

# GUÍA PARA EL ÉXITO

CÓDIGO DE CONDUCTA DE PMI



# CARTA DE NUESTRO CEO

Estimados colegas:

En PMI estamos unidos por nuestro objetivo común de lograr una transformación empresarial que cambie el rumbo de la industria. Este es un momento emocionante para PMI, y me enorgullece tener el honor de llevar a nuestra empresa más cerca de lograr nuestra visión de un futuro libre de humo.

Como saben, los esfuerzos ambiciosos como estos no están exentos de desafíos: la transformación requiere asumir riesgos, enfrentar la incertidumbre y, en ocasiones, aceptar el fracaso. Afortunadamente, en PMI, también estamos, y lo que es más importante, unidos por nuestro compromiso con el cumplimiento, la ética y la integridad, que se documenta de manera formal aquí en la Guía para el Éxito de PMI, nuestro Código de Conducta.

A lo largo de los esfuerzos de transformación de PMI y más allá, es fundamental que, cuando enfrentemos desafíos, sigamos confiando en nuestros valores éticos fundamentales de honestidad, respeto y equidad. El costo de comprometer nuestros valores éticos fundamentales es elevado: corremos el riesgo de perder la confianza que nos hemos ganado entre nosotros, nuestros consumidores, nuestros accionistas y nuestras comunidades. Por lo tanto, esperamos resultados excepcionales obtenidos únicamente en pleno cumplimiento de la letra y espíritu de las leyes y reglamentos aplicables, nuestras políticas internas y nuestros valores.

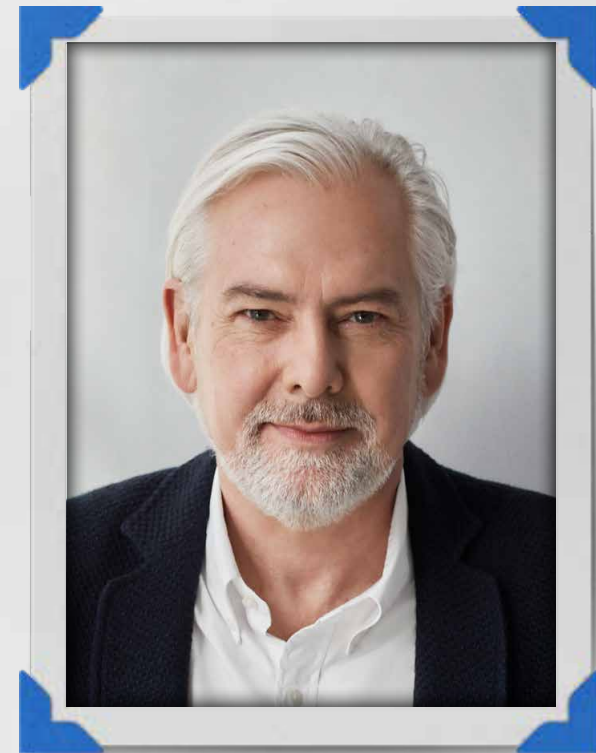
Este Código presenta nuestros principios y describe las reglas y directrices que todos debemos seguir en PMI. Si tienen alguna pregunta o inquietud acerca de nuestro Código, comuníquense con su supervisor, su business partner de P&C o su representante de Ética y Compliance.

Gracias por su compromiso continuo con el cumplimiento, la ética y la integridad en PMI.

Atentamente,



*Jacek Olczak*



# ÍNDICE

Carta de nuestro CEO

**02 Ideas principales**

---

## Nuestras prácticas

- 06 Hacerse escuchar
  - 08 Integridad en el lugar de trabajo
  - 10 Marketing y ventas
  - 12 Competencia
  - 14 Antisoborno y corrupción
  - 16 Protección de la Información
  - 20 Declaraciones y registros de la compañía
  - 22 Integridad científica
  - 24 Aspectos fiscales y comerciales
  - 26 Conflictos de Interés, regalos y entretenimiento
  - 28 Responsabilidad de la cadena de suministro
- 

**30 Responsabilidades del supervisor**

**32 Aplicabilidad y dispensas**



# IDEAS PRINCIPALES

---



# IDEAS PRINCIPALES

## Qué hacemos

**Reflexionamos antes de actuar.** Nuestras decisiones tienen que pasar la prueba del tiempo. Antes de llevar a cabo una acción, nos preguntamos si lo que estamos planeando es acorde con la "manera PMI" de hacer las cosas, es decir, si es consistente con:

**el Buen Juicio Ético;**

**esta Guía; y**

**la Ley.**

No comprometemos nunca estos aspectos fundamentales. Las leyes pueden no tener sentido, podemos desafiarlas, pero aun así las seguimos. Puede que los competidores sigan normas menos exigentes, pero nosotros respetamos las nuestras. Es igual de importante comprender que las reglas no son suficientes, ya que no reemplazan la necesidad de un buen juicio ético.

# IDEAS PRINCIPALES

## Cómo lo hacemos

**El buen juicio ético requiere honestidad, respeto y justicia.** Estos valores éticos compartidos son parte de la “manera PMI” de hacer negocios. Estos nos unen y nos guían como empleados de PMI y son el corazón de esta Guía.

**Honestidad.** Se reduce a la credibilidad: tanto yo como la gente fuera y dentro de la compañía, ¿puede y debería creernos? ¿Predicamos con el ejemplo? Para exponer lo obvio, nadie quiere trabajar con alguien ni escuchar un consejo o comprar productos de alguien que tergiversa los hechos, o que busca engañar a la gente de alguna manera. Entendemos que la confianza significa actuar sin nada que ocultar.

**Respeto.** Todas las personas merecen respeto y las ideas también. El respeto se trata de dignidad, aceptación, empatía y compasión. El desacuerdo, el desafío o incluso el conflicto son claves para el progreso cuando son acompañados por el respeto, pero, cuando no es así, son destructivos.

**Justicia.** Lo que parece justo para una persona puede no serlo para otras. Ser justo requiere pensar en todos los implicados en una decisión o afectados por ella. Ser justo requiere considerar todas las circunstancias a las que se enfrenta la gente. En algunas situaciones, ser justo requiere pensar mucho y hacer un gran esfuerzo. Y habrá incertidumbre. La aplicación desigual de las reglas es injusta, como también lo es excluir a la gente o a sus ideas debido a su género, origen étnico, religión, preferencia sexual u otros factores.

**El buen juicio ético también requiere cambiar su perspectiva.** Lo que otros piensan es importante. Nuestros consumidores, compañeros y la sociedad en general tienen interés en lo que hacemos. Cada uno de ellos necesita confiar en lo que decimos y hacemos. Antes de actuar, debemos preguntarnos si nuestras acciones entran en conflicto con sus valores. Aceptamos que no todos estarán de acuerdo con todo lo que hagamos, pero siempre debemos tener la confianza de que nuestras acciones son honestas, respetuosas y justas.

