntuación BBB.	BBB	
S&P Global Corporate Sustainability Assessment	Incluida en el Índice Dow Jones de Sostenibilidad (DJSI) de Norteamérica; ocupa el tercer lugar en el sector; lidera el sector por tercer año consecutivo en la categoría de gestión de la innovación del DJSI.	74	
S&P ESG Evaluation	Puntuación de 60/100, basada en la puntuación del perfil ASG (57/100) y la opinión de preparación ("Adecuada"). La puntuación del perfil ASG de PMI se evalúa sobre la base de las puntuaciones específicas de la entidad y las del sector/región (véase el informe).	60	
Sustainalytics	Tercera posición dentro de la clasificación de riesgo ASG de la subindustria del tabaco, con una puntuación de exposición media y una puntuación de gestión elevada.	24,4	
State Street R-Factor Score	Supervisor de la industria del tabaco; puntuación media del sector de 47.	56	
Tobacco Transformation Index	Clasificada como la segunda de las 15 empresas tabaqueras evaluadas; líder del sector en la categoría de "Estrategia y gestión".	2,36	

Tablas de rendimiento

Datos financieros >

Innovar para mejorar los productos >

Operar con excelencia >

Cuidar de las personas con las que trabajamos >

Proteger el medioambiente >

Datos financieros (en millones de dólares, excepto datos por acción) ¹	2018	2019	2020
Ingresos, incluidos los impuestos especiales	79.823	77.921	76.047
Impuestos especiales sobre los productos ²	50.198	48.116	47.353
Ingresos netos ³	29.625	29.805	28.694
Ingresos de explotación	11.377	10.531	11.668
Beneficios netos atribuibles a PMI	7.911	7.185	8.056
Beneficios por acción (BPA)	5,08	4,61	5,16
Flujo de caja operativo ⁴	9.478	10.090	9.812
Total del activo	39.801	42.875	44.815
Total del pasivo	50.540	52.474	55.446
Gastos de capital	1.436	852	602
Gastos de I+D	383	465	495

¹ Esta información es un resumen y se califica en su totalidad por referencia a los textos completos de los Informes Anuales de PMI para los periodos terminados en 2018 hasta 2020, disponibles en [PMI.com](https://www.pmi.com)

² Este indicador se refiere a la cantidad pagada por las entidades de PMI, y excluye los impuestos especiales pagados en varios mercados en los que los operadores terceros recaudaron impuestos sobre los productos de PMI. El importe total de los impuestos especiales pagados por los consumidores sobre los productos PMI ascendió a 72.400 millones de dólares en 2020

³ El descenso de los ingresos netos de todo el año 2020 se debió en parte a una moneda desfavorable y al impacto de la desconsolidación de la afiliada canadiense de PMI, Rothmans, Benson & Hedges, Inc. (RBH), a partir del 22 de marzo de 2019

⁴ Efectivo neto proporcionado por las actividades de explotación

Pilar 1:

Innovar para mejorar los productos

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

* Los indicadores de 2020 marcados con un asterisco (*) están sujetos a un informe de auditoría de PwC (ver la página 146).

- Los productos sin humo incluyen unidades de tabaco calentado, dispositivos y cigarrillos electrónicos. El total de productos incluye productos sin humo, cigarrillos y otros productos de combustión
- Los puestos de I+D incluyen científicos, ingenieros, técnicos y personal de apoyo. No se dispone de datos comparables para los años anteriores a 2018, ya que el alcance de los puestos de I+D se modificó tras los cambios organizativos de la empresa
- Las jurisdicciones IP5 son Europa (patentes concedidas por la Oficina Europea de Patentes), China, Corea del Sur, Japón y EE. UU.
- Los datos relacionados con los estudios de percepción y comportamiento se replantearon para incluir los estudios previos y posteriores a la comercialización
- Los gastos directos se centran en los materiales utilizados en la fabricación de nuestros productos; incluyen la hoja de tabaco, los materiales directos y los dispositivos y accesorios electrónicos
- Las inversiones reflejan la investigación, el desarrollo comercial y de productos, la capacidad de producción, los fundamentos científicos y los estudios sobre la comprensión de los fumadores adultos. La cifra no incluye los costes de despliegue comercial
- La producción se detuvo temporalmente en una de nuestras fábricas en Alemania en diciembre de 2019 y se reanudó a principios de 2020
- Las siglas "SKU" se corresponden con las unidades de mantenimiento en almacén (Stock-Keeping Units). Las referencias al número de las SKU se basan en los últimos datos disponibles de diversas fuentes internas, y excluyen a la República Popular China y EE. UU.
- No se incluye la tienda libre de impuestos de PMI. Los datos se basan en la lista de países de la OCDE de 2020
- Incluye tiendas insignia y boutiques pequeñas, grandes y temporales
- La proporción de envíos de productos sin humo se recopila sobre la base de millones de unidades
- No se incluye la tienda libre de impuestos de PMI, vea el [glosario](#)
- Neto de impuestos especiales
- No se incluye la tienda libre de impuestos de PMI ni EE. UU.

	2016	2017	2018	2019	2020
Estrategia de transformación del negocio					
Gasto en I+D (en millones de USD)*	429	453	383	465	495
Gasto en I+D (sin humo/total) ¹ *	72%	74%	92%	98%	99%
Número de puestos de I+D (FTE) ²	N/D	N/D	764	942	934
Patentes concedidas en las jurisdicciones del IP5 relacionadas con productos sin humo (acumulado) ³	170	300	480	740	1.300
Número de estudios completados por PMI sobre productos sin humo (acumulado, desde 2015)					
– Evaluación toxicológica	36	57	82	109	146
– Evaluación clínica	11	12	19	19	22
– Percepción y comportamiento (antes y después de la comercialización) ⁴	7 (7+0)	8 (7+1)	12 (9+3)	13 (9+4)	30 (15+15)
Gasto directo en la cadena de suministro (sin humo/total) ⁵	N/D	N/D	N/D	35%	33%
Inversiones acumuladas en productos sin humo (desde 2008, en miles de millones de USD) ⁶	3,2	4,6	6,2	7,2	8,1
Número de fábricas que producen productos sin humo sobre el total de fábricas ⁷ *	3 de 48	4 de 46	8 de 44	8 de 38	8 de 39
Variación interanual del número de SKU—productos de combustión ⁸	-1,7%	-6,5%	-6,1%	-5,5%	-4,1%
Variación interanual del número de SKU—productos sin humo	78,2%	9,9%	37,1%	24,9%	38,2%
SKU (sin humo/total)	4,7%	5,5%	7,8%	10,1%	13,9%
Número de mercados en los que IQOS está disponible para la venta*	20	38	44	52	64
Proporción de mercados en los que se vende IQOS que están fuera de la OCDE ⁹ *	32%	41%	44%	45%	52%
Número de tiendas IQOS ¹⁰	26	63	81	199	259
Número de minoristas que venden productos consumibles sin humo PMI (en miles)	90	292	488	679	749
Gastos comerciales (marketing) (sin humo/total)*	15%	39%	60%	71%	76%
Volumen de envíos de productos sin humo (miles de millones de unidades)*	8	36	42	60	76
Volumen de envíos de productos de combustión (miles de millones de unidades)*	845	791	767	732	654
Proporción de envíos de productos sin humo (sin humo/total) ¹¹ *	0,9%	4,4%	5,1%	7,6%	10,4%
Total de usuarios de IQOS (en millones) ¹² *	2,1	6,9	9,6	13,5	17,5
Estimación de usuarios que se han pasado a IQOS y han dejado de fumar (en millones) ¹² *	1,5	4,7	6,6	9,6	12,7
Estimación de usuarios que no son de países de la OCDE que se han pasado a IQOS y han dejado de fumar (en millones) ⁹ *	0,0	0,2	1,1	2,9	4,3
Ingresos netos (sin humo/total) ¹³ *	2,7%	12,7%	13,8%	18,7%	23,8%
Número de mercados en los que los ingresos netos de los productos sin humo superan el 10% de los ingresos netos totales ¹⁴ *	1	5	19	31	38
Número de mercados en los que los ingresos netos de los productos sin humo superan el 50% de los ingresos netos totales ¹⁴ *	0	1	3	4	6

Nuevos indicadores

Indicadores vinculados a las aspiraciones para 2025

Pilar 2:

Operar con excelencia

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

1 El volumen total de envíos incluye cigarrillos, unidades de tabaco calentado, otros productos de tabaco y cigarrillos electrónicos

2 Proveedores se refiere a proveedores de primer nivel, empresas matrices

3 El gasto total de la cadena de suministro incluye los gastos de compra y los de abastecimiento de hojas de tabaco

4 Los gastos directos se centran en los materiales utilizados en la fabricación de nuestros productos; incluyen la hoja de tabaco, los materiales directos, los dispositivos y accesorios electrónicos, y las compras avanzadas. Este indicador se introdujo en 2020

5 Indicador introducido en 2020. La relevancia de los proveedores se evalúa teniendo en cuenta la segmentación del gasto y la naturaleza del componente, así como la flexibilidad del suministro (fuente única/no fácilmente sustituible), según corresponda. La cifra de 2020 incluye a los proveedores de nivel 1 de materiales directos y electrónicos, y a los proveedores de hojas de tabaco

6 El gasto en compras excluye el abastecimiento de hojas de tabaco

7 En 2020, ampliamos el alcance de nuestros informes para abarcar a los proveedores mundiales y regionales de nivel 1 de materiales directos y productos electrónicos

8 Incluidos los proveedores críticos y no críticos de nivel 1 y 2

9 Indicador basado en los resultados de los cuestionarios de autoevaluación y en los de las auditorías documentales, donde sea relevante

Prácticas de marketing y ventas responsables

Indicadores	2018	2019	2020	Objetivos
Número total de sesiones de formación sobre el código de marketing de PMI (empleados/terceros)	23.438	14.400 (49%/51%)	28.569 (64%/36%)	
Número de infracciones del código de marketing o de las buenas prácticas de conversión que han dado lugar a casos confirmados de mala conducta	8	42	29	
Mercados con programas de prevención del acceso de los jóvenes (del volumen total de envíos de PMI) ¹	N/D	N/D	94%	

