

GUÍA PARA EL ÉXITO

EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE PMI



CARTA DE NUESTRO DIRECTOR EJECUTIVO

Estimados Compañeros:

En PMI, estamos unidos por nuestro objetivo común de lograr una transformación empresarial que cambie el rumbo de la industria. Son momentos emocionantes para PMI y tengo el orgullo de dirigir nuestra empresa hacia el logro de nuestra visión de un futuro libre de humo.

Como saben, las iniciativas ambiciosas, como esta, tienen retos: la transformación requiere afrontar riesgos, enfrentar la incertidumbre y, en ocasiones, aceptar los fracasos. Afortunadamente, y lo más importante, en PMI estamos unidos por nuestro compromiso con el cumplimiento, la ética y la integridad, lo 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 esencial que, al enfrentar retos, sigamos apoyándonos en nuestros valores éticos fundamentales de honestidad, respeto y justicia. El costo de comprometer nuestros valores éticos fundamentales es muy alto: nos arriesgamos a perder la confianza que nos hemos ganado entre nosotros, nuestros consumidores, nuestros accionistas y nuestras comunidades. Por lo tanto, esperamos lograr resultados excepcionales únicamente en pleno cumplimiento de la letra y del espíritu de las leyes y reglamentaciones aplicables, nuestras políticas internas y nuestros valores.

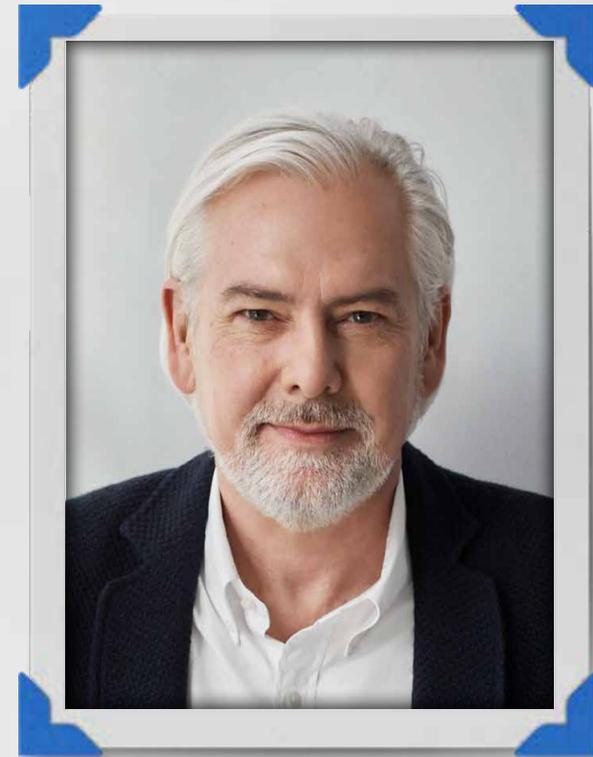
Este Código presenta nuestros principios y describe las reglas y las directrices que debemos seguir todos en PMI. Si tienen preguntas o inquietudes relacionadas con nuestro Código, comuníquense con su supervisor, su business partner de P&C o su representante de Ética y Cumplimiento.

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

Atentamente,



Jacek Olczak



ÍNDICE

Carta de nuestro Director Ejecutivo

02 Ideas Principales

Nuestras Prácticas

- 06 Repórtalo
 - 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 Programa Fiscal y Comercial
 - 26 Conflictos de Interés, Regalos y Entretenimiento
 - 28 Responsabilidad de la Cadena de Suministro
-

30 Responsabilidades del Supervisor

32 Aplicabilidad y renunciaciones



IDEAS PRINCIPALES



Qué hacemos

Reflexionamos antes de actuar. Nuestras decisiones tienen que resistir el paso del tiempo. Antes de realizar la acción final nos preguntaremos a nosotros mismos si lo que estamos planeando encaja con la "manera PMI" de hacer las cosas, si es coherente con:

el buen juicio ético;

esta Guía, y

la ley.

No ignoraremos nunca estos aspectos fundamentales. Las leyes pueden no tener sentido, podemos ponerlas en duda, pero debemos respetarlas. Los competidores pueden seguir normas menos exigentes, pero nosotros respetamos las nuestras. Es igual de importante el 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 son valores éticos compartidos que forman parte de la “manera PMI” de hacer negocios. Ellos nos unen y nos guían como empleados de PMI y son el núcleo de esta Guía.

Honestidad. Todo se reduce a la credibilidad: ¿pueden y deben creernos las personas fuera y dentro de la compañía? ¿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. Toda la gente merece respeto y también sus ideas. El respeto trata sobre la dignidad, la aceptación, la empatía y la compasión. El desacuerdo enérgico, el reto o incluso el conflicto son fuerzas del progreso cuando se conjugan con el respeto, pero cuando no es así, son destructivos.