# IDEAS PRINCIPALES

## Qué debemos recordar

**La vida real puede hacer que nos perdamos lo obvio.** La presión, el cansancio y la rutina pueden cegarnos a la hora de tomar decisiones. Todos nos distraemos y tenemos momentos en los que vemos las cosas color de rosa. Antes de actuar, reflexione y considere si está haciendo las cosas a la “manera PMI”, siguiendo esta Guía, la ley y demostrando un buen juicio ético. Siempre hay tiempo para pensar antes de pasar definitivamente a la acción.

**Las reglas no reemplazan el buen juicio ético.** Las reglas pueden ir contra el propósito para el que fueron pensadas. El buen juicio nos protege contra esos errores. Si una regla de la compañía o una ley no tiene sentido, infórmelo para que podamos buscar un cambio. Entienda que, hasta que el cambio suceda, debemos cumplirla, incluso si no estamos de acuerdo, porque nuestro respeto por el estado de derecho es sincero.

**Nadie tiene todas las respuestas.** Eso está bien, siempre que procuremos encontrar las mejores respuestas. Estamos juntos en esto. Hable de las decisiones difíciles con los demás. El buen juicio es una habilidad que mejora al involucrar a otros y considerar otros puntos de vista. Recuerde, esto no es sólo respecto a nosotros como individuos; cuando descubrimos algo, esto puede ayudar a todos los demás a aprender.

**Los errores son algo de lo que hablamos, aprendemos y que aceptamos.** Todos cometemos errores. Incluso son útiles si la gente correcta sabe lo que sucedió y se realizan ajustes basados en la experiencia. Pero entienda que hay una diferencia entre un error y hacer caso omiso a cómo hacemos negocios, ignorando la ley, esta Guía o nuestros valores éticos compartidos. Ignorar la forma en la que hacemos negocios nos pone en riesgo a todos y no tiene cabida aquí.

# HACERSE ESCUCHAR

---





# HACERSE ESCUCHAR

## Qué hacemos

**Cuando algo puede ser mejorado o está mal, hacemos algo.**

Si ve que algo no funciona correctamente, debe reportarlo. Cuando usted lo reporte, la compañía lo escuchará y actuará. Del mismo modo, es igual de importante hacerse escuchar para mejorar cosas. Si usted reporta de buena fe, PMI lo apoyará plenamente.

## Cómo lo hacemos

**Comparta sus ideas y su experiencia sobre cómo mejorar las cosas.** Si un requisito o un proceso le dificulta poder trabajar con más efectividad o es demasiado complicado para el propósito al que servirá, entonces dígalo. Las normas y los procesos deben tener sentido y ayudarlo a realizar su trabajo. También debe decir algo si observa que no se han tomado medidas para proteger a la compañía frente a un posible riesgo de negocio, legal o de infringir alguna normativa.

**Pregunte si algo no le queda claro.** PMI nos ofrece a todos nosotros, en todos los niveles de la organización, acceso a colegas que pueden contestar preguntas, resolver problemas y ofrecer consejos. Si no está seguro de lo que debe hacer, pregunte y obtendrá ayuda.

**Detenga aquello que no funciona bien.** A veces se cometen errores. Y cuando esto ocurre, es parte de su trabajo ayudar a corregirlos. Si algo no parece correcto o parece que se está comprometiendo esta Guía, un Principio y Práctica o una ley, tiene la obligación de informar sobre ello. Ignorar un posible problema de ética y cumplimiento podría hacer que un problema relativamente pequeño derivase en un gran problema, pudiendo dañar a sus compañeros y a la compañía.

## Qué debemos recordar

**Investigamos reportes de posibles incumplimientos.** El Departamento de Ética y Compliance tiene empleados capacitados en distintas funciones para investigar sus preocupaciones. Las normas de investigación de PMI rigen todas las investigaciones de Ética y Compliance, y realizamos un programa de control de calidad posterior a la investigación para garantizar que el proceso haya sido justo, imparcial y respetuoso.

**Si no está seguro, pregunte.** Si le preocupa qué ocurrirá cuando informe de algo, converse con la dirección local o con el Departamento de Ética y Compliance. Ellos podrán ayudarlo con sus preocupaciones y contestar las preguntas que pueda tener sobre el proceso.

## Cómo hacerse escuchar

**Existen muchas formas de hacerse escuchar. Hable con:**

- Su supervisor o jefe de departamento
- Recursos Humanos
- El Departamento Legal
- El Departamento de Ética y Compliance:
  - + PMI.EthicsandCompliance@pmi.com
  - + el director regional de Ética y Compliance
  - + el responsable de Ética y Compliance de su cluster

**También tiene a su disposición una línea de ayuda de Compliance operada por una compañía externa las 24 horas del día, los siete días de la semana, en todos los idiomas que se hablan en PMI.**

Póngase en contacto con la línea de ayuda en línea o por teléfono. Los números locales están enumerados en su intranet. Se aceptan llamadas a cobro revertido.

Puede utilizar la línea de ayuda de forma anónima a menos que esté llamando desde uno de los pocos países en los que las leyes locales prohíben este tipo de prácticas. Si no está seguro de las restricciones de anonimato en su país, pregúntelo en la línea de ayuda o consúltelo con el Departamento Legal.

# INTEGRIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO



# INTEGRIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO

## Qué hacemos

**Mantenemos un entorno de trabajo inclusivo, respetuoso y seguro.**

Todos debemos tener las mismas oportunidades de contribuir y tener éxito en base a los méritos de nuestro trabajo. Todos nos beneficiamos cuando ocurre esto. La discriminación, el acoso y las condiciones de trabajo inseguras son injustos; son lo contrario a nuestra forma de hacer negocios.

## Cómo lo hacemos

**Tomamos todas las decisiones relacionadas con el empleo basándonos en el mérito.** No limitamos las oportunidades de las personas para contribuir o progresar basándonos en la edad, el hecho de tener hijos a cargo, discapacidad, etnia, género, identidad de género, orientación sexual, religión, embarazo u otras características personales protegidas.

**No hay lugar para el acoso aquí.** Tratamos a los demás con respeto. No toleramos conductas ofensivas, despectivas o abusivas. El acoso verbal, el acoso psicológico, las insinuaciones sexuales no deseadas, la intimidación y el comportamiento ofensivo son ejemplos de conductas inapropiadas. La violencia y las amenazas de violencia son, por supuesto, también inaceptables.