Gestión sostenible de la cadena de suministro

Indicadores	2018	2019	2020	Objetivos
Número total de proveedores ²	>36.000	>33.200	>28.000	
Gasto total en la cadena de suministro (en miles de millones de USD) ³	11,7	11,4	10,1	
Gasto directo en la cadena de suministro (sin humo/total) ⁴	N/D	35%	33%	
Porcentaje de gastos de proveedores críticos de los que PMI se abastece de forma sostenible ⁵	N/D	N/D	67%	100% para 2025

Nuestra cadena de suministro de productos que no son el tabaco:

Gasto total en compras (en miles de millones de USD) ⁶	10,0	9,9	8,9	
Número de proveedores críticos ⁷	N/D	95	154	
Proveedores críticos, como proporción del gasto total en compras	N/D	35%	35%	
El gasto en compras de los proveedores críticos se evalúa en la plataforma de diligencia debida de los proveedores (STEP) de PMI	N/D	84%	95%	
Proveedores críticos de materiales directos evaluados en STEP, expresados como proporción del gasto en compras de proveedores críticos de materiales directos	N/D	73%	93%	
Proveedores críticos de materiales electrónicos evaluados en STEP, expresados como proporción del gasto en compras de proveedores críticos de productos electrónicos	N/D	100%	100%	
Proveedores críticos de materiales directos evaluados en STEP que demostraron el cumplimiento de los principios de abastecimiento responsable de PMI	N/D	50%	45%	
Número de proveedores evaluados por su impacto ambiental y social ⁸	N/D	154	217	
Número de proveedores identificados con impactos ambientales negativos significativos reales y potenciales ⁹	N/D	25	55	
Número de proveedores identificados con impactos sociales negativos significativos reales y potenciales ⁹	N/D	44	72	

Pilar 2:

Operar con excelencia

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

Gestión sostenible de la cadena de suministro (continuación)

Nuestra cadena de suministro de tabaco:	2018	2019	2020	Objetivos
Número de agricultores de tabaco contratados por PMI y proveedores de tabaco de PMI	>350.000	335.000	285.900	
Número de terceros proveedores de tabaco con los que PMI tiene una relación contractual directa ¹	15	13	14	
Número de operaciones de hoja de PMI que contratan directamente a los agricultores de tabaco	8	8	6	
Número de técnicos de campo que prestan apoyo a los agricultores contratados y supervisan la aplicación de las buenas prácticas agrícolas (GAP) y las Prácticas de Trabajo Agrícolas (PTA) de PMI	2.610	2.875	2.675	
Proporción de tabaco comprado a través de contratos directos por PMI y proveedores de tabaco de PMI	93%	96%	99%	≥95% (en curso)
Número de contratos rescindidos por incumplimiento de las normas PTA ²	50	641	1.794	

¹ Los datos se refieren a las empresas matrices

² El aumento puede atribuirse a la introducción (en 2019) de directrices estandarizadas relacionadas con nuestra diligencia debida, la gestión de consecuencias y las recompensas (leer más sobre nuestro programa PTA [aquí](#))

Respeto de los derechos humanos

Indicadores	2018	2019	2020	Objetivos
Número acumulado de evaluaciones del impacto sobre los derechos humanos realizadas	1	2	4	10 para 2025

I+D responsable y transparente

Indicadores	2018	2019	2020
Número acumulado de publicaciones científicas de PMI desde 2008	340	365	418
Número acumulado de instituciones que han participado en el IMPROVER de sbv desde 2011	450	500	520
Número acumulado de países donde se encuentran las instituciones que han participado en el IMPROVER de sbv desde 2011	63	65	65
Número acumulado de publicaciones revisadas por expertos como resultado de los retos IMPROVER de sbv desde 2011 ¹	16	16	16
Número acumulado de estudios publicados en la plataforma INTERVALS desde 2018	9	40	66
Número acumulado de protocolos publicados en la plataforma INTERVALS desde 2018	57	103	122
Número acumulado de conjuntos de datos publicados en la plataforma INTERVALS desde 2018	144	354	556

¹ Las publicaciones revisadas por expertos que son resultado de los retos IMPROVER de sbv realizados en los últimos tres años están actualmente en preparación o validación, y se espera que se publiquen en 2021

Pilar 2:

Operar con excelencia

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

Integridad empresarial

Indicadores	2018	2019	2020
Proporción de empleados que participan en sesiones de formación relacionadas con la guía para el éxito de PMI	86,9%	86,6%	77,7%
Número total de sesiones de formación sobre la guía de éxito de PMI completadas (empleados/terceros)	193.063 (82%/18%)	253.763 (88%/12%)	198.170 (88%/12%)
Número total de informes recibidos, con alegaciones de cumplimiento y otros problemas	872	978	756
Número de casos cerrados relacionados con alegaciones de cumplimiento (número de casos no probados/número de casos probados)	582 (245/337)	652 (283/369)	431 (198/233)
Proporción de casos confirmados, de todos los casos cerrados que implican alegaciones de cumplimiento	57,9%	56,6%	54,1%
Número de informes que no implican una alegación de cumplimiento	283	325	330

Nota: La formación y los casos se actualizan según la nueva información disponible, por lo que se refleja un ligero cambio en los datos de años anteriores.

Prevención del comercio ilegal de tabaco¹

Indicadores	2018	2019	2020	Objetivos
Cobertura para el seguimiento y la localización: nivel de caso principal ²	100%	100%	100%	100% (en curso)
Seguimiento y localización: proporción de envases vendidos con un código único aplicado ³	85%	100%	100%	100% (en curso)
Acuerdos marco de cooperación adicionales firmados con organismos encargados de la aplicación de la ley/gobiernos en un año determinado: número de países	5	2	11	5 para 2021
Estudios regionales y análisis de países para mejorar el conocimiento del comercio ilícito: proporción del consumo mundial cubierta ⁴	27%	20%	19%	15 para 2025
Número de agentes de la ley formados en la autenticación de los productos PMI ⁵	500	6.617	4.981	500 para 2021
Número de países en los que las fuerzas del orden han recibido formación sobre cómo autenticar los productos PMI	10	23	22	>10 por año
Acuerdos de cooperación contra la falsificación firmados con nuestros proveedores ⁶	N/D	N/D	57	100% para 2025
Número de proyectos PMI IMPACT seleccionados por ronda de financiación ⁷	29	0	0	90 en total para 2025
Número de países de los que se seleccionaron proyectos PMI IMPACT por ronda de financiación	22	0	0	N/D
Subvenciones PMI IMPACT asignadas en millones de USD (acumuladas, desde 2017) ⁸	48	48	48	100

¹ Los datos cubren los productos de tabaco de combustión, consumibles y dispositivos de productos sin humo de PMI

² La cobertura total equivale a un 95% de seguimiento y localización en nuestra cadena de suministro (excluyendo el negocio de kretek). El 5% de las cajas no están cubiertas; estas se destinan a países que no están identificados como fuente de desvío potencial o donde PMI vende a un solo cliente en el país

³ Excluye el negocio de kretek. Aunque nuestras normas internas exigen un código único en cada envase (de ahí que se mencione el 100%), quedan algunas excepciones, que se gestionan y revisan con los mercados afectados cada año

⁴ En 2020, no alcanzamos nuestro objetivo del 35%. PMI encarga estudios regionales y análisis de países para mejorar el conocimiento del comercio ilegal. En varias regiones y mercados, la frecuencia de los estudios ha pasado de ser anual a bianual o trienal, lo que refleja la dinámica del mercado y el nivel de concienciación existente

⁵ El número de sesiones de formación impartidas cada año depende de las necesidades específicas y de las solicitudes planteadas a nivel local por las fuerzas del orden. El aumento significativo en 2019 fue impulsado principalmente por las sesiones de formación adicionales impartidas en América Latina y Canadá para abordar mejor la naturaleza del comercio ilegal en la región. En 2020, las sesiones de formación física se compensaron con sesiones en línea debido a las medidas de cierre y a las restricciones de movilidad como consecuencia de la pandemia de COVID-19

⁶ Acuerdos de cooperación en materia de lucha contra la falsificación firmados en función del ámbito de aplicación actual

⁷ No hubo rondas de financiación de PMI IMPACT en 2018-2020. Los datos de 2018 fueron reformulados. Otros datos relacionados con PMI IMPACT se han reajustado en consecuencia

⁸ PMI prometió 100 millones de dólares a PMI IMPACT. Los objetivos relacionados con PMI IMPACT se establecen para el período 2016-2025

Pilar 3:

Cuidar de las personas con las que trabajamos

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

Bienestar socioeconómico de las comunidades de agricultores de tabaco

Indicadores	2018	2019	2020	Objetivos
Número de agricultores de tabaco contratados por PMI y proveedores de tabaco de PMI	>350.000	335.000	285.900	
Número de países donde se encuentran los agricultores contratados por PMI y los proveedores de tabaco de PMI	27	24	23	
Número de agricultores con los que PMI tiene contratos directos	21.000	16.500	13.600	
Número de agricultores que tienen contratos directos con los proveedores de tabaco de PMI	>329.000	318.500	272.300	
Número de terceros proveedores de tabaco con los que PMI tiene una relación contractual directa ¹	15	13	14	
Número de operaciones de hoja de PMI que contratan directamente a los agricultores de tabaco	8	8	6	
Proporción de explotaciones de tabaco contratadas cuyas prácticas laborales han sido controladas sistemáticamente (adhesión a las PTA de PMI)	88%	92%	93%	>90% (en curso)
Número de contratos rescindidos por infracción de las PTA (por temporada de cultivo)	50	641	1.794	
Número de ubicaciones de proveedores de tabaco (países) evaluados por Control Union en temas PTA ²	3	3	1	
Número acumulado de ubicaciones de proveedores de tabaco (países) evaluados por Control Union desde 2013 en temas de PTA ²	21	22	22	
Porcentaje de agricultores contratados que obtienen ingresos dignos ³	N/D	N/D	48%	100% para 2025
Número total de acciones rápidas de las PTA registradas por los técnicos de campo	18.543	14.440	14.751	
Proporción de acciones rápidas de las PTA registradas por los técnicos de campo:				
• Entorno de trabajo seguro	74%	73%	73%	
• Trabajo infantil ⁴	25%	19%	16%	
• Ingresos por horas de trabajo	1%	8%	11%	
• Otros	<1%	<1%	<1%	
Número total de acciones rápidas de las PTA resueltas	13.687	8.137	10.772	
Número de acciones rápidas de las PTA registradas por los técnicos de campo en relación con el entorno de trabajo seguro	13.780	10.519	10.816	
Número de acciones rápidas de las PTA registradas por los técnicos de campo en relación con el impago del salario mínimo a los trabajadores agrícolas ⁵	N/D	1.158	1.541	
Número de acciones rápidas de las PTA registradas por los técnicos de campo en relación con el trabajo infantil ⁶	4.587	2.712	2.352	
Proporción de explotaciones supervisadas en las que se detectaron incidentes de trabajo infantil ⁷	1,3%	0,8%	0,8%	
Prevalencia del trabajo infantil en las explotaciones contratadas por PMI directamente o por los proveedores de tabaco de PMI ⁸	N/D	N/D	3,5%	
Proporción de acciones rápidas de las PTA registradas por los técnicos de campo en relación con incidentes de trabajo peligroso realizado por niños que se resolvieron	89%	88%	75%	
Proporción de trabajadores agrícolas del tabaco que disponen de un alojamiento seguro y adecuado ⁹	N/D	80%	100%	
Proporción de agricultores y trabajadores agrícolas que tienen acceso a equipos de protección personal para la aplicación de los CPA y la prevención de la GTS ¹⁰	N/D	99%	100%	100% (en curso)

Nota: Los datos de las explotaciones agrícolas relacionados con nuestra cadena de suministro de tabaco que aparecen en este informe abarcan 21 de los 23 países de los que nos abastecemos. Excluye al Líbano y a Suiza

¹ Los datos se refieren a las empresas matrices

² La evaluación de Control Union en Argentina se realizó antes de la COVID-19; otras se pospusieron hasta 2021

³ A medida que avanzamos en el análisis externo independiente, el porcentaje de agricultores que logran un ingreso digno se basa actualmente en una combinación de puntos de referencia externos de ingresos dignos, estudios de ingresos de los agricultores y datos internos de PMI

⁴ A partir de 2020, informamos sobre todos los tipos de trabajo infantil (trabajo peligroso realizado por niños, trabajo ligero realizado por niños menores de 13 años y niños menores de 15 años contratados)

⁵ Hemos introducido esta categoría de acciones rápidas en 2019

⁶ A partir de 2020, informamos sobre todos los tipos de trabajo infantil (trabajo peligroso realizado por niños, trabajo ligero realizado por niños menores de 13 años y niños menores de 15 años contratados)

⁷ A partir de 2020, informamos sobre todos los tipos de trabajo infantil. Este indicador se refiere a los incidentes de trabajo infantil que fueron registrados por los técnicos de campo como acciones rápidas durante la temporada de cultivo

⁸ Este indicador se introdujo en 2020, según una nueva metodología que nos permite mejorar la visibilidad del trabajo infantil en todos nuestros mercados de abastecimiento. Los datos de 2020 incluyen todas las acciones rápidas planteadas y las no conformidades notificadas para todas las explotaciones contratadas y supervisadas en relación con el trabajo infantil. También se extiende más allá de las tareas peligrosas realizadas por niños para abarcar todos los tipos de trabajo infantil (es decir, incluyendo el trabajo ligero realizado por niños menores de 13 años y los menores de 15 contratados). Además, en los mercados prioritarios identificados, la metodología combina los datos de supervisión interna con los datos externos (incluidos los procedentes de evaluaciones de terceros) para calcular la prevalencia del trabajo infantil. A partir de 2021, tenemos la intención de utilizar e informar sobre este indicador, y dejar de informar sobre la proporción de explotaciones agrícolas supervisadas en las que se han detectado incidentes de trabajo infantil

⁹ Hemos introducido esta categoría de acciones rápidas en 2019. El ámbito de aplicación se limita a los agricultores que proporcionan alojamiento a los trabajadores (aproximadamente el 8% de la base total de agricultores)

¹⁰ Hemos introducido esta categoría de acciones rápidas en 2019

Pilar 3:

Cuidar de las personas con las que trabajamos

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

Salud, seguridad y bienestar en el trabajo

Indicadores	2018	2019	2020	Objetivos
Tasa de incidentes con pérdida de tiempo (LTI) por cada 200.000 horas trabajadas: empleados de PMI, empleados contratados y contratistas ¹	N/D	0,14	0,08	
Tasa de LTI por cada 200.000 horas trabajadas: empleados de PMI	0,13	0,12	0,07	
Tasa de LTI por cada 200.000 horas trabajadas: empleados contratados de PMI	0,08	0,10	0,03	
Tasa de LTI por cada 200.000 horas trabajadas: contratistas de PMI	N/D	0,23	0,12	
Índice total integrado de incidentes registrables (ITRIR) por cada 200.000 horas trabajadas por los empleados de PMI, empleados contratados y contratistas ²	N/D	0,22	0,12	<0,30 para 2025
TRIR por cada 200.000 horas trabajadas: empleados de PMI	0,22	0,20	0,11	
TRIR por cada 200.000 horas trabajadas: empleados contratados de PMI	0,30	0,17	0,06	
TRIR por cada 200.000 horas trabajadas: contratistas de PMI	N/D	0,32	0,16	
Número de víctimas mortales: empleados y contratados de PMI	2	1	1	
Número de víctimas mortales: contratistas	1	0	1	
Número de víctimas mortales: miembros del público	3	10	5	
Tasa de frecuencia de enfermedades profesionales (OIFR) por cada 200.000 horas trabajadas: PMI y empleados contratados	0,0013	0	0	
Índice de colisiones en la flota de vehículos de PMI por año (colisiones por millón de km recorridos)	0,91	0,87	0,53	<0,65 para finales de 2022
Proporción de la flota PMI equipada con telemática ³	N/D	N/D	35%	100% para finales de 2023
Proporción de instalaciones de fabricación con certificación OHSAS 18001 e ISO 14001 ⁴	97%	98%	100%	
Número de mercados con comités de salud y bienestar	>40	55	53	
Medición del bienestar psicológico de los empleados ⁵	N/D	N/D	58	63 para 2021

Los indicadores de salud y seguridad para 2020 están sujetos a una verificación externa por parte de SGS (véanse las declaraciones de verificación externa, External Verification Statements, [aquí](#) y [aquí](#))

¹ Definimos a un empleado contratado como un empleado que está bajo la supervisión directa de los empleados de PMI pero contratado por una empresa de trabajo temporal. Definimos a un contratista como una persona empleada o que trabaja en nombre de una empresa externa contratada por PMI, que permanece bajo la supervisión directa de su empleador y no de PMI y que a menudo participa en acuerdos específicos de proyectos o de subcontratación. El alcance de nuestros informes sobre contratistas en 2020 excluye nuestro centro en Corea del Sur (que representa menos del 1% del total de contratistas), donde la legislación local no permite este seguimiento

² La tasa total integrada de incidentes registrables (ITRIR) cubre a los empleados de PMI, a los empleados contratados y a los contratistas

³ Indicador introducido en 2020. El ámbito de aplicación cubre los coches que son herramientas laborales de PMI (que representan el 75% de la flota total de PMI)

⁴ Alcance: Instalaciones de fabricación que producen más de tres mil millones de equivalentes de cigarrillos al año

⁵ Indicador introducido en 2020. Según las respuestas de los empleados en el marco de nuestra encuesta periódica de escucha de los empleados. El indicador representa el porcentaje de empleados que respondieron "bien" o "muy bien" a la pregunta "¿Cómo calificaría su bienestar psicológico o emocional actual?" en nuestra encuesta periódica de escucha a los empleados

Pilar 3:

Cuidar de las personas con las que trabajamos

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

Entorno de trabajo diverso e inclusivo

Indicadores	2018	2019	2020	Objetivos
Proporción de mujeres empleadas	42,1%	41,7%	41,7%	
Proporción de puestos directivos ocupados por mujeres ¹	35,1%	36,1%	37,2%	Al menos el 40% en 2022
Proporción de mujeres empleadas en los distintos niveles de dirección: ¹				
• Gerentes	36,6%	37,5%	38,8%	
• Directores	29,4%	31,2%	30,9%	
• Líderes de alto nivel	15,2%	17,4%	20,3%	
Proporción de mujeres en puestos de responsabilidad ²	27,5%	29,2%	29,4%	32% para 2023
Proporción de nuevas contrataciones en puestos de dirección que son mujeres ¹	40,6%	40,7%	38,8%	50%
Proporción de nuevas contrataciones en los niveles inferiores que son mujeres ¹	40,4%	43,8%	42,2%	50%
Proporción de nuevas contrataciones que son mujeres ¹	N/D	41,6%	40,7%	
Proporción de ascensos en puestos directivos que son mujeres ¹	37,8%	37,4%	38,9%	
Número de mujeres en la dirección de la empresa PMI ²	2 (de 22)	2 (de 25)	4 (de 25)	
Proporción de mujeres en la dirección de la empresa PMI ²	9%	8%	16%	
Número de mujeres en el Consejo de Administración de PMI ³	3 (de 12)	3 (de 12)	2 (de 13)	
Proporción de mujeres en el Consejo de Administración de PMI ³	25%	25%	15%	
Diferencia salarial media entre hombres y mujeres ⁴	N/D	34,6	33,0	
Proporción de empleados en diferentes grupos de edad:				
• Por debajo de 25	N/D	3%	3%	
• Entre 25 y 34	N/D	31%	31%	
• Entre 35 y 54	N/D	61%	62%	
• Por encima de 55	N/D	4%	4%	
Número de nacionalidades entre los empleados de PMI ⁵	>100	126	131	
Número de países con afiliados a iniciativas o redes LGTBIQ+	25	27	28	