Justicia. Lo que parece ser 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 y esforzarse mucho. Y habrá incertidumbre. La aplicación desigual de las reglas es injusta, como lo es excluir a las personas o sus ideas debido a su género, origen étnico, religión, preferencia sexual u otros factores.

El buen juicio ético también requiere cambiar la perspectiva. Lo que otros piensan es importante. Nuestros clientes, 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, nos preguntaremos si nuestras acciones entran en conflicto con sus valores. Aceptamos que no todos estarán de acuerdo con todo lo que hacemos, pero tenemos que tener la confianza de que nuestras acciones son honestas, respetuosas y justas.

IDEAS PRINCIPALES

Lo que debemos recordar

El día a día puede hacer que no veamos lo evidente. La presión, la fatiga y la rutina ponen una venda en nuestros ojos a la hora de tomar decisiones. Todos nos distraemos y todos tenemos momentos en los que vemos las cosas de color de rosa. Antes de actuar, reflexiona y considera si estás 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 actuar finalmente.

Las reglas no reemplazan el buen juicio ético. Las reglas pueden ir en contra su propósito previsto. El buen juicio protege de dichos errores. Si una regla de la compañía o la legislación no tiene sentido, coméntalo para buscar un cambio. Comprende que hasta que el cambio entre en vigor debemos cumplirla, incluso si no estamos de acuerdo, porque nuestro respeto por el estado de derecho es sincero.

Nadie tiene todas las respuestas. No importa, siempre que lleguemos a encontrar las mejores respuestas. Estamos juntos en esto. Habla de las decisiones difíciles con los demás. El buen juicio es una habilidad que mejora al involucrar a los demás y considerar otros puntos de vista. Recuerda, no se trata solo de nosotros como individuos; cuando alguien descubre algo tiene el potencial de ayudar a aprender a todos los demás.

Los errores son algo de lo que hablamos, aprendemos y aceptamos. Todos cometemos errores. Incluso son útiles si las personas adecuadas conocen lo que sucedió y se realizan ajustes con base en la experiencia. Sin embargo, comprende que hay diferencia entre un error y hacer caso omiso de cómo hacemos negocios; ignorando la ley, esta Guía o nuestros valores éticos compartidos. La indiferencia nos pone en riesgo a todos y no tiene cabida aquí.

REPÓRTALO



Qué hacemos

Cuando algo debe ser mejorado o está mal, tomamos medidas.

Si ves algo que no funciona correctamente, debes reportarlo. Cuando reportes, la empresa te escuchará y actuará. Del mismo modo, es importante reportar para mejorar cosas. Si reportas de buena fe, PMI te apoyará por completo.

Cómo lo hacemos

Comparte tus ideas y tu experiencia sobre cómo mejorar las cosas. Si un requisito o proceso te dificulta poder trabajar con más efectividad o es demasiado complicado para cumplir con su propósito, habla al respecto. Las normas y los procesos deben tener sentido y ayudarte a realizar tu trabajo. También debes reportar si observas que no se han tomado medidas para proteger a la empresa frente a un posible riesgo empresarial, legal o de infringir alguna normatividad.

Si algo no te queda claro, pregunta. PMI ofrece a todos sus empleados, sea cual sea su nivel en la organización, el acceso a compañeros que pueden contestar preguntas, resolver problemas y ofrecer consejos. Si no estás seguro de lo que debes hacer, pregunta y obtendrás ayuda.

Detén las cosas que no funcionan bien. A veces se cometen errores. Cuando esto ocurre, parte de tu trabajo es ayudar a corregirlos. Si algo no parece correcto o si crees que se está comprometiendo esta Guía, algún Principio y Práctica, o la ley, tienes la obligación de reportarlo. Ignorar un posible tema de ética y cumplimiento puede hacer que un problema relativamente pequeño se transforme en un gran problema y que pueda dañar a tus compañeros y a la empresa.

Lo que debemos recordar

Investigamos reportes de presuntas conductas inapropiadas. El Departamento de Ética y Cumplimiento ha capacitado a los empleados en las funciones para investigar tus preocupaciones. Los Estándares de Investigación de PMI rigen las investigaciones sobre Ética y Cumplimiento, y ejecutamos un programa de control de calidad posterior a la investigación para garantizar que el proceso sea justo, imparcial y respetuoso.

Si no estás seguro, pregunta. Si lo que te preocupa es qué ocurrirá cuando realices un reporte, habla con la Dirección Local o con el Departamento de Ética y Cumplimiento. Ellos podrán ayudarte con tus preocupaciones y a contestar las preguntas que puedas tener sobre el proceso.

Cómo reportar

Existen muchas formas de reportar. Has contacto con:

- Tu supervisor o el jefe de departamento
- Recursos Humanos
- El Departamento Legal
- El Departamento de Ética y Cumplimiento:
 - + PMI.EthicsandCompliance@pmi.com
 - + Director Regional de Ética y Cumplimiento
 - + Cluster Head para Ética y Cumplimiento

También tienes a tu disposición la Línea de Ayuda de Cumplimiento operada por terceros las 24 horas del día, los siete días de la semana, en todos los idiomas que se hablan en PMI.