**Hacemos de la seguridad una prioridad.** Protéjase a sí mismo y a los que están a su alrededor contra lesiones siguiendo las normas de seguridad y salud de la compañía y el gobierno. Comunique a sus superiores las lesiones o los incidentes que haya sufrido. Es inseguro y no se permite trabajar mientras se esté limitado o intoxicado por sustancias legales o ilegales, incluyendo el alcohol o medicamentos recetados o drogas. No lleve armas consigo al trabajo ni las transporte mientras realice tareas para la compañía a menos que haya recibido autorización específica para hacerlo bajo las prácticas de la compañía.

## Qué debemos recordar

**Debemos detenernos y escuchar.** Nuestro comportamiento puede ser irrespetuoso y excluyente, aunque no pretendamos que sea así. La gente a veces ofende a otros sin darse cuenta y deja a la compañía expuesta por el mero hecho de no tomarse el tiempo para escuchar o entender cómo se pueden sentir o pueden reaccionar los demás. Por ejemplo, si se encuentra a sí mismo pensando y actuando como si fuera el más listo de la sala y como si el resto no tuviera buenas ideas, podría estar demostrando una falta de respeto y de comprensión hacia las personas que están a su alrededor. Podría ofender a los demás, además de perderse ideas interesantes.

**A veces, la gente no dice nada por miedo o respeto, pero aun así se siente ofendida.** Aprenda a distinguir entre alguien que es tolerante, pero está sufriendo, y alguien que sinceramente acepta una determinada actitud. Sea justo con los demás siendo consciente de lo que sus reacciones pueden transmitir a los demás. Si a usted no le gusta algo o cree que alguien lo ha malinterpretado, dígalos, no espere que los otros adivinen cómo se siente o lo que piensa.

**La gente debe sentirse libre de expresarse en el trabajo.** Nuestro negocio se beneficia de una amplia variedad de enfoques y opiniones. Fomentamos un entorno inclusivo y diverso en el que todos los empleados se sientan cómodos. Todos tenemos distintas necesidades y distintos estilos y debemos adaptarnos a dichas diferencias.

**Nuestras normas también se aplican fuera de las oficinas.** Las localizaciones de trabajo remotas, las reuniones fuera de la oficina, los viajes de negocios y los eventos sociales son situaciones relacionadas con el trabajo. Por ejemplo, las normas contra el acoso se aplican también a las conductas que se pueden mostrar en un evento de retirados fuera de las oficinas. En todas las situaciones, usted debe tener en cuenta cómo su comportamiento podría afectar a sus colegas, así como a la reputación de la compañía.

**Representación de los empleados.** Respetamos el derecho de los empleados de unirse o no a sindicatos u organizaciones de trabajadores de su elección.

# MARKETING Y VENTAS



# MARKETING Y VENTAS

## Qué hacemos

**Comercializamos y vendemos nuestros productos de manera responsable y solamente a fumadores adultos.**

Nuestras marcas están entre las más valoradas del mundo. Centramos nuestra creatividad e innovación en el desarrollo y el mantenimiento del valor de la marca. Al mismo tiempo, sabemos que los productos de tabaco suponen un riesgo para la salud de los consumidores.

Por consiguiente, solamente realizamos actividades de marketing y ventas responsables.

## Cómo lo hacemos

**Comercializamos y vendemos a adultos que fuman o usan productos libres de humo.** Los adultos son capaces de tomar una decisión informada sobre si quieren fumar o usar productos libres de humo. Nuestros productos y actividades de marketing y ventas están destinados a adultos que fuman o se han convertido al uso de productos libres de humo. Tenemos una responsabilidad, como compañía líder de la industria del tabaco, de contribuir a la prevención del uso de nuestros productos en el caso de menores.

**Informamos a los consumidores de los efectos que nuestros productos tienen sobre la salud.** Toda la publicidad y los empaquetados para los consumidores deben llevar advertencias sanitarias, incluso si la legislación no lo requiere.

**El marketing debe ser honesto y exacto.**

La información sobre nuestros productos en nuestro material de marketing y ventas debe basarse en hechos. La información de los productos relacionada con la salud debe estar respaldada por evidencia científica, la cual ponemos a disposición públicamente.

**Nosotros respetamos la ley.** A menudo, las normativas sobre marketing y ventas son complejas y se necesita asesoramiento para interpretarlas. Usted debe informar si toma conocimiento de actividades que puedan infringir la ley o las políticas de la compañía.

## Qué debemos recordar

**Todo el marketing debe pasar por un proceso de revisión.** Dado que debemos cumplir con estándares muy elevados, nuestro proceso combina la confianza y el respeto por el criterio y la creatividad individuales con una revisión adecuada. Al revisar una propuesta de marketing, implicamos a personas con distintos roles que tienen experiencias diversas.

**Los productos convencionales y aquellos libres de humo son productos fundamentalmente diferentes.**

Nuestros principios básicos indicados en "cómo lo hacemos" se aplican a todos los productos, pero estos principios se llevan a cabo usando reglas y procesos específicos para productos convencionales y libres de humo. Por ejemplo, PMI 4-C se aplica a los productos convencionales, mientras que nuestras Buenas Prácticas de Conversión se aplican a nuestros productos electrónicos no combustibles ("heat-not-burn")

**También somos evaluados por las actividades desarrolladas por terceros.**

Las actividades de marketing y ventas a menudo involucran a terceros, como agencias, promotores y coaches. Sus acciones representan a nuestra compañía al igual que las nuestras. Si usted trabaja con terceros en actividades de marketing y ventas, infórmeles de nuestros principios y esté atento por si ocurre algo que pueda comprometer nuestros valores o hacer que no se sigan las normas.

# COMPETENCIA

---



# COMPETENCIA

## Qué hacemos

**Creemos en un mercado justo y competitivo.**

Competimos enérgicamente basándonos en la calidad de nuestros productos, el conocimiento de los consumidores, la innovación, los precios, y otros medios que las leyes de la competencia alientan. Sabemos que un mercado competitivo es bueno para el negocio, así como para los consumidores.

## Cómo lo hacemos

**Actuamos de manera independiente a nuestros competidores.** Ni siquiera pensamos en discutir ni acordar nada relacionado con precios o cualquier otro tema sensible en términos de competencia con nuestros competidores. Si su trabajo requiere interactuar con un competidor, pida asesoramiento al Departamento Legal sobre cómo hacerlo correctamente. Evite conversaciones en las que se traten precios, lanzamientos de marcas, programas de comercialización u otros temas sensibles relacionados con la competencia.

**No trabajamos con socios comerciales para excluir a los rivales ni dañar a la competencia.** Los acuerdos con clientes y proveedores pueden ser un problema si en ellos se excluyen a los rivales o se dificulta a los rivales que compitan, o si dañan la competencia entre distribuidores, minoristas o proveedores. Donde tenemos una participación de mercado significativa, necesitamos ser especialmente cuidadosos a la hora de interactuar con nuestros clientes y la cadena de suministro.