Condiciones de trabajo justas

Indicadores	2018	2019	2020
Número de empleados de PMI	77.435	73.542	70.849
Número de puestos equivalentes a tiempo completo (FTE) de PMI	77.039	71.795	70.560
Proporción de empleados cubiertos por convenios colectivos de trabajo	65%	63%	62%
Número total de convenios colectivos de trabajo	81	80	79
Número total de países con convenios colectivos de trabajo	35	35	34

¹ Nuestros datos de diversidad de género cubren alrededor del 95 por ciento de la plantilla total de PMI

² Ver el glosario

² Según la composición de la dirección de la empresa PMI a partir del 16 de marzo de 2021

³ Según la composición del consejo de dirección de la empresa PMI a partir del 16 de marzo de 2021

⁴ El cálculo de la diferencia salarial media entre hombres y mujeres es la suma del salario base anual, las primas y las opciones sobre acciones. Véase PMI.com para obtener más detalles sobre nuestra diferencia salarial entre hombres y mujeres, incluido el desglose por cuarteto salarial

⁵ En 2020, ampliamos el alcance de nuestros informes sobre las nacionalidades de los empleados para cubrir el 100% de nuestra plantilla

Pilar 3:

Cuidar de las personas con las que trabajamos

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

Plantilla de PMI a finales de 2020

Número de empleados por contrato de trabajo (indefinido y temporal), por género

Mujeres con contrato indefinido	28.401
Mujeres con contrato temporal	1.109
Hombres con contrato indefinido	39.835
Hombres con contrato temporal	1.504

Número de empleados por contrato de trabajo (indefinido y temporal), por género

Empleados con contrato indefinido en la zona de la Unión Europea	18.292
Empleados con contrato temporal en la zona de la Unión Europea	1.637
Empleados con contrato indefinido en la zona de Oriente Medio y África, incluida la tienda sin impuestos de PMI	3.165
Empleados con contrato temporal en la zona de Oriente Medio y África, incluida la tienda sin impuestos de PMI	145
Empleados con contrato indefinido en la zona Sur y Sudeste de Asia	28.294
Empleados con contrato temporal en la zona Sur y Sudeste de Asia	128
Empleados con contrato indefinido en la zona de Europa del Este	6.743
Empleados con contrato temporal en la zona de Europa del Este	196
Empleados con contrato indefinido en la zona de Asia Oriental y Australia	4.242
Empleados con contrato temporal en la zona de Asia Oriental y Australia	99
Empleados con contrato indefinido en la región de América Latina y Canadá, y en Estados Unidos.	7.500
Empleados con contrato temporal en la región de América Latina y Canadá, y en Estados Unidos.	408

Número de empleados por tipo de empleo (a tiempo completo y a tiempo parcial), por género

Mujeres con contrato a tiempo completo	28.925
Mujeres con contrato a tiempo parcial	585
Hombres con contrato a tiempo completo	41.087
Hombres con contrato a tiempo parcial	252

Todos los datos a 31 de diciembre de 2020. La presentación de la información y los datos se ajusta a las orientaciones de la norma GRI 102-8 (2016)

Pilar 3:

Cuidar de las personas con las que trabajamos

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

Apoyo de la comunidad

Indicadores	2018	2019	2020
Número de contribuciones sociales apoyadas por PMI (donaciones benéficas/inversiones comunitarias)	280	170 (145/25)	702 (681/21)
Número de organizaciones asociadas apoyadas por las contribuciones sociales de PMI	239	147	600
Número de países en los que se ejecutaron proyectos apoyados por las contribuciones sociales de PMI	63	43	78
Número de beneficiarios directos de proyectos apoyados por las contribuciones sociales de PMI	>300.000	>467.000	>2.700.000
Valor de las contribuciones en efectivo (en millones de USD) (donaciones benéficas/inversiones comunitarias)	28,3	17,0 (14,8/2,2)	47,8 (46,0/1,8)
Valor aproximado de las donaciones en especie (en '000 USD)	260	205	12.190
Valor aproximado de los costes de gestión de las cotizaciones sociales de PMI (en '000 USD)	N/D	650	769
Número total aproximado de horas de voluntariado de los empleados de PMI	18.000	16.700	15.272
Valor aproximado del tiempo que los empleados dedican al voluntariado (en '000 USD)	500	430	440

Nota: En 2020, cuando la pandemia de COVID-19 surgió como una crisis importante, reevaluamos nuestras prioridades y cambiamos el enfoque hacia la prestación de apoyo de una manera rápida y eficaz, mediante la creación de un fondo global de donaciones corporativas

Captación, retención y contratación de talentos

Indicadores	2018	2019	2020	Objetivos
Tasa de rotación global de los empleados	11,51%	14,10%	9,80%	
Tasa de rotación global de las mujeres empleadas	10,80%	15,54%	9,90%	
Tasa de rotación voluntaria de los empleados	4,12%	4,53%	3,13%	
Gasto en aprendizaje por FTE (en USD) total	N/D	513	551	
Media de horas de formación por FTE ¹	12,1	15,5	11,2	
Proporción de empleados cubiertos por la evaluación del rendimiento ²	77,0%	79,4%	90%	
Employee Net Promoter Score (eNPS) ³	N/D	+16	+33	Al menos +30 para 2025

¹ En 2020, experimentamos una disminución de la media de horas por FTE de formación debido al tiempo necesario para cambiar muchos aprendizajes presenciales a virtuales (en adaptación a las circunstancias de la COVID-19), y el consiguiente aumento de las sesiones de aprendizaje virtual que suelen ser más cortas que las sesiones en persona

² Datos de 2020 basados en un total de 55.393 empleados en grados asalariados

³ Medimos el compromiso de nuestra plantilla mediante el Net Promoter Score (eNPS), que sigue una metodología similar a la que utilizamos para medir el compromiso de los consumidores. La puntuación puede oscilar entre -100 y +100

Pilar 4:

Proteger el medioambiente

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

Protección climática

Indicadores	2018	2019 (referencia)	2020	Objetivos	Ámbito
Alcance 1 de CO2e (toneladas métricas) ¹	408.162	397.210	322.633		Fábricas, oficinas, ² y flota de PMI
Alcance 2 de CO2e (toneladas métricas) ¹	175.785	158.672	90.366		Fábricas y oficinas de PMI
Alcance 1+2 de CO2e (toneladas métricas) ¹	583.947	555.882	412.999	Neutralidad de carbono para 2030	Fábricas, oficinas y flota de PMI
Alcance 1 de CO2e de la flota (toneladas métricas)	114.936	111.400	79.457		Flota de PMI
Emissiones de CO2e de la flota (kg de CO2e por km recorrido)	221	222	216		Flota de PMI
Reducción absoluta de CO2e en la flota de PMI frente a la referencia de 2019	N/D	N/D	29%		Flota de PMI
Proporción de vehículos híbridos o eléctricos en nuestra flota	N/D	N/D	4,7%		Flota de PMI
Alcance 3 de CO2e ('000 toneladas métricas)	4.714	4.309	3.590		Cadena de valor de PMI
Alcance 1+2+3 de CO2e ('000 de toneladas métricas)	5.298	4.865	4.003	Neutralidad de carbono para 2050	Cadena de valor de PMI
Certificados de compensación de carbono (toneladas métricas) ³	956	1.242	3.297		Fábricas, oficinas y flota de PMI
Reducción absoluta de CO2e de alcance 1+2 con respecto a la referencia de 2019	N/D	N/D	26%	50% para 2030 (SBT)	Fábricas, oficinas y flota de PMI
Reducción absoluta de CO2e de alcance 3 con respecto a la referencia de 2019 ⁴	N/D	N/D	17%	50% para 2030 (SBT)	Cadena de valor de PMI
Número de fábricas neutras en carbono	0	1	2	Todas para 2030	Fábricas de PMI
Intensidad de CO2e de alcance 1+2+3 (kg por millón de cigarrillos equivalentes) ⁵	6.552	6.148	5.482		Cadena de valor de PMI
Intensidad de CO2e de alcance 1+2 (kg por millón de cigarrillos equivalentes) ⁵	722	702	556		Fábricas, oficinas y flota de PMI
Emissiones biogénicas de CO2e de alcance 3 ('000 toneladas métricas)	3.442	2.419	2.139		Cadena de valor de PMI
Reducción absoluta de CO2e de alcance 1+2+3 respecto a la referencia de 2019	N/D	N/D	18%		Cadena de valor de PMI
Reducción de la intensidad de CO2e de alcance 1+2+3 frente a la referencia de 2019	N/D	N/D	11%		Cadena de valor de PMI
Reducción de las emisiones absolutas de CO2e en la cadena de suministro de tabaco de PMI frente a la referencia de 2019	N/D	N/D	28%	35% para 2025 50% para 2030	Cadena de suministro de tabaco de PMI
Reducción de la intensidad de CO2e en el secado del tabaco frente a la referencia de 2019	N/D	N/D	44%	75% para 2025	Cadena de suministro de tabaco de PMI
Proporción de tabaco secado por aire caliente comprado secado con fuentes de combustible renovables (adopción de leña y biomasa autosuficientes)	46% (33% + 13%)	51% (36% + 15%)	67% (45% + 22%)	70% para 2021	Cadena de suministro de tabaco de PMI
Proporción de tabaco Virginia comprado y secado con carbón	15%	16%	11%		Cadena de suministro de tabaco de PMI
Número total aproximado de graneros de secado mejorados desde 2014 (acumulado)	76.000	80.800	82.500		Cadena de suministro de tabaco de PMI

Pilar 4:

Proteger el medioambiente

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

Protección climática (continuación)

Indicadores	2018	2019 (referencia)	2020	Objetivos	Ámbito
Consumo total de energía (gigajulios)	9.353.222	9.456.576	7.909.157		Fábricas, oficinas y flota de PMI
Proporción de la energía total consumida que procede de fuentes renovables	23%	27%	29%		Fábricas, oficinas y flota de PMI
Intensidad energética (gigajulios por millón de cigarrillos equivalentes)	11,57	11,95	10,83		Fábricas, oficinas y flota de PMI
Consumo de combustible de fuentes no renovables (gigajulios)	5.988.022	5.819.072	4.719.647		Fábricas, oficinas y flota de PMI
Consumo de combustible de fuentes renovables (gigajulios)	61.163	128.967	91.680		Fábricas, oficinas y flota de PMI
Electricidad total consumida (MWh)	899.706	959.723	832.292		Fábricas y oficinas de PMI
Electricidad total consumida procedente de fuentes renovables (MWh)	546.944	623.940	621.620		Fábricas y oficinas de PMI
Proporción de la electricidad utilizada y comprada que procede de fuentes renovables	61%	65%	75%		Fábricas y oficinas de PMI
Proporción de la electricidad utilizada y comprada que procede de fuentes renovables	65%	72%	78%	100% para 2025	Fábricas de PMI
Calificación CDP Climate Change	A	A	A	A	

Nota: Nuestro inventario de emisiones de GEI (alcance 1, 2 y 3) en 2020 está sujeto a la verificación externa de SGS. En 2020, logramos una reducción significativa de las emisiones, en parte impulsada por el impacto de la COVID-19 (leer más en la página 102), pero también por la aceleración de los esfuerzos hacia nuestra ambición de neutralidad en carbono

¹ Las emisiones de las tiendas IQOS operadas por PMI están excluidas de las emisiones de alcance 1 y 2, por ser de minimis

² Incluimos los almacenes en las oficinas de PMI.