Puedes contactar a la Línea de Ayuda en línea o vía telefónica. Los números de marcación locales aparecen en tu intranet. Se aceptan llamadas por cobrar.

Puedes utilizar la Línea de Ayuda de forma anónima a menos que estés llamando desde uno de los pocos países en los que las leyes locales prohíben este tipo de prácticas. Si no estás seguro de las restricciones de anonimato de tu ubicación, pregúntalo en la Línea de Ayuda o consúltalo con el Departamento Legal.

INTEGRIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO



INTEGRIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO

Qué hacemos

Propiciamos un ambiente laboral respetuoso, inclusivo y seguro.

Todos debemos tener las mismas oportunidades de contribuir y tener éxito con base en los méritos de nuestro trabajo. Todos nos beneficiamos cuando ocurre esto. La discriminación, el acoso y las condiciones de trabajo inseguras no son justas: son precisamente lo contrario a nuestra forma de hacer negocios.

Cómo lo hacemos

Todas las decisiones relacionadas con el empleo las llevamos a cabo basándonos en el mérito.

No limitamos la oportunidad del personal para contribuir o avanzar debido a la edad, por tener hijos a cargo, discapacidad, etnia, sexo, identidad de género, orientación sexual, religión, embarazo u otras características personales protegidas.

Aquí el acoso no tiene lugar. Trata a los demás con respeto. No toleres las 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 son, obviamente, inaceptables.

Haz que la seguridad sea la prioridad.

Protégete a ti mismo y a los que están a tu alrededor contra lesiones siguiendo las normas de seguridad y sanidad de la empresa y del gobierno. Comunica a tus superiores sobre cualquier lesión o accidente que haya ocurrido. No es seguro ni se permite trabajar bajo los efectos de sustancias legales (como el alcohol o medicamentos recetados por un médico), o ilegales. No lleves armas contigo al trabajo, ni mientras realizas trabajos para la empresa a menos que hayas recibido autorización específica para hacerlo y esté indicado en las prácticas de la empresa.

Qué debemos recordar

Detente y escucha. Hay comportamientos que pueden ser irrespetuosos y excluyentes aunque no se realicen intencionalmente. A veces ofendemos a otras personas y dejamos a la empresa en una mala posición por el simple hecho de no escuchar o no entender cómo se pueden sentir o cómo pueden reaccionar los otros. Por ejemplo, si te encuentras en el supuesto en el que te crees y actúas como si fueses el más listo de la sala y que el resto no tiene buenas ideas, estás demostrando una falta de respeto y de comprensión hacia las personas que tienes alrededor. Puedes ofenderlos además de perderte de ideas extraordinarias.

A veces la gente no dice nada por miedo o respeto, pero aun así se siente ofendida. Aprende a distinguir entre alguien que es tolerante, pero que está sufriendo, y alguien que realmente tiene una actitud de bienvenida o abierta. Sé justo con los demás siendo consciente de lo que tus reacciones pueden transmitir a los demás. Si no te gusta algo, o crees que alguien lo ha malinterpretado, dílo, no esperes a que los demás adivinen cómo te sientes o lo que piensas.

Todo el mundo debe poder expresarse con libertad en el lugar de trabajo. Nuestro negocio se beneficia de una amplia gama de enfoques y opiniones. Fomentamos un entorno basado en la inclusión y diversidad en el que todos los empleados se sienten cómodos. Todos tenemos distintas necesidades y distintos estilos y debemos llegar a los acuerdos necesarios con el fin de ajustar dichas diferencias.

Nuestras normas también se aplican fuera de las instalaciones de la empresa. Las ubicaciones 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 una fiesta de jubilación fuera de las oficinas. En todas las situaciones, debes tener en cuenta cómo afectará tu comportamiento a tus compañeros, así como a la reputación de la empresa.

Representación de los empleados. Respetamos el derecho de los empleados de afiliarse o no a un sindicato o a 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 mejor 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 para adultos que fuman o usan productos libres de humo.

Los adultos son capaces de tomar una decisión informada sobre fumar o usar productos sin humo. Nuestros productos y actividades de marketing y ventas están destinados a adultos que fuman o han cambiado a productos libres de humo. Tenemos la responsabilidad, como empresa líder de la industria del tabaco, de contribuir a la prevención del uso de nuestros productos a menores.

Informamos a los consumidores de los efectos que nuestros productos tienen sobre la salud.

Toda la publicidad y los consumibles empaquetados para los consumidores deben llevar advertencias sanitarias, aunque la legislación no obligue a usar estas advertencias.

El marketing debe ser honesto y preciso.