## Qué debemos recordar

**Para hacerlo bien, hay que pedir ayuda.** Las normas relativas a competencia son complejas y pueden no ser intuitivas. El Departamento Legal y el equipo directivo de la afiliada conocen lo que es adecuado para su mercado y pueden ofrecerle asesoramiento. Antes de actuar, pregúntese si su decisión podría ser vista como en cooperación con los competidores o diseñada para excluir a los rivales o hacer más costoso que compitan. Si es así, debe consultarlo con la dirección y sus colegas en el Departamento Legal.

**Cualquier interacción con los competidores puede provocar problemas legales.** A menudo, lo mejor es evitar cualquier contacto innecesario con los competidores, especialmente si su trabajo o las circunstancias pueden llevar a pensar que se están discutiendo temas relacionados con precios, condiciones y programas comerciales u otros temas sobre la competencia. Si alguien empieza una conversación sobre alguno de estos temas, corte la conversación. Deje claro a los que lo rodean que no quiere participar en ningún tipo de acuerdo anticompetitivo. A continuación, póngase en contacto de inmediato con el Departamento Legal.

**La forma en que competimos es igual de importante que los resultados.** Algunas formas de aumentar el volumen y las ganancias son simplemente opuestas a cómo hacemos negocios. De modo similar, recopilar información sobre las actividades de nuestros competidores no es necesariamente lo correcto. El tipo de información y la forma en la que la recolectamos normalmente están sujetos a limitaciones legales. Trabaje con los abogados locales para aprender y seguir las normas locales aplicables.

# ANTISOBORNO Y CORRUPCIÓN

---





# ANTISOBORNO Y CORRUPCIÓN

## Qué hacemos

**No sobornamos a nadie, en ningún lugar, ni por ningún motivo.**

Los sobornos van en contra del Estado de derecho y debilitan el bienestar de la sociedad. Somos conscientes que no querer participar en actividades corruptas puede generar que hacer negocios en algunos mercados sea más difícil, pero los sobornos son simplemente inaceptables en PMI.

Somos consistentes y firmes en esta postura; y además, hemos demostrado una y otra vez que podemos alcanzar nuestros objetivos empresariales sin necesidad de utilizar este tipo de atajos inaceptables.

## MÁS INFORMACIÓN

**PMI 14-C:** Interacción con funcionarios o cargos públicos y socios de negocio. Actividad política

## Cómo lo hacemos

**Nunca ofrezca ni proporcione un soborno ni permita que otros lo hagan en nuestro nombre.** Tenemos que ser extremadamente cautelosos cuando ofrecemos algo de valor, incluido dinero, regalos, favores o entretenimiento, ya que pueda ser visto como un intento de ejercer influencia sobre las acciones o decisiones profesionales de una persona. Use el sentido común y, si tiene dudas, consulte al Departamento Legal para saber lo que puede y lo que no puede hacer.

**No realice pagos para facilitar procesos, aunque las leyes locales lo permitan o hacerlo sea “normal” en la sociedad.** Los pagos para facilitar procesos son pagos nominales o pequeños regalos que se hacen a funcionarios públicos para que aceleren un proceso o servicio de rutina. Si percibe una necesidad o siente presión para hacer un pago de este tipo, no lo haga. En su lugar, hable con el Departamento Legal para encontrar la mejor manera de manejar la situación.

**Documente todo valor entregado a funcionarios públicos.** Siempre debe llevar registros de los regalos y el entretenimiento que proporcione a funcionarios públicos. Esto cumplirá los requisitos legales de llevar libros y registros exactos, y se evitará cualquier mala interpretación.

## Qué debemos recordar

**Antes de ofrecer o dar algo de valor a un funcionario público, conozca los requisitos locales y de PMI.** Algunas conductas que pueden ser adecuadas en un mercado pueden ser ilegales o inaceptables en otro. Por ejemplo, ofrecer una comida a un funcionario público es ilegal en algunos países, mientras que puede ser habitual y legítimo en otros.

**¿Qué ocurre si un soborno o un pago para facilitar procesos parece que es la única opción?** Si usted cree que es necesario realizar un soborno o alguien lo está presionando para que lo soborne, debe informarlo. La compañía involucrará a las personas adecuadas para encontrar el camino correcto a seguir. A menudo, es posible solucionar problemas contactando a niveles superiores de gobierno o asociaciones empresariales. Renunciaremos a oportunidades empresariales o revisaremos los objetivos en situaciones en las que no se puede solucionar el problema inmediato.

**La definición de funcionario público puede sorprenderlo.** Debe tener especial cuidado al tratar con funcionarios públicos. Esto ocurre porque las leyes tienen requisitos muy específicos relacionados respecto a las interacciones con funcionarios públicos. Entre los funcionarios públicos se incluyen empleados del gobierno nacional y local y candidatos políticos. La definición también puede incluir a empleados de empresas que pertenecen al gobierno, como periodistas que trabajan en un periódico estatal o incluso el director de una empresa petrolera propiedad del estado.

**Los terceros deben seguir nuestras normas.** Cualquier tercero que interactúe con funcionarios públicos en nuestro nombre debe seguir las mismas normas que nosotros y abstenerse de pagar sobornos (ya sea directamente o a través de intermediarios).

# PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN



# PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

## Qué hacemos

**Protegemos la información por motivos competitivos, éticos y legales.**

La mayoría de las veces, compartir información es algo bueno, pero, a veces, es incorrecto. Piense en la información que usted utiliza y aprenda las obligaciones específicas que tenemos sobre su recopilación, procesamiento, almacenamiento y distribución.

## Cómo lo hacemos

**Proteja la ventaja competitiva que genera nuestro trabajo.** Si la información genera una ventaja competitiva, o si un competidor la querría, entonces probablemente sea información comercial sensible que necesita protegerse. Algunos ejemplos de información comercial sensible son las especificaciones de nuevos productos y tecnologías, estrategias de marketing y asuntos corporativos, datos de investigaciones, presupuestos, así como otros tipos de información financiera.

**Preserve nuestros derechos de propiedad industrial e intelectual.** Existen muchas formas en las que una buena idea puede perder su valor si no está protegida. Asegúrese de protegerla adecuadamente antes de compartir nuestra propiedad intelectual con alguien, incluyendo socios, fuera de PMI. Trabaje con el Departamento Legal para saber cómo los derechos de autor, las patentes, las marcas registradas, así como otras formas de derechos de propiedad industrial e intelectual protegen el valor de nuestras ideas y el producto de nuestro trabajo.