³ La cifra de 2020 incluye los certificados de compensación de carbono adquiridos en nuestras fábricas de Lituania y Suiza, así como en nuestro centro de operaciones en Suiza

⁴ En 2020, revisamos nuestro modelo de huella de carbono, teniendo en cuenta más datos primarios de los proveedores y actualizando la metodología, lo que permitió obtener cifras más precisas de sus emisiones de alcance 3. Hemos reformulado nuestros datos de 2019 según el nuevo modelo. También se han reajustado otras cifras que incluyen las emisiones de alcance 3

⁵ La intensidad se mide en CO₂e por millón de cigarrillos equivalentes expedidos

Prevención del vertido de residuos

Indicadores	2019	2020
Número de iniciativas contra el vertido de residuos	54	33
Número de afiliadas con una estrategia antivertido de residuos	31	47
Número de afiliadas que participan en iniciativas de limpieza de residuos ¹	31	N/D
Número de participantes en iniciativas de limpieza de residuos (empleados de PMI y otros voluntarios) ¹	3.962	N/D
Número de colillas recogidas en iniciativas de limpieza de residuos ¹	827.160	N/D

Nota: Estos indicadores se introdujeron en 2019

¹ En 2020, debido a las restricciones de la COVID-19, no iniciamos una movilización global entre nuestros empleados para participar en eventos de limpieza y no hicimos un seguimiento de estos datos, aunque algunas afiliadas pudieron llevar a cabo algunas actividades específicas

Pilar 4:

Proteger el medioambiente

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

Diseño ecológico y circularidad del producto

Indicadores	2018	2019	2020	Objetivos
Tasa de reciclaje efectiva de los dispositivos IQOS ¹	30%	29%	40%	70% para 2023 80% para 2025
Proporción del volumen de ventas de dispositivos IQOS cubierto por el programa CIRCLE ²	66%	39%	48%	100% para 2025
Tasa de reciclaje de dispositivos IQOS en los centros CIRCLE (media ponderada) ³	45%	74%	84%	>80% (en curso)
Volumen total de materiales reciclados en los centros CIRCLE (en toneladas)	N/D	153	191	
Proporción de material de embalaje que es reciclable ⁴	94,9%	94,9%	94,7%	100% para 2025
Proporción de material de embalaje de origen renovable ⁴	90,0%	89,6%	89,8%	95% para 2025
Reducción del peso de los materiales de embalaje con respecto a la referencia de 2018 ⁵	Base de referencia	-1%	-5%	-15% para 2025

¹ La tasa de reciclaje efectiva se calcula en base a la proporción del volumen de ventas de dispositivos IQOS cubiertos por el programa CIRCLE multiplicado por la tasa de reciclaje de dispositivos IQOS en los centros CIRCLE (media ponderada)

² Tasa de reciclaje: Porcentaje del peso de cada dispositivo que se recicla, media ponderada en función del tipo de dispositivo y de la instalación de procesamiento (cifras proporcionadas para los productos desarrollados por PMI y procesados a través de los centros CIRCLE, que varían en función del tipo de dispositivo, el vertido cero, el resto a la recuperación de energía o la pérdida de material)

³ Establecimos nuestros dos centros CIRCLE de reciclaje en 2018. Ampliamos el número de mercados cubiertos por CIRCLE en 2019 y 2020, la disminución de la cobertura del volumen de ventas se explica por el crecimiento de IQOS en los mercados aún no cubiertos por el programa

⁴ El volumen de 2018-2020 se ha reformulado para incluir las cajas de envío

⁵ Incluye la mezcla de catálogo/volumen y el movimiento de inventario. Incluye cajas de envío. La cifra de 2019 se ha reajustado debido a la revisión de las cifras reales de los importes de las tablas compradas

Conservación forestal

Indicadores	2018	2019	2020	Objetivos
Proporción de tabaco comprado secado sin riesgo de deforestación de bosques primarios y protegidos ¹	90%	97%	100%	
Proporción de tabaco secado por aire caliente comprado secado con fuentes renovables (adopción de leña y biomasa autosuficientes)	46% (33% + 13%)	51% (36% + 15%)	67% (45%+ 22%)	70% para 2021
Número acumulado aproximado de graneros de secado mejorados desde 2014	76.000	80.800	82.500	
Calificación CDP Forest	B	A-	A	

¹ Para ajustarnos a las definiciones y parámetros más aceptados para medir el impacto de la protección de los bosques, hemos decidido adoptar la definición de bosques de "alto valor de conservación" de la Iniciativa del Marco de Rendición de Cuentas. Consulte nuestro manifiesto de deforestación cero, Zero Deforestation, para obtener definiciones

Biodiversidad

Indicadores	2017	2018	2019	Objetivos
Proporción de tabaco comprado sin detección de residuos atribuibles al uso de agentes fitosanitarios de la clase de toxicidad 1 de la OMS ¹	99%	100%	100%	
Proporción de tabaco comprado sin detección de residuos atribuibles al uso de PAP, según las directrices de la FAO y la OMS en 2016 ¹	88%	89%	97%	100% para el año agrícola 2020

¹ Los datos de la temporada de cosecha de 2020 no estaban disponibles en el momento de la publicación de este informe

Pilar 4:

Proteger el medioambiente

[Datos financieros >](#)
[Innovar para mejorar los productos >](#)
[Operar con excelencia >](#)
[Cuidar de las personas con las que trabajamos >](#)
[Proteger el medioambiente >](#)

Gestión del agua

Indicadores	Referencia de 2010	2018	2019	2020	Objetivos	Ámbito
Cantidad total de agua extraída ('000 m ³)	4.998	4.371	4.008	3.375		Fábricas de PMI
Cantidad total de agua consumida (extraída menos vertida) ('000 m ³)	2.449	1.958	1.883	1.619		Fábricas de PMI
Coefficiente de agua (agua extraída en m ³ por millón de cigarrillos equivalentes) ¹	5,35	5,14	4,74	4,20	3,1 para 2022	Fábricas de PMI
Número de multas ²		0	1	1		Fábricas de PMI
Número acumulado de evaluaciones de riesgo de las aguas locales realizadas		8	15	23	100% de cobertura	Cadena de suministro de tabaco
Cantidad de agua azul utilizada por tonelada de tabaco producido (m ³) ³		266	330	307		Cadena de suministro de tabaco
Cantidad total de agua utilizada ('000 m ³)		119.600	138.200	115.000		Cadena de suministro de tabaco
Clasificación de la seguridad del agua según el CDP		B	A	A	A	PMI

¹ La intensidad del agua se mide en m³ por millón de cigarrillos producidos equivalentes

² Multas superiores a 10.000 USD (o su equivalente en moneda convertida). La multa de 2020 se refería a la contaminación de las aguas residuales por encima de los límites nacionales en nuestra fábrica de Ucrania

³ El agua azul se refiere al agua utilizada para el riego

Reducción de residuos

Indicadores	Referencia de 2010	2018	2019	2020
Cantidad total de residuos generados (toneladas métricas)	143.596	134.367	131.104	119.750
Proporción de residuos totales generados que se reciclan	N/D	84%	84%	85%
Proporción del total de residuos generados que se incineran con recuperación de energía	N/D	12%	12%	11%
Proporción del total de residuos generados que se eliminan en el vertedero	N/D	4%	4%	3%
Proporción del total de residuos generados que se incineran sin recuperación de energía	N/D	<1%	<1%	<1%
Cantidad de residuos peligrosos generados (toneladas métricas)	N/D	1.423	1.486	1.266
Proporción de residuos peligrosos generados que se reciclan	N/D	41%	33%	38%
Proporción de residuos peligrosos generados que se incineran con recuperación de energía	N/D	44%	49%	43%
Proporción de residuos peligrosos generados que se eliminan en el vertedero	N/D	6%	8%	7%
Proporción de residuos peligrosos generados que se incineran sin recuperación de energía	N/D	9%	10%	13%



Glosario y acrónimos

Aerosol: Suspensión gaseosa de partículas sólidas finas y/o gotas líquidas

AVC: Alto valor de conservación

AWS, Alliance for Water Stewardship: Alianza para la Gestión del Agua

BOS, Behavioral Observation Systems: Sistemas de Observación del Comportamiento

BPA: Buenas Prácticas Agrícolas

Cadena de suministro de flujo ascendente: Las operaciones de flujo ascendente son aquellas en las que los materiales fluyen hacia la organización (es decir, se refiere principalmente a las actividades de adquisición y a la logística de entrada)

Cadena de suministro de flujo descendente: Las operaciones de flujo descendente son aquellas etapas de la cadena de suministro en las que los materiales (principalmente en forma de productos acabados) fluyen desde la organización hasta los clientes/consumidores