La información o las declaraciones sobre nuestros productos en nuestro material de marketing y ventas deben basarse en hechos. Las afirmaciones relacionadas con la salud en los productos deben estar respaldadas por pruebas científicas que hagamos de conocimiento público.

Nosotros respetamos la ley. A menudo, la normatividad sobre marketing y ventas son complejas y se necesita asesoramiento para interpretarlas. Debes reportar las actividades que puedan infringir la ley o las políticas de la empresa.

Qué debemos recordar

Todo el marketing debe pasar a través de un proceso de consulta. Debido a que debemos cumplir con estándares muy elevados, nuestro proceso combina la confianza y el respeto del criterio y la creatividad individuales con una revisión adecuada. Al revisar una propuesta de marketing, involucramos a personas de distintas funciones que tienen experiencias diversas.

Los productos convencionales y aquellos libres de humo son productos fundamentalmente diferentes. Nuestros principios básicos que indican “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 son para nuestros productos electrónicos que no son de combustión.

También se tienen en cuenta las actividades desarrolladas por terceros. En las actividades de marketing y ventas, a menudo participan terceros, como agencias, anfitriones y coaches. Sus acciones representan a nuestra empresa igual que las nuestras. Si trabajas con terceros en actividades de marketing y ventas, infórmalos de nuestros principios y presta atención en caso de que ocurra algo que pueda comprometer nuestros valores o hacer que no se sigan las normas.

COMPETENCIA



COMPETENCIA

Qué hacemos

Estamos progresando para un mercado justo y competitivo.

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

Cómo lo hacemos

Actuamos independientemente de nuestros competidores.

No pensamos siquiera en acordar o discutir nada relacionado con precios o cualquier otro tema de competitividad sensible con nuestros competidores. Si tu trabajo requiere interactuar con un competidor, solicita asesoría al Departamento Legal sobre cómo hacerlo correctamente. Evita conversaciones en las que se traten precios, lanzamientos de marcas, programas de comercialización u otros temas confidenciales relacionados con la competencia.

No trabajamos con socios de negocios para excluir a los rivales ni dañar a nuestros competidores.

Los acuerdos con clientes y proveedores pueden ser un problema si en ellos se excluyen a los rivales o se dificulta que compitan, o si daña la competencia entre distribuidores, minoristas o proveedores. Cuando se tiene una participación de mercado considerable, hay que ser especialmente cuidadoso en el momento de interactuar con el comercio y la cadena de suministro.

Qué debemos recordar

Para hacerlo bien, hay que pedir ayuda. Las normas sobre competencia son complejas y pueden ser contradictorias. El Departamento Legal y el Equipo Directivo de la Afiliada conocen lo que es adecuado para tu mercado y pueden ofrecerte asesoría. Antes de llevar a cabo una operación, pregúntate si tu decisión podría parecer que coopera con nuestros competidores o que ha sido diseñada para excluir a los rivales o dificultarles que compitan. Si es así, debes consultarlo con el Equipo Directivo de la Afiliada y con el Departamento Legal.

Cualquier interacción con nuestros competidores puede provocar problemas legales.

A menudo, lo mejor es evitar cualquier contacto innecesario con los competidores, especialmente si tu trabajo o las circunstancias pueden llevar a pensar que se están tratando temas relacionados con precios, condiciones y programas comerciales u otros temas sobre competencia. Si alguien empieza una conversación sobre alguno de estos temas, termina la conversación. Deja bien claro a quienes te rodean que no deseas participar en ningún tipo de acuerdo anticompetitivo. Posteriormente, contacta de inmediato al Departamento Legal.

La forma en que competimos es igual de importante que los resultados.

Algunas formas de incrementar el volumen y las ganancias, no van de acuerdo a nuestra forma de hacer negocios. De igual forma, recopilar información sobre las actividades de nuestros competidores no es necesariamente lo correcto. El tipo de información y la forma en que se recopila normalmente están sujetos a limitaciones legales. Trabaja con los abogados locales para aprender, y seguir, las normas locales aplicables.

ANTISOBORNO Y CORRUPCIÓN



ANTISOBORNO Y CORRUPCIÓN

Qué hacemos

No se realizan sobornos a nadie, de ningún tipo ni por ningún motivo.

Los sobornos van en contra de la ley y debilitan el bienestar de la sociedad. Somos conscientes de no querer participar en actividades corruptas ya que pueden dificultar nuestros negocios en algunos mercados, pero los sobornos son simplemente inaceptables en PMI.

Somos coherentes y firmes en esta posición; y hemos demostrado una y otra vez que podemos alcanzar nuestros objetivos de negocio sin necesidad de utilizar este tipo de medios inaceptables.