**Respete a la gente detrás de los datos que usted recopila y usa.** Las afiliadas de PMI pueden recopilar información sobre personas y usarla para fines empresariales habituales (p. ej., recursos humanos, marketing, etc.), pero solo si se respetan las reglas básicas para proteger la privacidad. Las reglas principales son:

- 1) **Especificar** que existen fines empresariales claros, legítimos y normales para el uso que no infrinjan indebidamente la privacidad de las personas detrás de los datos.
- 2) **Notificar** a esas personas la finalidad de los datos.
- 3) **Usar la información de forma justa**, no usar más información que la necesaria para alcanzar el propósito y eliminarla (o hacerla anónima) una vez que se haya alcanzado el objetivo.
- 4) **Poner en práctica** medidas de seguridad adecuadas para evitar el acceso no autorizado.
- 5) **Conservar su exactitud** y permitir que la gente detrás de dicha información pueda acceder a ella si lo requiere; y
- 6) **Garantizar** que cualquier tercero esté obligado a proteger la información de la misma manera que lo hacemos nosotros.

# PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

## Cómo lo hacemos (continuación)

### **No haga uso ilícito de información privilegiada ni la facilite.**

Usted puede disponer de información que no es pública, que un inversor puede considerar relevante para decidir una posible compraventa de valores. El buen criterio y las leyes impiden el uso de esta información para la compraventa de valores o facilitarla a otros (su cónyuge, colega, amigo, corredor, etc.) para que lo hagan. El grupo de la Secretaría corporativa del Departamento Legal está disponible para ayudarle a entender el uso ilícito de información privilegiada y los temas relacionados, y a responder a todas las preguntas que pueda tener.

**Respete la confidencialidad y los derechos de propiedad industrial e intelectual de otros.** No se apropie indebidamente de los secretos de otros ni de sus propiedades intelectuales o de cualquier otra naturaleza. Esto se aplica tanto a cosas importantes, como el proceso secreto de una empresa, como a cosas pequeñas, como una imagen con derechos de autor encontrada en Internet.

**Tenga cuidado con las ideas espontáneas.** Si alguien de fuera de la compañía le propone una idea espontánea, póngase en contacto de inmediato con el Departamento Legal antes de usarla o compartirla. Con esto se reduce el riesgo de que un tercero haga un reclamo por una idea que ya tenemos o que manifieste que le hemos robado una idea.



# PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

## Qué debemos recordar

**Ya sean confidenciales o no, los asuntos en los que trabajamos tienen que pasar la prueba del buen juicio ético, la ley y esta Guía.** Recuerde que, aunque resulte incómodo perder información confidencial, la información en sí misma no debería causar vergüenza. Protegemos la información por motivos comerciales, legales y éticos, pero no ocultamos nada que la gente tenga derecho a saber.

**La inconsciencia es una de las principales causas de la pérdida de información.** A veces se produce por algo tan simple como el robo de una computadora portátil o un dispositivo USB no encriptados, o por una conversación sobre un asunto confidencial en un tren. Otras veces, se debe a un fuerte deseo de colaborar con socios externos sin adoptar las medidas de seguridad adecuadas para proteger la información.

**Los métodos usados para robar información están cambiando constantemente.** Nuestra tecnología puede ayudar a proteger la información, pero usted es nuestra mejor defensa. Sea escéptico. Sepa con quién está tratando y recuerde que hacerse pasar por empleados de PMI es el truco favorito usado por los criminales que intentan robar lo que es nuestro.

### MÁS INFORMACIÓN

**PMI 1-C:** Gestión de la información de la compañía

**PMI 3-C:** Protección de datos personales

**PMI 6-C:** Derechos de propiedad industrial e intelectual

**PMI 17-C:** Uso ilícito de información privilegiada

**PMI 18-C:** Uso de la tecnología informática

**PMI 18-CG2:** Directrices sobre el uso de redes sociales

# DECLARACIONES Y REGISTROS DE LA COMPAÑÍA



# DECLARACIONES Y REGISTROS DE LA COMPAÑÍA

## Qué hacemos

**Nos comunicamos de manera honesta, justa y respetuosa.**

La confianza del público en PMI es importante para la sustentabilidad de la compañía en el largo plazo. Para mantener esta confianza, todas nuestras comunicaciones externas, ya sean formales o informales, deben ser veraces, adecuadas y no engañosas. Empleamos las mismas prácticas en las comunicaciones y los registros internos.

## MÁS INFORMACIÓN

**PMI 1-C:** Gestión de la información de la compañía

**PMI 18-CG2:** Directrices sobre el uso de redes sociales

**PMI 31-C:** Comunicaciones y declaraciones públicas

## Cómo lo hacemos

### **Nuestros registros financieros son precisos y comprensibles.**

Los inversores toman decisiones basándose en lo que decimos. Nuestros estados financieros, así como cualquier otra información financiera que compartimos con las autoridades reguladoras y el público deben dar una imagen clara y completa de nuestro negocio. Consulte con nuestra oficina de relaciones con los accionistas antes de ofrecer información del negocio o financiera que no sea pública a un miembro de la comunidad de inversores.

**Revelamos nuestro apoyo.** Somos transparentes en cuanto al rol que tenemos en el desarrollo de materiales que buscan influir en las decisiones sobre políticas que interesan a la compañía. Esto incluye los resultados de trabajos que hemos financiado para conocer las implicancias de salud de nuestros productos, así como cuando terceros, financiados por nosotros, presentan datos u opiniones en nuestro nombre, con el fin de informar las decisiones sobre políticas. Si el conocimiento de nuestra ayuda financiera o nuestra participación en un proyecto o en una relación con alguien fuera un factor determinante para que alguien tome una decisión sobre temas relevantes para la compañía, lo más probable es que tengamos que revelarlos.

**Mantenemos libros y registros precisos.** Tener libros y registros exactos no se limita a nuestros estados financieros. La comunicación de cualquier información del negocio por parte de los empleados y de la compañía debe ser exacta, completa y oportuna.

### **Conserve los registros que requieren la ley y la compañía.**

Todas las afiliadas tienen un calendario de retención en el que se indica qué documentos se deben conservar y durante cuánto tiempo. Estos calendarios garantizan que el negocio tenga la información que necesita para operar y que cumplamos con los requisitos regulatorios. Si recibe una notificación de retención legal de registros, debe seguir las indicaciones y conservar todos los documentos que se describen.

## Qué debemos recordar

**Todos definimos a PMI.** Solo algunos de nosotros estamos entrenados y autorizados para hacer declaraciones a los medios, a los accionistas, al gobierno o a los organismos científicos, pero todos interactuamos con el público. Recuerde que nosotros nos comunicamos de forma honesta y no hacemos afirmaciones de productos relacionadas con la salud sin evidencia científica, incluso a familiares o amigos.