CCT: Convenio colectivo de trabajo

CDP, Carbon Disclosure Project: Proyecto de divulgación del carbono

CMCT: Convenio Marco para el Control del Tabaco

Combustión: Proceso de quemar una sustancia en oxígeno, produciendo calor y a menudo luz

Comercio ilegal: Se refiere a los productos nacionales que no pagan impuestos

Compensación (offsetting): El acto de comprar un crédito de carbono generado fuera de la esfera de influencia de la empresa y retirar la unidad por una tonelada de carbono que ha sido emitida por la empresa (fuente: Alianza Internacional de Reducción y Compensación de Carbono)

Consumibles de productos sin humo: El término que PMI utiliza para referirse a las unidades de tabaco calentado que se utilizan con el producto que calienta sin quemar IQOS, y los cartuchos que contienen e-líquidos que se utilizan para los productos de vapor electrónico

Contratista: Definimos a un contratista como una persona empleada o que trabaja en nombre de una empresa externa contratada por PMI, que permanece bajo la supervisión directa de su empleador y no de PMI y que a menudo participa en acuerdos específicos de proyectos o de subcontratación

CPA, Crop Protective Agent: Agente protector de cultivos

Diferencia salarial por género: La diferencia salarial por género es la diferencia en los ingresos brutos medios por hora entre mujeres y hombres

Dirección de la empresa: Término que utilizamos para referirnos a la alta dirección de la empresa, tal y como se presenta en nuestra página web PMI.com (también denominada "nuestro equipo directivo")

Directores: Término que utilizamos para referirnos a los empleados de grado salarial 14 a 16

e-líquidos: Se refiere a una solución líquida que se utiliza en/con los cigarrillos electrónicos. Los e-líquidos contienen diferentes niveles de nicotina en una solución a base de propilenglicol y/o glicerina vegetal con varios sabores

EHTS, Electrically Heated Tobacco System: Sistema de calentamiento electrónico de tabaco

Empleado contratado: Definimos como empleado contratado a un empleado que está bajo la supervisión directa de los empleados de PMI pero contratado por una empresa de trabajo temporal

EPI: Equipos de protección individual

Estimación de usuarios que se han pasado a IQOS y han dejado de fumar: Para los mercados en los que IQOS es el único producto que calienta sin quemar, se define como el consumo individual diario de UTC de PMI que representa la totalidad de su consumo diario de tabaco en los últimos siete días. En el caso de los mercados en los que el IQOS es uno de los productos que calientan sin quemar, se trata del consumo individual diario de UTC que representa la totalidad de su consumo diario de tabaco en los últimos siete días, de los cuales al menos el 70% son unidades UTC de PMI. Las UCT de PMI incluyen las de KT&G con licencia

FAO, Food and Agriculture Organization of the United Nations: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación

FDA, U.S. Food and Drug Administration: Administración de Alimentos y Medicamentos de EE. UU.

Fijación (in-setting): El acto de generar un crédito de carbono dentro de la esfera de influencia de la empresa y retirar la unidad por una tonelada de carbono que ha sido emitida por la empresa (fuente: Alianza Internacional de Reducción y Compensación de Carbono)

FT, Field Technician: Técnico de campo que supervisa la aplicación de los programas de buenas prácticas agrícolas (BPA) y Prácticas de Trabajo Agrícolas (PTA)

GEI: Gases de Efecto Invernadero

Gerentes: El término que utilizamos para referirnos a los empleados de grado salarial 10 a 13

GIP: Gestión integrada de plagas

GPP, Global Privacy Program: Programa global de privacidad

GTS, Green Tobacco Sickness: Enfermedad del Tabaco Verde

HPHC, Harmful or Potentially Harmful Constituents: Los componentes nocivos o potencialmente nocivos que han sido identificados como causas probables de las enfermedades relacionadas con el tabaco

HRIA, Human Rights Impact Assessment: Evaluaciones para identificar los riesgos e impactos adversos sobre los derechos humanos

Humo: Suspensión visible de partículas sólidas, gotas líquidas y gases en el aire, emitida cuando un material se quema

I+D: Investigación y desarrollo

KPI, Key Performance Indicators: Indicadores clave de rendimiento

LTI, Lost Time Injury: Accidentes con Tiempo Perdido

Líderes de alto nivel: Término que utilizamos para referirnos a los empleados que desempeñan funciones de alta dirección; incluye a todos los empleados de grado salarial 17 y superior

M RTP, Modified Risk Tobacco Product: Productos de Tabaco de Riesgo Modificado. Término utilizado por la FDA de EE. UU. para referirse a los PRR

M RTPA, Modified Risk Tobacco Product Application: Solicitud a la FDA de reconocimiento de un artículo como producto de riesgo modificado conforme a la sección 911 de la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos

NCA, Non-Combusted Alternatives: Producto consumible fabricado (a partir de tabaco o no) que proporciona un aerosol que contiene nicotina sin combustión de tabaco y que no genera humo inhalado directamente por el usuario cuando se utiliza de la forma prevista. Las NCA incluyen cualquier dispositivo NCA necesario para el consumo del tabaco o de la sustancia que contiene nicotina. En este informe, se denominan indistintamente "productos sin humo" o "productos de riesgo reducido"

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible

OMS: Organización Mundial de la Salud

ONG: Organización no Gubernamental

OPT: Otros Productos de Tabaco. Definidos como "otros productos del tabaco", están principalmente los cigarrillos para liar y hacer, tabaco de pipa, puros y puritos, y no se incluyen los productos de riesgo reducido

P&C: People and Culture (Personas y Cultura)

PAP: Pesticidas altamente peligrosos

PRMB: Países de renta media-baja

PTC: Producto de Tabaco Calentado. Producto de tabaco fabricado que proporciona un vapor que contiene nicotina (aerosol), sin combustión de la mezcla de tabaco

Producto de tabaco de combustión: Producto manufacturado consumible que quema tabaco y/o genera humo inhalado directamente por el usuario cuando se utiliza de la forma prevista. Los productos de tabaco de combustión incluyen, por ejemplo, cigarrillos, puritos, puros, "para liar" y tabaco de pipa

Producto de vapor electrónico: Producto eléctrico que genera un aerosol al calentar un líquido que contiene nicotina o no, como los cigarrillos electrónicos (o "e-cigarettes")

Productos combustibles: El término que PMI utiliza para referirse a los cigarrillos y a los OPT, combinados

PRR: Productos de riesgo reducido. Son productos que presentan, es probable que presenten, o tienen el potencial de presentar un menor riesgo de daño a los fumadores que cambian a estos productos frente a seguir fumando. PMI cuenta con una gama de PRR en distintas fases de desarrollo, evaluación científica y comercialización. Los PRR de PMI son productos sin humo que producen un aerosol que contiene cantidades muy inferiores de compuestos nocivos y potencialmente nocivos a las halladas en el humo de cigarrillo

Proveedores de nivel 1: Los proveedores de nivel 1 son los que suministran directamente bienes, materiales o servicios a PMI

Proveedores de nivel 2: Los proveedores de nivel 2 son los que suministran sus productos y servicios a los proveedores de nivel 1

PTA: Prácticas de Trabajo Agrícolas

PTCC: Producto de tabaco calentado con carbono

Puestos de dirección: Término que utilizamos genéricamente para referirnos a todos los puestos de un grado salarial definido (10) y superior

Puestos de responsabilidad: Término que utilizamos genéricamente para referirnos a todos los puestos de un grado salarial definido (14) y superior

RAP: Responsabilidad aumentada del productor

Glosario y acrónimos (continuación)

Regiones de PMI: A partir del 1 de enero de 2018, PMI comenzó a gestionar su negocio en seis segmentos de información de la siguiente manera: la Región de la Unión Europea (UE); la Región de Europa del Este (EE); la Región de Oriente Medio y África (ME&A), que incluye las Tiendas sin Impuestos de PMI; la Región del Sur y Sudeste de Asia (S&SA); la Región de Asia Oriental y Australia (EA&A); y la Región de América Latina y Canadá (LA&C)

RGPD: Reglamento General de Protección de Datos

RSP, Responsible Sourcing Principles: Principios de abastecimiento responsable

SIP: Sistema integrado de producción

STP, Sustainable Tobacco Program: Programa de tabaco sostenible

SUP, Single-Use Plastics: Plásticos de un solo uso

THS, Tobacco Heating System: Sistema de calentamiento de tabaco

Toneladas: En este informe, "toneladas" equivale a "toneladas métricas"

TPSAC, Tobacco Products Scientific Advisory Committee: Comité Científico Asesor sobre Productos del Tabaco

TRIR, Total Recordable Incident Rate: Tasa total de incidentes registrables

UNGP, United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos

Unidades de Tabaco Calentado, o UTC: El término que PMI utiliza se refiere a los consumibles de tabaco calentado, que incluyen las marcas *HEETS*, *HEETS Creations*, *HEETS Dimensions*, *HEETS Marlboro* y *HEETS FROM MARLBORO* (definidas colectivamente como *HEETS*), *Marlboro Dimensions*, *Marlboro HeatSticks* y *Parliament HeatSticks*, así como las marcas con licencia de *KT&G*, *Fiit* y *Miix* (fuera de Corea)

Usuarios totales de IQOS: El número estimado de usuarios de *IQOS* mayores de edad (mínimo 18 años) que utilizaron las UCT de PMI para, al menos, el 5% de su consumo diario de tabaco en los últimos siete días. Las UCT de PMI incluyen las de *KT&G* con licencia

VEA: Valor económico añadido

Volumen total de envíos: El total combinado del volumen de envíos de cigarrillos y el volumen de envíos de unidades UCT

WASH, Water Access, Sanitation, and Hygiene: Acceso al agua, el saneamiento y la higiene

Definiciones clave relacionadas con nuestro trabajo para mejorar los medios de vida de los agricultores de tabaco

Tanto el **ingreso digno** como el salario digno tienen que ver con alcanzar un nivel de vida decente. Los ingresos dignos son los ingresos netos anuales necesarios para que un hogar pueda permitirse un nivel de vida decente para todos sus miembros y se aplican, por ejemplo, a los agricultores autónomos. Un salario digno se aplica en el contexto de los trabajadores contratados (por ejemplo, en fábricas o en granjas). (Fuente: The Global Living Wage Coalition)

Un **salario mínimo legal**, tal y como se define en el código PTA de PMI, es un salario para todos los trabajadores (incluidos los temporales, por productividad, estacionales y migrantes) que cumple, como mínimo, la norma legal nacional o la norma de referencia agrícola formalizada. Se puede formalizar un punto de referencia agrícola cuando no se dispone de un salario mínimo legal o no es aplicable a un contexto específico.