MÁS INFORMACIÓN

PMI 14-C: Interacción con Funcionarios en Cargos Públicos y Socios de Negocio. Actividad política

Cómo lo hacemos

No ofrezcas ni proporciones un soborno ni permitas que otros lo hagan en nuestro nombre. Tenemos que ser extremadamente cuidadosos cuando ofrecemos algo de valor, incluido dinero, regalos, favores o entretenimiento, que pueda ser visto como un intento de ejercer influencia sobre las acciones o decisiones profesionales de una persona. Utiliza un buen juicio y, si tienes dudas, consulta al Departamento Legal para saber lo que puedes y lo que no puedes hacer.

No realices pagos para facilitar trámites, aunque las leyes locales lo permitan o hacerlo sea "normal" en la sociedad. Los pagos para facilitar trámites son pagos o pequeños regalos que se hacen a funcionarios de gobierno para que aceleren un proceso o servicio burocrático. Si sientes la necesidad o la presión de hacer un pago de este tipo, no lo hagas. En su lugar, habla con el Departamento Legal para dar con la mejor manera de sobrellevar esta situación.

Documenta todo ofrecimiento de valor que efectúes a funcionarios de gobierno. Siempre debes mantener registros sobre los regalos o entretenimiento que proporciones a funcionarios de gobierno. Así, cumplirás los requisitos legales de llevar registros precisos, y se evitarán malas interpretaciones.

Qué debemos recordar

Antes de ofrecer o regalar algo de valor a un funcionario de gobierno, revisa los requisitos locales y de PMI. Conductas que pueden ser adecuadas en un mercado, pueden ser ilegales o inaceptables en otro. Por ejemplo, ofrecer una comida a un funcionario es ilegal en algunos países, mientras que puede ser habitual y legítimo en otros.

¿Y si un soborno o un pago para facilitar procesos parece que es la única opción? Si crees que es necesario realizar un soborno o alguien te está presionando para que lo sobornes, debes reportarlo. La empresa involucrará a las personas adecuadas para que se encarguen de encontrar el camino correcto a seguir. A menudo, es posible solucionar problemas contactando a personas con cargos gubernamentales superiores 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 un funcionario de gobierno puede sorprenderte. Debes tener especial cuidado al tratar con funcionarios de gobierno. Esto ocurre porque las leyes tienen unos requisitos muy específicos relacionados con las interacciones con los funcionarios de gobierno. Entre los funcionarios de gobierno se incluyen empleados gubernamentales (a nivel nacional y local) y candidatos de partidos 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 de gobierno 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 razones competitivas, éticas y legales.

La mayor parte del tiempo, compartir información es algo bueno, pero a veces es incorrecto. Piensa en la información que vas a usar y conoce las obligaciones específicas que tenemos sobre la recopilación, procesamiento, almacenamiento y distribución.

Cómo lo hacemos

Protege la ventaja competitiva que genera nuestro arduo trabajo. Si la información genera una ventaja competitiva, o si un competidor la quiere, entonces, probablemente sea información comercial que necesitemos proteger. Algunos ejemplos de información comercial confidencial son: especificaciones de nuevos productos y nuevas tecnologías, estrategias de marketing y asuntos corporativos, datos de investigaciones, presupuestos, así como otros tipos de información financiera.

Preserva nuestros derechos de propiedad industrial e intelectual. Existen muchas formas en las que una buena idea puede perder su valor si no está protegida. Asegúrate de existan las medidas de protección adecuadas antes de compartir nuestra propiedad intelectual con alguien, incluyendo socios, fuera de PMI. Asesórate 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 nuestros productos.

Respetamos a la gente que proporciona los datos que tú recopilas y usas. Las compañías afiliadas a PMI pueden recopilar información sobre personas y usarla para fines empresariales habituales (p. ej., recursos humanos, marketing, etc.), pero solo si respetamos las reglas básicas para proteger la privacidad. Las reglas principales son:

- 1) **Especificar** fines empresariales claros, legítimos y normales para el uso que no infrinjan indebidamente la privacidad de las personas que proporcionan los datos.
- 2) **Notificar** a esas personas la finalidad de los datos.
- 3) **Usar la información de forma justa**, no usar más información de la necesaria para alcanzar el objetivo y eliminarla (o hacerla anónima) una vez que se haya alcanzado el objetivo.
- 4) **Establecer** las medidas de seguridad adecuadas para prevenir el acceso no autorizado.
- 5) **Conservar su exactitud** y permitir que las personas que proporcionaron esa información puedan acceder a ella cuando lo soliciten.
- 6) **Garantizar** que terceras partes se comprometan a proteger la información de la misma manera que lo hacemos nosotros.

PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Cómo lo hacemos (continuación)

No hagas uso ilícito de información privilegiada ni la facilites. Es posible que dispongas de información que no es pública y que un accionista sensato puede considerar relevante para decidir una posible compra o venta de valores. El buen criterio y las leyes impiden el uso de esta información para la compra o venta de valores, o facilitarla a otros (tu cónyuge, compañero de trabajo, amigo, corredor, etc.). El grupo de la Secretaría corporativa del Departamento Legal está dispuesto a ayudarte a entender el uso ilícito de información privilegiada y los temas relacionados, y listo para responder a todas las preguntas que puedas tener.