**Los mismos principios se aplican a la forma en la que nos comunicamos internamente.** Sea honesto, preciso y completo en sus comunicaciones diarias. Tómese el tiempo necesario para que lo que usted diga sea entendido por los demás. No confunda hechos con opinión. Si tiene que enunciar una hipótesis sobre un tema, deje bien claro que eso es lo que está haciendo. A menos que sea su trabajo, no realice valoraciones legales ni ofrezca opiniones legales en lo que escriba.

**El uso privado que haga de las redes sociales no siempre es tan privado como supone.** No use sus redes sociales privadas para anunciar o promocionar nuestras marcas convencionales o libres de humo. Siga las directrices de la compañía sobre el uso de las redes sociales. Entienda que lo que usted dice a través de las redes sociales es una comunicación pública que puede malinterpretarse como una declaración de la compañía, en vez de su punto de vista individual, o puede revelar de forma involuntaria información confidencial de la compañía. No debemos confundir al público ni infringir las leyes de confidencialidad e inversión.

# INTEGRIDAD CIENTÍFICA





# INTEGRIDAD CIENTÍFICA

## Qué hacemos

**Hacemos ciencia en la que la gente puede confiar y valorar.**

La finalidad de nuestra investigación es entender mejor nuestros productos. Esto aplica a la totalidad de nuestro trabajo científico, realizado por y para nosotros. Esta sección se centra en nuestros productos libres de humo, pero todo nuestro trabajo científico debe ser riguroso, transparente y objetivo.

La credibilidad de nuestra ciencia es fundamental para que nuestros productos sean aceptados. Sabemos que no tendremos éxito si no cumplimos las buenas prácticas o ignoramos los valores de integridad científica.

## Cómo lo hacemos

**Desarrollamos productos libres de humo usando métodos científicos objetivos y multidisciplinarios.** Seguimos las normas aplicables y los principios de las Buenas Prácticas de Laboratorio y las Buenas Prácticas Clínicas en los diseños de los estudios, la interpretación de datos y las evaluaciones normativas. Asumimos la responsabilidad de desarrollar nuevos métodos cuando estos no existen. Utilizamos la experiencia de nuestros científicos en un amplio rango de disciplinas para cumplir o superar los requisitos de las exigentes autoridades reguladoras.

**Nuestro control de calidad y otros procesos garantizan que nuestros datos sean precisos y confiables.** Tenemos una estructura de calidad fuerte para realizar nuestras investigaciones de productos libres de humo durante las fases de desarrollo, evaluación y vigilancia posterior al lanzamiento. No tomamos atajos en nuestro trabajo científico. Garantizamos que los resultados de nuestra investigación se puedan rastrear y recuperar.

**Alentamos la verificación externa de nuestros descubrimientos.** Nuestra investigación de productos libres de humo es compartida en publicaciones revisadas por expertos y respaldamos nuestras conclusiones científicas ofreciendo públicamente los datos científicos. Colaboramos activamente con investigadores externos y actuamos en función a sus descubrimientos.

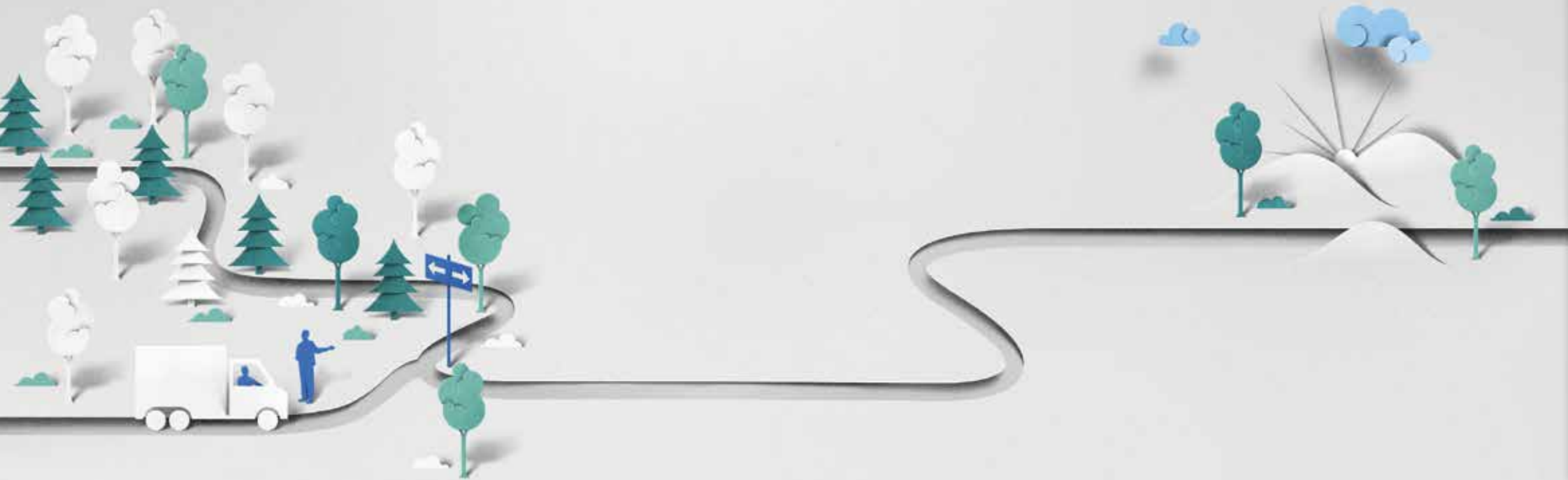
## Qué debemos recordar

**Nuestras investigaciones se realizan sin presiones para llegar a resultados específicos.** Nuestra forma de trabajar alienta a nuestros científicos a actuar de manera independiente y a hablar de lo que piensan sobre asuntos científicos. Cada persona que trabaja en un proyecto científico tiene la obligación de informar sobre la posible mala conducta científica.

**La gente toma decisiones importantes basándose en la información científica que proporcionamos.** Siga nuestro proceso de revisión interno establecido antes de comunicar los resultados científicos, emitir declaraciones de la compañía o realizar afirmaciones dirigidas a los consumidores. Comprenda los temas científicos subyacentes antes de comunicar sobre asuntos científicos.

# ASPECTOS FISCALES Y COMERCIALES

---



# ASPECTOS FISCALES Y COMERCIALES

## Qué hacemos

**Ayudamos a prevenir la venta ilegal de nuestros productos y el mal uso de los recursos de nuestra compañía.**

Una gran cantidad de fumadores de todo el mundo prefieren nuestras marcas antes que las otras. Evidentemente, esto es muy bueno, pero también incentiva a los delincuentes a vender nuestros productos como contrabando, con lo que se infringen las leyes de aduanas o fiscales, o a usar a nuestra compañía para lavar dinero. Los estándares de PMI son claros: No consentiremos, facilitaremos, pasaremos por alto, ni apoyaremos el contrabando ni el lavado de dinero. Trabajamos con los gobiernos para detener la venta ilegal de nuestros productos. Nuestra credibilidad en este asunto depende de lo alerta que estemos ante cualquier actividad o práctica que pueda comprometer nuestros estándares.