Trabajo infantil, según la definición de la OIT, es el trabajo que priva a los niños de su infancia, su potencial y su dignidad, y que es perjudicial para su desarrollo físico y mental. Según el código PTA de PMI, la edad mínima de admisión al trabajo no es inferior a la edad en que se termina la escolaridad obligatoria y, en cualquier caso, no es inferior a 15 años o a la edad mínima aceptada por las leyes del país, según el límite de edad que ofrezca mayor protección. Ninguna persona menor de 18 años debe participar en ningún tipo de trabajo peligroso. En el caso de las explotaciones familiares, un niño solo puede ayudar en la explotación siempre que el trabajo no sea peligroso y tenga al menos 13 años o supere la edad mínima para realizar dicho trabajo definida por la legislación del país, lo que ofrezca mayor protección.

Trabajo peligroso es aquel que, por su naturaleza o por el momento o el lugar en que se realiza, puede perjudicar la salud, la seguridad o la moralidad de los niños o de otras personas. Por ejemplo, las siguientes actividades pueden ser peligrosas, sobre todo si no se cuenta con el EPI adecuado: aplicar agentes de protección de cultivos (CPA); cortar tallos; encordar; transportar cargas pesadas; trabajar con herramientas afiladas; trabajar a temperaturas extremas; y trabajar de noche.

Enfermedad del tabaco verde (GTS, Green Tobacco Sickness) es un tipo de intoxicación por nicotina causada por la absorción de nicotina de la superficie de las hojas de tabaco verdes, húmedas y frescas, a través de la piel. Los síntomas característicos del STG son náuseas, vómitos, debilidad, mareos, calambres estomacales, dificultad para respirar, sudoración excesiva, dolor de cabeza y fluctuaciones de la presión arterial y la frecuencia cardíaca. Pueden durar entre 12 y 48 horas.¹

Equipo de protección individual (EPI) se refiere a cualquier ropa, material o dispositivo que proporcione protección frente a la exposición a la CPA y al GTS durante actividades específicas a lo largo del ciclo de cultivo.²

Estudios de ingresos dignos de referencia son los realizados en regiones o zonas específicas para estimar los ingresos netos anuales necesarios para que un hogar pueda permitirse un nivel de vida decente para todos sus miembros. PMI se ha asociado con Social Accountability International, que junto con Anker Research Network realizará estos estudios en los mercados de abastecimiento de PMI.

Valores de referencia de los ingresos dignos de Anker³ son los que representan un ingreso digno para las familias típicas de las zonas rurales (o urbanas) de los países de renta baja y media. Los valores de referencia proporcionan una estimación creíble del salario o los ingresos dignos a nivel de país, para las zonas rurales y urbanas. Ofrecen una referencia más detallada que los indicadores disponibles actualmente para muchos países, que se limitan en su mayoría a los umbrales de pobreza y a los salarios mínimos.

Los estudios sobre los ingresos de los agricultores se llevan a cabo a través de proveedores de servicios de terceros, para evaluar todas las fuentes de ingresos de los agricultores contratados dentro de la cadena de suministro de tabaco de PMI, incluidos el tabaco, los cultivos complementarios y los ingresos no agrícolas.

1 Schep LJ, Slaughter RJ, Beasley DM (septiembre-octubre 2009). "Nicotinic plant poisoning." *Clinical Toxicology*

2 Adaptación del FAO/WHO (2014) International Code of Conduct on Pesticide Management

3 Los valores de referencia se basan en los datos y conocimientos obtenidos en 40 estudios completos de referencia de la metodología Anker. Como se basan en un análisis estadístico, tienen un margen de error para las zonas rurales (o urbanas) típicas de un país, que suele ser de alrededor del +/- 10% con un intervalo de confianza del 95%. Fuentes: Living Income Reference Values | livingincome (living-income.com) and Anker Living Wage and Living Income Reference Values | Global Living Wage Coalition



Previsiones y advertencias

Este informe y la correspondiente explicación contienen proyecciones de resultados futuros y otras previsiones prospectivas. La consecución de resultados futuros está sujeta a riesgos, incertidumbres y suposiciones inexactas. En caso de que los riesgos o incertidumbres se materialicen, o de que las hipótesis subyacentes resulten inexactas, los resultados reales podrían diferir sustancialmente de los contenidos en dichas previsiones prospectivas. De conformidad con las disposiciones de "puerto seguro" de la Ley de Reforma de Litigios sobre Valores Privados de 1995, PMI está identificando factores importantes que, individualmente o en conjunto, podrían hacer que los resultados reales y los valores difieran materialmente de los contenidos en cualquier previsión prospectiva hecha por PMI.

Los riesgos empresariales de PMI incluyen los siguientes: los aumentos de los impuestos especiales y las estructuras fiscales discriminatorias; el aumento de las restricciones de comercialización y reglamentarias que podrían reducir nuestra competitividad, eliminar nuestra capacidad de comunicación con los consumidores adultos o prohibir algunos de nuestros productos; los problemas de salud relacionados con el consumo de tabaco y otros productos que contienen nicotina y la exposición al humo de tabaco en el medio ambiente; los litigios relacionados con el consumo de tabaco y la propiedad intelectual; la fuerte competencia; los efectos de la evolución económica, reglamentaria y política mundial y de cada país, los desastres naturales y los conflictos; los cambios en el comportamiento de los fumadores adultos; la pérdida de ingresos como resultado de la falsificación, el contrabando y las compras transfronterizas; las investigaciones gubernamentales; los tipos de cambio desfavorables y las devaluaciones de la moneda, y las limitaciones en la capacidad de repatriar fondos; los cambios adversos en las leyes aplicables al impuesto de sociedades; los cambios adversos en el coste, la disponibilidad y la calidad del tabaco y otros productos agrícolas y materias primas, así como los componentes y materiales para nuestros dispositivos electrónicos; y la integridad de sus sistemas de información y la eficacia de sus políticas de privacidad de datos. La rentabilidad futura de PMI también puede verse afectada negativamente si no tiene éxito en sus intentos de producir y comercializar productos de riesgo

reducido o si la regulación o la fiscalidad no diferencian entre dichos productos y los cigarrillos; si no es capaz de introducir con éxito nuevos productos, promover el valor de la marca, entrar en nuevos mercados o mejorar sus márgenes mediante el aumento de los precios y las ganancias de productividad; si no es capaz de ampliar su catálogo de marcas internamente o mediante adquisiciones y el desarrollo de relaciones comerciales estratégicas; o si no es capaz de atraer y retener a los mejores talentos globales. Los resultados futuros también están sujetos a la menor previsibilidad de los resultados de nuestra categoría de productos de riesgo reducido.

La pandemia de COVID-19 ha creado una importante perturbación social y económica, y ha provocado el cierre de tiendas, fábricas y oficinas, así como restricciones en la fabricación, la distribución y los viajes, todo lo cual repercutirá negativamente en nuestro negocio, en los resultados de las operaciones, en los flujos de caja y en la situación financiera durante la continuación de la pandemia. Nuestros planes de continuidad del negocio y otras salvaguardias pueden no ser eficaces para mitigar el impacto de la pandemia. En la actualidad, los riesgos significativos incluyen nuestra menor capacidad para convertir a los fumadores adultos a nuestros PRR, descensos significativos del volumen en nuestro negocio de tiendas libres de impuestos y algunos otros mercados clave, interrupciones o retrasos en nuestra cadena de fabricación y suministro, aumento de la volatilidad de las divisas y retrasos en ciertas iniciativas de ahorro de costes, transformación y reestructuración. Nuestro negocio también podría verse afectado negativamente si el personal clave o un número significativo de empleados o socios comerciales no están disponibles debido al estallido de la COVID-19. El impacto adverso significativo de la COVID-19 en las condiciones económicas o políticas de los mercados en los que operamos podría dar lugar a cambios en las preferencias de nuestros consumidores adultos y a una menor demanda de nuestros productos, especialmente de nuestras marcas de precio medio o de calidad superior. La continuación de la pandemia podría interrumpir nuestro acceso a los mercados de crédito o aumentar nuestros costes de préstamo. Los gobiernos podrían ser temporalmente incapaces de centrarse en el desarrollo de marcos normativos con base científica para el desarrollo y la

comercialización de los PRR o en el cumplimiento o la aplicación de reglamentos que son importantes para nuestro negocio. Además, los mensajes sobre las posibles repercusiones negativas del uso de nuestros productos en los riesgos de la COVID-19 pueden dar lugar a medidas reglamentarias cada vez más restrictivas sobre la venta y el uso de nuestros productos, lo que repercute negativamente en la demanda de nuestros productos, en la disposición de los consumidores adultos a cambiar a nuestros PRR y en nuestros esfuerzos por defender el desarrollo de marcos reglamentarios con base científica para el desarrollo y la comercialización de los PRR.

El impacto de estos riesgos también depende de factores que escapan a nuestro conocimiento o control, como la duración y la gravedad de la pandemia, su recurrencia en nuestros mercados clave, las medidas adoptadas para contener su propagación y mitigar sus efectos en la salud pública, y sus consecuencias económicas finales.

PMI también está sujeta a otros riesgos que se detallan de vez en cuando en sus documentos presentados públicamente, incluido el formulario 10-Q para el trimestre finalizado el 31 de marzo de 2021. PMI advierte que la lista anterior de factores importantes no es una exposición completa de todos los riesgos e incertidumbres potenciales. PMI no se compromete a actualizar ninguna previsión prospectiva que pueda hacer de vez en cuando, excepto en el curso normal de sus obligaciones de divulgación pública.