Respetar la confidencialidad y los derechos de propiedad industrial e intelectual de otros. No te apropias indebidamente de los secretos de otros ni de su propiedad intelectual o de cualquier otra naturaleza. Esto aplica tanto a cosas importantes, como son procesos confidenciales de una empresa, o a cosas menos relevantes, como puede ser una imagen con derechos de autor encontrada en Internet.

Ten cuidado con las ideas espontáneas. Si alguien de fuera de la empresa te propone una idea espontánea, debes ponerte en contacto de inmediato con el Departamento Legal antes de usar o compartir esa idea. Con esto se reduce el riesgo de que un tercero reclame que se le atribuya una idea que ya tenemos o que manifieste que se le ha robado una idea.



PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Lo que debemos recordar

Ya sean confidenciales o no, los asuntos en los que trabajamos tienen que estar conformes con el buen juicio ético, la ley y esta Guía. Recuerda que aunque es vergonzoso perder información confidencial, la información en sí misma no debe causar vergüenza. Protegemos la información por motivos comerciales, legales y éticos, pero no ocultamos nada, sea lo que sea, 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 cifrados, o una conversación sobre un asunto confidencial en un tren. Otras veces es el deseo apasionado de colaborar con socios externos sin tener 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 quien mejor lo puede hacer eres tú. Sé escéptico. Conoce con quien estás tratando y recuerda que hacerse pasar por empleados de PMI es el truco favorito de 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 Tecnología Informática

PMI 18-CG2: Directrices sobre las Redes Sociales

DECLARACIONES Y REGISTROS DE LA COMPAÑÍA



DECLARACIONES Y REGISTROS DE LA COMPAÑÍA

Qué hacemos

Nos comunicamos de manera honesta, justa y respetuosa.

Que el público confíe en PMI es importante para la sostenibilidad de nuestro negocio a largo plazo. Para mantener esta confianza, todos nuestros comunicados externos, ya sean formales o informales, deben ser veraces, apropiados y no engañosos. Se emplean las mismas prácticas en las comunicaciones y los registros internos.

Cómo lo hacemos

Nuestros registros financieros son precisos y comprensibles.

Los inversores toman decisiones basándose en lo que declaramos. Todas las declaraciones financieras y la información de nuestra empresa que compartimos con las autoridades reguladoras y el público deben ser claras y proporcionar un panorama completo de nuestro negocio. Consulta con nuestra Oficina de Relaciones con Inversionistas, antes de ofrecer información empresarial o financiera, que no sea pública a un miembro de la comunidad de accionistas.

Manifestamos la ayuda que empleamos. Somos transparentes en cuanto a la función que tenemos en el desarrollo de materiales que buscan influir en las decisiones sobre políticas que interesan a la empresa. Esto incluye los resultados del trabajo que hemos financiado para conocer las implicaciones sanitarias de nuestros productos, así como cuando terceros presentan datos u opiniones en nuestro nombre, que hemos financiado, 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, entonces lo más probable es que tengamos que revelarlos.

Los libros y registros que conservamos son precisos. Tener libros y registros precisos no se limita solo a nuestras declaraciones sobre finanzas. El reporte de cualquier información empresarial por parte de los empleados y de la empresa debe ser exacto, completo y puntual.

Asegúrate de retener los registros que requieren la ley y la empresa. Todas las afiliadas tienen un calendario de retenciones en el que se indica qué documentos se deben conservar y durante cuánto tiempo. Estos calendarios garantizan que el negocio tiene la información que necesita para funcionar y que se cumplen los requisitos normativos. Si recibes una Notificación de Conservación Legal de Registros, debes seguir las indicaciones y conservar todos los documentos que se describen.

Qué debemos recordar

Todos juntos definimos a PMI. Solo unos cuantos de nosotros estamos capacitados y autorizados para hacer declaraciones en los medios, a los accionistas, al gobierno o a las instituciones científicas, pero todos interactuamos con el público. Recuerda que nosotros nos comunicamos de forma honesta y no hacemos afirmaciones de productos relacionadas con la salud sin pruebas científicas, incluso a familiares o amigos.

Los mismos principios se aplican a la manera en que nos comunicamos internamente. Se honesto, preciso y completo cuando te comuniqués en el día a día. Toma el tiempo necesario para ser comprensible. No confundas los hechos con la opinión. Si tienes que lanzar hipótesis sobre un tema, deja bien claro que eso es lo que estás haciendo. A menos que sea tu trabajo, no realices evaluaciones legales ni ofrezcas opiniones legales en lo que escribas.

El uso privado que hagas de las redes sociales no siempre es tan privado. No uses tus redes sociales privadas para anunciar o promocionar nuestras marcas convencionales o libres de humo. Sigue las directrices de la compañía sobre el uso de las redes sociales. Comprende que lo que opinas en las redes sociales es un mensaje público que puede malentenderse como una declaración de la compañía, en vez de tu punto de vista individual, o que 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 confiable que la gente puede valorar.