## MÁS INFORMACIÓN

**PMI 9-C:** Conozca a sus proveedores

**PMI 10-C:** Conozca a sus clientes y anti-desvío

**PMI 11-C:** Formas aceptables de pago

**PMI 15-C:** Impuestos y aduanas

## Cómo lo hacemos

**Contamos con prácticas de negocio diseñadas para evitar la explotación criminal.** El lavado de dinero es el proceso mediante el cual personas o entidades intentan encubrir el origen de fondos ilícitos o hacer que parezca que el origen de sus fondos ilícitos es legítimo. PMI cumple con las leyes de antilavado de dinero usando procedimientos para evitar recibir dinero en efectivo o equivalente que pueda proceder de actos delictivos. Para prevenir el contrabando, nuestras afiliadas monitorean los volúmenes de ventas de los clientes y toman medidas si sospechan que se han producido desvíos ilegales de nuestros productos.

**Evaluamos a potenciales nuevos clientes, proveedores y terceros fabricantes.** Solamente entablamos relaciones comerciales con aquellos que comparten nuestros estándares de cumplimiento e integridad. El Departamento de control interno cuenta con procesos para identificar posibles problemas con socios comerciales. Nos aseguramos de no realizar negocios con países, regímenes, organizaciones o personas sujetos a sanciones comerciales que tengamos que cumplir. Esta evaluación debe llevarse a cabo antes de entablar una nueva relación comercial.

**Cumplimos con las restricciones antiboicot.** Según la legislación de los EE. UU., PMI debe informar al gobierno de los EE. UU. y no cooperar con cualquier petición de boicot extranjero contrario a la política del gobierno de los EE. UU. Los empleados no deben llevar a cabo ninguna acción, proporcionar información alguna ni realizar ninguna declaración que pueda ser vista como participación en un boicot extranjero ilegal. Encontrará información actualizada sobre los boicots internacionales prohibidos en el Departamento Legal.

## Qué debemos recordar

**Conocer a Sus Clientes y otras normativas fiscales y de comercio le ayudan a trabajar más rápido y a evitarnos problemas a todos.**

Las prácticas de la compañía para controlar a los clientes y a terceros pueden parecer complejas y lentas, pero ayudan a nuestro negocio a funcionar de forma más eficiente y acorde con la ley. Los EE. UU. y otros países imponen restricciones comerciales con una serie de países y con miles de individuos, y esta lista varía todos los días. Nuestros sistemas nos ayudan a evitar violaciones y a recopilar la información que necesitaríamos en el caso en que el gobierno nos la solicitara.

# CONFLICTOS DE INTERÉS, REGALOS Y ENTRETENIMIENTO

---



# CONFLICTOS DE INTERÉS, REGALOS Y ENTRETENIMIENTO

## Qué hacemos

### Tomamos decisiones justas y objetivas.

Los conflictos de interés se producen cuando las actividades personales, sociales, financieras o políticas se superponen con las responsabilidades laborales de un empleado. La mayoría de los conflictos de interés involucran relaciones personales, como tener compañía que quiere entablar relaciones comerciales con PMI. Nuestras decisiones en el trabajo siempre deben basarse en lo que sea mejor para PMI, y no para nosotros personalmente. Tener un conflicto no tiene que ser necesariamente un problema. Nuestros requisitos con respecto a los conflictos de interés promueven una toma de decisiones justa al requerir la declaración de los mismos, la revisión y la potencial mitigación de aquellos que puedan afectar a nuestra objetividad profesional. Del mismo modo, nuestras normas sobre regalos y entretenimiento prohíben que se reciba u ofrezca cualquier cosa que pueda influir en el criterio profesional de una persona. Esto significa que podemos contar los unos con los otros para tomar las decisiones adecuadas, y construir nuestra reputación respecto a hacer negocios de manera honesta.

**PMI 13-C:** Conflictos de interés

**PMI 14-C:** Interacción con funcionarios o cargos públicos y socios de negocio. Actividad política

## Cómo lo hacemos

**Revele los posibles conflictos de intereses.** Su vida privada es privada. La compañía respeta esto, pero necesita saber si hay situaciones en la que sus intereses privados podrían superponerse con sus responsabilidades profesionales. Usted debe comunicar sus posibles conflictos de intereses al Departamento de Ética y Compliance, incluso si usted cree que puede manejar la situación sin ayuda. La mayoría de las personas sobrestima su propia capacidad de tomar decisiones objetivas cuando se enfrentan a intereses personales en conflicto. La mejor forma de probar su objetividad es involucrar a otros, quienes usualmente pueden encontrar maneras de mitigar el conflicto.

**No ofrezca regalos ni entretenimiento que puedan comprometer el criterio profesional de otros.** Ofrecer regalos y entretenimiento es una forma legítima de crear relaciones comerciales y de mostrar estima. Pero estos regalos y entretenimiento no deben ser utilizados para influir en la objetividad de las personas con las que hacemos negocios. Encontrará información más específica en nuestras normas sobre regalos. Siempre use su buen juicio y evite regalos ostentosos, poco habituales o que puedan avergonzar a sus colegas o a la compañía. No participe en ningún entretenimiento que sea de mal gusto o de contenido sexual. Por lo general, necesitará aprobación para ofrecer regalos cuya suma supere los 250 USD durante un año calendario; las empresas afiliadas pueden establecer límites inferiores.

**No acepte regalos ni entretenimiento que puedan ejercer influencia sobre su objetividad profesional.** No acepte nada que pueda infringir las normas de la compañía sobre regalos o que pueda avergonzar a sus colegas o a la compañía. Puede necesitar la aprobación para aceptar regalos o entretenimiento por encima de cierto valor en el año calendario, así que asegúrese de revisar las prácticas correspondientes de PMI o los límites locales.

## Qué debemos recordar

**El proceso para revelar los conflictos de interés es simple, confidencial y justo.** La compañía ofrece herramientas sencillas para que los empleados puedan revelar sus conflictos de interés. De hecho, la mayoría de los potenciales conflictos son resueltos, aplicando las condiciones apropiadas a todas las personas involucradas. Solamente aquellos que necesiten conocerlo, revisarán su declaración de potencial conflicto de interés.

**¿Qué es un pariente cercano?** Un “pariente cercano” es una pareja, padres y padrastros, hijos e hijastros, hermanos y hermanastros, sobrinos, tíos, abuelos, nietos y parientes políticos. Las reglas del “pariente cercano” también afectan a la persona con la que usted tiene una relación personal cercana. Póngase en contacto con el Departamento de Ética y Compliance para asesorarse si no está seguro de si una persona determinada es un “pariente cercano”.