Informe de auditoría independiente sobre los informes de los indicadores de transformación del negocio de 2020

Consejo de Administración (Board of Directors) de Philip Morris International Inc.

Hemos sido designados para llevar a cabo procedimientos de auditoría para proporcionar una garantía limitada sobre los informes de indicadores de transformación del negocio de Philip Morris International Inc. y sus afiliadas ("PMI").

Ámbito y materia

Nuestro compromiso de garantía limitada se centró en los indicadores de transformación del negocio de PMI seleccionados para el ejercicio fiscal finalizado el 31 de diciembre de 2020 e incluidos en el Informe integrado de 2020 que incluyó lo siguiente:

- a. Los siguientes indicadores de transformación de negocio se publican en las páginas 15 y 130 respectivamente.
 - Gasto en I+D (en millones de USD).
 - Gasto en I+D (sin humo/total).
 - Número de fábricas que producen productos sin humo sobre el total de fábricas.
 - Número de mercados en los que IQOS está disponible para la venta.
 - Proporción de mercados en los que se vende IQOS que están fuera de la OCDE.
 - Gastos comerciales (marketing) (sin humo/total).
 - Volumen de envíos de productos sin humo (miles de millones de unidades).
 - Volumen de envíos de productos de combustión (miles de millones de unidades).
 - Proporción de envíos de productos sin humo (sin humo/total).
 - Total de usuarios de IQOS (en millones).
 - Estimación de usuarios que se han pasado a IQOS y han dejado de fumar (en millones).
 - Estimación de usuarios que no son de países de la OCDE que se han pasado a IQOS y han dejado de fumar (en millones).
 - Ingresos netos (sin humo/total).
 - Número de mercados en los que los ingresos netos de los productos sin humo superan el 10% de los ingresos netos totales.
 - Número de mercados en los que los ingresos netos de los productos sin humo superan el 50% de los ingresos netos totales.

- b. La aplicación de las directrices de información para la preparación de los indicadores de transformación del negocio publicados en las páginas 15, 130 y 143 (glosario); y
- c. Los procesos de gestión y presentación de informes con respecto a los indicadores de transformación del negocio seleccionados, así como el entorno de control en relación con la agregación de los datos.

Criterios

Los criterios de información utilizados por PMI se describen y divulgan en las páginas 15, 130 y 143 (glosario) y en las directrices internas de información. En ellas se definen los procedimientos por los que se recopilan, cotejan y agregan internamente los datos de los indicadores de transformación del negocio.

Limitaciones inherentes

La exactitud e integridad de los indicadores de transformación del negocio están sujetas a limitaciones inherentes, dada su naturaleza y los métodos para determinar, calcular y estimar dichos datos. Por lo tanto, nuestro informe de garantía debe leerse en relación con las directrices, definiciones y procedimientos internos de PMI sobre la presentación de informes de los indicadores de transformación del negocio.

La responsabilidad de la dirección de PMI

La dirección de PMI es responsable tanto de la materia como de los criterios, así como de la selección, preparación y presentación de la información de acuerdo con los criterios. Esta responsabilidad incluye el diseño, la implementación y el mantenimiento del control interno correspondiente a este proceso de información que esté libre de errores materiales, ya sea por fraude o por error.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión de seguridad limitada sobre los indicadores de transformación del negocio basada en los procedimientos que hemos realizado y en las pruebas que hemos obtenido. Hemos llevado a cabo nuestro encargo de garantía limitada de acuerdo con la Norma Internacional sobre Encargos de Garantía 3000 (revisada), "Encargos de garantía distintos de las auditorías o revisiones de información financiera histórica", emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Garantías. Estas normas exigen que planifiquemos y realicemos este encargo para obtener una garantía limitada sobre si los indicadores de transformación del negocio identificados están libres de errores materiales.

Un encargo de garantía limitada realizado de conformidad con la norma ISAE 3000 (revisada) implica evaluar la idoneidad en las circunstancias del uso por parte de PMI de los criterios aplicables como base para la elaboración de los indicadores de transformación de negocio, evaluar los riesgos de que se produzcan incorrecciones materiales en los indicadores de transformación del negocio, ya sea por fraude o por error, responder a los riesgos evaluados según sea necesario en las circunstancias, y evaluar la presentación general de los indicadores de transformación del negocio. Un encargo de garantía limitada tiene un alcance sustancialmente menor que un encargo de garantía razonable en relación con los procedimientos de evaluación de riesgos, incluida la comprensión del control interno, y los procedimientos realizados en respuesta a los riesgos evaluados. Los procedimientos seleccionados dependen del criterio del profesional de la garantía.

Informe de auditoría independiente sobre los informes de los indicadores de transformación del negocio de 2020 (continuación)

Nuestra independencia y controles de calidad

Somos independientes de PMI de acuerdo con el Código Internacional de Ética para Gestores Financieros Profesionales (incluyendo las Normas Internacionales de Independencia) emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Gestores Financieros (Código IESBA) que son relevantes para nuestra auditoría de los estados financieros y otros compromisos de garantía en Suiza. Hemos cumplido con las demás responsabilidades éticas de acuerdo con el Código IESBA.

Nuestra empresa aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 y, en consecuencia, mantiene un sistema integral de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados sobre el cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

Resumen del trabajo realizado

Nuestros procedimientos de garantía limitada incluyeron, entre otros, los siguientes trabajos.

- Revisar la aplicación de las directrices de información interna.
- Entrevistar a los representantes de PMI responsables de la presentación de informes internos y de la recopilación de datos.
- Comprobar una muestra de datos de las operaciones de PMI en relación con la integridad, la exactitud, la coherencia y la clasificación.
- Inspeccionar una muestra de la documentación pertinente, incluidas las políticas de PMI, las estructuras y la documentación de los informes de gestión.
- Revisar y evaluar los procesos de elaboración de informes de gestión para los datos y la consolidación de los indicadores de transformación del negocio y sus controles correspondientes.

No hemos llevado a cabo ningún trabajo sobre los datos que no se haya descrito en la sección de ámbito y materia definida anteriormente. Creemos que las pruebas que hemos obtenido son suficientes y apropiadas para proporcionar una base para nuestras conclusiones de garantía.

Conclusión de garantía limitada

De acuerdo con los procedimientos que hemos llevado a cabo, no hemos detectado nada que nos haga creer que

- Los indicadores de transformación del negocio seleccionados, tal y como se describen en el párrafo sobre el alcance y materia, y divulgados en la página 15, no han sido preparados ni divulgados en todos sus aspectos materiales de acuerdo con las directrices y procedimientos internos de PMI, tal y como se publican en las páginas 15, 130 y 143.
- Los procesos de gestión y presentación de informes para recopilar y agregar los indicadores de transformación del negocio, así como el entorno de control en relación con la agregación de datos, no están funcionando según lo previsto.

PricewaterhouseCoopers SA

Chad Mueller **Raphael Rutishauser**

Lausana, 6 de mayo de 2021



Notas

En este informe, “PMI”, “nosotros” y “nuestro(s)/a(s)” se refiere a Philip Morris International Inc. y sus afiliadas.

En este informe y en las comunicaciones relacionadas, el término “materialidad”, “material” y términos similares, cuando se utilizan en el contexto de temas económicos, ambientales y sociales, se definen en las normas de sostenibilidad de referencia, y no pretenden corresponder al concepto de materialidad según las leyes de valores de Estados Unidos y/o las divulgaciones requeridas por la Comisión de Valores de Estados Unidos.

Este informe contiene referencias y enlaces a sitios web gestionados por terceros. Estas referencias se proporcionan para su comodidad y como una vía adicional de acceso a la información contenida en esas fuentes; no deben considerarse como una aprobación por nuestra parte del contenido de estas referencias y sitios enlazados o de las opiniones de sus autores.

En nuestro sitio web hay un glosario de términos.

A menos que se indique lo contrario, todas las referencias a IQOS se refieren a nuestros dispositivos y consumibles de calentamiento sin combustión IQOS.

Marcas comerciales: Las marcas comerciales y de servicio que aparecen en este informe son propiedad registrada de las afiliadas de Philip Morris International Inc. o tienen licencia, y aparecen en cursiva o con su logotipo.

Sede central:

Philip Morris International Inc.
120 Park Avenue
New York, NY 10017-5579
USA

www.pmi.com

Centro de operaciones

Philip Morris Products S.A.
Avenue de Rhodanie 50
1007 Lausanne
Schweiz

www.pmi.com

Diseño y producción

Friend Studio
www.friendstudio.com

Filmación y fotografía

A lo largo de un año sin precedentes y sin igual, la COVID-19 presentó su propio tipo de retos para nuestros informes. Sin dejar de ser conscientes de las repercusiones económicas, sanitarias y emocionales de esta pandemia, queríamos seguir conectados con nuestros equipos sobre el terreno y con las comunidades locales en las que operamos de una forma auténtica y empoderadora. Por esta razón, la mayor parte de las fotografías contenidas en este informe -así como los medios visuales adicionales en las comunicaciones relacionadas- fueron tomadas a principios de 2021 por fotógrafos y equipos de producción locales. Estos equipos locales, procedentes de 14 países diferentes, visitaron más de 30 lugares, desde granjas, campos y fábricas, hasta invernaderos, instalaciones de I+D, centros de distribución, tiendas IQOS y estancos. Filmaron y fotografiaron la vida en PMI para poner de relieve cómo es la sostenibilidad desde diferentes puntos de vista y perspectivas. Los equipos siguieron las directrices de seguridad de PMI durante todo el proceso.

George Brooks
www.georgebrooks.net

Países Bajos	Martine Kamara
Eslovaquia	Welín Nagyová
Grecia	Orestis Seferoglou
Turquía	Bradley Secker
Suecia	Binniam Halid
Japón	Nobu Arakawa
Suiza	Tino Konino y Reto Cortesi
Rusia	Valeriy Belobeev
México	Mónica Godefroy
Argentina	Lucía Dellacha y Andrea Fischer
Indonesia	Ari Riyanto, Agung Lawerissa y Ronny Santoso
México	Diego Sierra
Italia	Matteo Buonomo
Pakistán	Agha Fawad