La finalidad de nuestra investigación es entender mejor nuestros productos. Esta es una constante en la totalidad de nuestro trabajo científico, realizado por nosotros y para nosotros. El enfoque de esta sección está 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 con las buenas prácticas o ignoramos los valores de la 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 si no existen. Utilizamos la experiencia de nuestros científicos en un amplio rango de disciplinas para cumplir o exceder los requisitos de las autoridades reguladoras.

Nuestro control de calidad y otros procesos garantizan que nuestros datos sean precisos y confiables. Tenemos una estructura de calidad sólida 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.

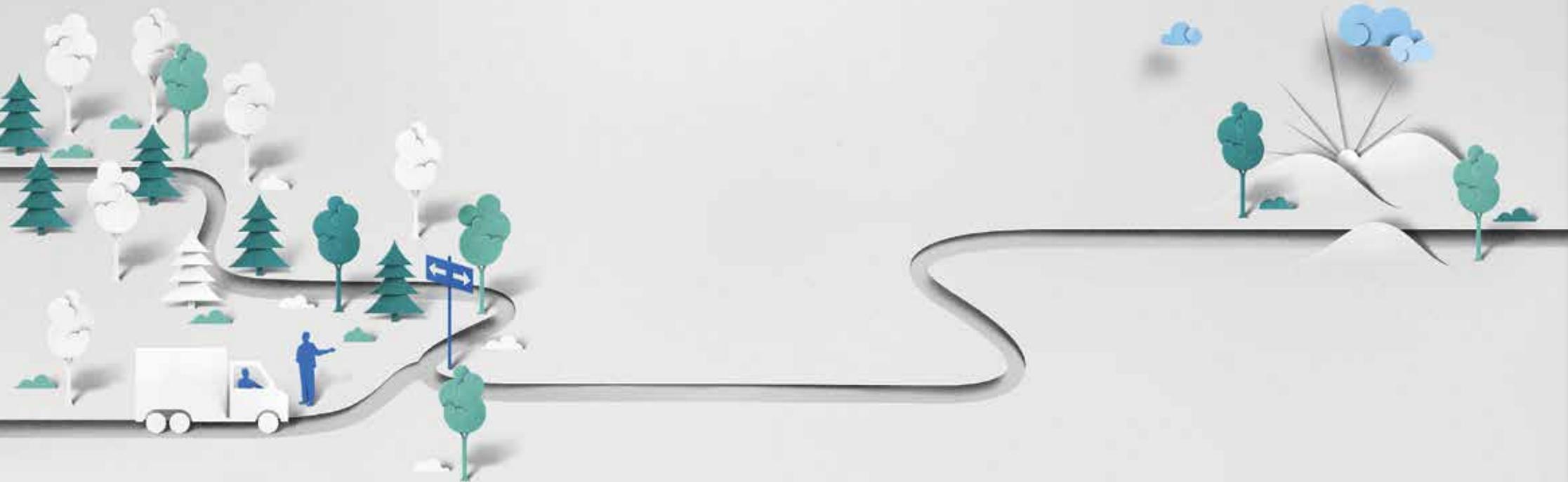
Alentamos la verificación externa de nuestros descubrimientos. Nuestra investigación de productos libres de humo se publica en revistas revisadas por expertos y respaldamos nuestras conclusiones científicas compartiendo públicamente los datos científicos. Colaboramos activamente con investigadores externos y actuamos con base en sus descubrimientos.

Lo que 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 los asuntos científicos. Cada persona que trabaja en un proyecto científico tiene la obligación de reportar sobre la posible mala conducta científica.

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

PROGRAMA FISCAL Y COMERCIAL



PROGRAMA FISCAL Y COMERCIAL

Qué hacemos

Ayudamos a evitar la venta ilegal de nuestros productos y el mal uso de los recursos de nuestra empresa.

Una gran cantidad de fumadores de todo el mundo prefieren nuestras marcas sobre 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 aduanales o fiscales, o a usar a nuestra empresa para lavar dinero. Los estándares de PMI son claros: No consentiremos, facilitaremos, pasaremos por alto, ni apoyaremos el contrabando ni el lavado de dinero. Colaboramos con los gobiernos para detener las ventas ilegales de nuestros productos. Nuestra credibilidad en este asunto depende de lo alerta que estemos ante cualquier actividad o práctica que pueda comprometer nuestras normas.