### No aplique las reglas relacionadas con regalos a circunstancias en donde usted no esté dando uno.

Asegúrese de entender qué es un regalo. En nuestras interacciones con quienes hacen las políticas y otras personas en el contexto de nuestro trabajo con los productos libres de humo, a veces entregamos un dispositivo o una cantidad limitada de consumibles que no son para uso personal sino para crear conciencia o para realizar pruebas. Asegúrese de entender las reglas que gobiernan este tipo de entregas.

## Revele un Conflicto de Interés

Utilice nuestro [formulario en línea](#) o póngase en contacto directamente con el Departamento de Ética y Compliance. A menos que se trate de un asunto que debe permanecer privado, comuníquese a su supervisor.

# RESPONSABILIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO

---



# RESPONSABILIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO

## Qué hacemos

**Estamos comprometidos con el crecimiento a largo plazo.**

Alcanzar el crecimiento a largo plazo depende de la sustentabilidad de nuestras cadenas de suministro interna y externa. Estamos reduciendo el impacto ambiental de nuestras actividades y fomentando la sustentabilidad de los recursos naturales de los cuales dependemos.

Nos preocupa el trabajo infantil y el trabajo forzado, y trabajamos para abordar estas cuestiones. Estas acciones mejoran nuestros resultados de negocio, así como las vidas de las personas de las comunidades en las que operamos.

## Cómo lo hacemos

### **Seguimos reduciendo nuestro impacto ambiental.**

Tenemos metas anuales, de cinco y de veinte años de reducción de la huella de carbono de nuestra cadena de suministro. Nuestras iniciativas abarcan la sustentabilidad en la producción agrícola, incluida la deforestación, el consumo de energía y de agua, el reciclaje y las emisiones de CO<sub>2</sub>. Comunicamos nuestro progreso todos los años.

### **Estamos trabajando para eliminar el trabajo infantil, el trabajo forzado y otros abusos en nuestra cadena de suministro.**

No consentimos el trabajo infantil ni el trabajo forzado, y no contratamos a niños o mano de obra forzada en nuestra compañía. Nos comprometemos con los productores en las buenas prácticas agrícolas para mejorar la sustentabilidad de sus cultivos. Esperamos que los productores implementen los requisitos de nuestro Código de Prácticas de Trabajo Agrícolas. Nuestro programa de contribuciones benéficas ayuda a crear oportunidades en comunidades rurales.

### **Esperamos que nuestros proveedores implementen nuestros Principios de Contratación Responsable de manera diligente y transparente.**

En PMI, estamos comprometidos con hacer negocios siguiendo los principios reconocidos internacionalmente de derechos humanos, gestión medioambiental, integridad empresarial y anticorrupción. Creemos que los esfuerzos conjuntos con nuestros proveedores para establecer una cadena de suministro más sostenible ofrecerán numerosas oportunidades de fortalecer nuestras relaciones empresariales y de crear valor para nuestras respectivas compañías.

## Qué debemos recordar

### **Trabajamos con proveedores que comparten nuestro compromiso con el cumplimiento y la integridad.**

Con quién decidimos trabajar en nuestra cadena de suministro y cómo trabajan nuestros socios y proveedores también afecta a nuestra reputación y a nuestro negocio. Si usted está seleccionando un proveedor nuevo o volviendo a evaluar a uno actual, asegúrese de que entienda nuestros principios y esté atento por si sucede algo que pueda comprometer nuestros estándares.

# RESPONSABILIDADES DEL SUPERVISOR

---





# RESPONSABILIDADES DEL SUPERVISOR

La cultura de nuestra organización influye en nuestras acciones.

**Existen muchos factores que crean la cultura corporativa.** Por ejemplo, la forma en la que trabajamos conjuntamente como equipo, nuestra reputación de honestidad, la justicia de la organización, el respeto que nos mostramos unos a otros y para con los consumidores, la percepción de las políticas corporativas, la presión competitiva e incluso los rumores, todo contribuye, para bien o para mal, a la cultura de nuestra compañía. Aquellos en quienes la compañía confía para que supervisen a otros tienen una responsabilidad especial en dar forma a nuestra cultura corporativa y al entorno de trabajo de sus equipos.

**Todos los supervisores deben garantizar que sus equipos:**

Conozcan y comprendan esta Guía, así como los Principios y las prácticas de PMI relevantes en su trabajo.

Comprendan que esta Guía y los Principios y las prácticas de PMI se aplican con equidad y de manera consistente.

Se sientan libres para hacerse escuchar respecto a cuestiones de Ética y Cumplimiento y no duden que la compañía escuchará sus preocupaciones.

Vean que hacemos negocios con integridad, demostrando honestidad, justicia y respeto.

**Preservar la cultura correcta es mucho más que simplemente pedir a los empleados que sigan las normas.** Por encima de todo, requiere un auténtico liderazgo. Demuestre lo que significa actuar con integridad. Gánese la confianza de su equipo hablando acerca de los temas de esta Guía. Haga preguntas, escuche y actúe a partir de lo que le digan.

**Supervisar a los demás requiere valentía.** La coherencia y la credibilidad van de la mano. Recuerde que ser el líder no consiste en mantener contenta a la mayoría ni en apaciguar a un miembro del equipo particularmente difícil; consiste en inspirar a los demás para que lo sigan, en crear un sentido de comunidad y en desafiar de manera constructiva.

**Si alguien reporta una potencial mala conducta, recuerde que está honrando su deber como empleado y debe ser tratado con respeto.** Por favor, no investigue por usted mismo. Póngase en contacto de inmediato con el Departamento de Ética y Compliance para informar de ello de modo que la compañía pueda encauzar el problema de manera objetiva.

**La confianza debe ser en ambos sentidos.** Si cree que su supervisor debe hacer más para fomentar nuestra cultura de ética y cumplimiento, dígaselo a su supervisor o a otras personas de la compañía.

# APLICABILIDAD Y DISPENSAS

---

Esta Guía incluye disposiciones obligatorias que aplican a todos los empleados, funcionarios y directores de PMI y a todo aquel que haga negocios en nuestro nombre. Las violaciones a lo establecido en esta Guía y en los Principios y las prácticas de Compliance puede tener como resultado la aplicación de medidas disciplinarias, incluida la terminación del contrato.

Cualquier dispensa a lo establecido en esta Guía requerirá la aprobación previa del Consejo Directivo de PMI.

Esta Guía se aplica a Philip Morris International Inc. y a sus subsidiarias directas e indirectas, denominadas colectivamente Philip Morris International, PMI o la compañía.

© Philip Morris International Management SA