MÁS INFORMACIÓN

PMI 9-C: Conoce a nuestro Proveedor

PMI 10-C: Conoce a tus clientes y antidesvío

PMI 11-C: Formas Aceptables de Pago

PMI 15-C: Aduanas

Cómo lo hacemos

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

Hacemos una preselección de posibles nuevos clientes, proveedores y fabricantes externos. Solamente entablamos relaciones comerciales con aquellos que comparten nuestros estándares de integridad y cumplimiento. El Departamento de Control Interno cuenta con procesos para identificar posibles problemas con socios de negocios. Nos aseguramos de que no realizamos negocios con países, regímenes, organizaciones o personas sujetos a sanciones comerciales que tengamos que cumplir. Esta preselección 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. sobre cualquier petición de boicot extranjero contrario a la política del gobierno de los EE. UU., y que en ningún caso debe colaborar. 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. La información actualizada sobre los boicots internacionales prohibidos se encuentra disponible en el Departamento Legal.

Qué debemos recordar

Conocer a nuestros clientes y otras normativas fiscales y de comercio te ayuda 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 nuestra empresa a funcionar de forma más eficiente y en consonancia con la ley. Los EE. UU. y otros países imponen restricciones comerciales a una serie de países y a miles de personas, y esta lista varía todos los días. Nuestros sistemas nos ayudan a evitar estas violaciones y a recopilar la información que necesitaríamos en el caso de 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.

Se produce un conflicto de interés cuando actividades personales, sociales, financieras o políticas coinciden con las responsabilidades laborales de un empleado. En la mayoría de los conflictos de interés se ven implicadas relaciones personales, como tener un pariente cercano que trabaja en una empresa que quiere establecer relaciones comerciales con PMI. Nuestras decisiones en el trabajo siempre deben basarse en lo que sea mejor para PMI y no para nosotros. Tener un conflicto no tiene que ser necesariamente un problema. Nuestros requisitos de conflicto de interés fomentan la toma de decisiones justa al requerir la revelación, revisión y posible atenuación de conflictos que puedan afectar 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 además construimos sobre nuestra reputación para hacer negocios con honestidad.

Cómo lo hacemos

Comunica los posibles conflictos de interés. Tu vida privada es privada. La empresa te respeta, pero necesita saber si hay situaciones en las que tus intereses privados podrían coincidir con tus responsabilidades profesionales. Debes revelar tus posibles conflictos de intereses al Departamento de Ética y Cumplimiento, aunque consideres que puedes sobrellevar la situación sin ayuda. La mayoría de las personas sobrestiman su capacidad de tomar decisiones objetivas, cuando se enfrentan a intereses personales en conflicto. La mejor forma de probar tu objetividad es involucrando a otros que pueden encontrar maneras de atenuar el conflicto.

No ofrezcas 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 no deben influir en la objetividad de las personas con las que hacemos negocios. Encontrarás información más específica en nuestras normas sobre regalos. Aplica un buen juicio y evita regalos ostentosos, poco habituales o que puedan avergonzar a tus compañeros o a la empresa. No participes en ningún entretenimiento que sea de mal gusto o de contenido sexual. Por lo general, necesitarás aprobación para ofrecer regalos cuya suma supere los 250 USD durante un año natural; las afiliadas pueden establecer límites inferiores.

No aceptes regalos ni entretenimiento que puedan ejercer influencia sobre tu objetividad profesional. No aceptes nada que pueda infringir las normas sobre regalos de la empresa o que pueda avergonzar a tus compañeros o a la empresa. Es posible que necesites la aprobación para aceptar regalos o entretenimiento por encima de cierto valor en un año natural, así que asegúrate de revisar las prácticas correspondientes de PMI o los umbrales locales.

Qué debemos recordar

El proceso para comunicar conflictos de interés es simple, confidencial y justo. La empresa ofrece herramientas sencillas para que los empleados puedan manifestar sus conflictos de interés. La mayoría de los posibles conflictos se investigan aplicando las condiciones apropiadas a todas las personas implicadas. Solamente revisarán las comunicaciones de conflictos de interés las personas que necesiten saberlo.

¿Quién es un pariente cercano? Un “pariente cercano” es el cónyuge, 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 tiene una relación personal cercana. Contacta al Departamento de Ética y Cumplimiento para asesorarte sobre si una persona determinada es un “pariente cercano”.

No apliques las reglas relacionadas con regalos a circunstancias en donde tú no estés dando uno. Asegúrate de entender qué es un regalo. En nuestro compromiso 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. Asegúrate de entender las reglas que gobiernan estas entregas.

Manifestar conflictos de interés

Usa [nuestro formulario](#) en línea o ponte en contacto directamente con el Departamento de Ética y Cumplimiento. A menos que se trate de un asunto que debe permanecer privado, comunícaselo a tu 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 sostenibilidad de nuestras cadenas de suministro internas y externas. Estamos reduciendo el impacto medioambiental de nuestras actividades y fomentando la sostenibilidad de los recursos naturales de los cuales dependemos.

Nos preocupa el trabajo infantil y el trabajo forzado, y nos esforzamos para abordar estos temas. Estas acciones mejoran nuestros resultados empresariales, así como las vidas de las personas en las comunidades en las que mantenemos operaciones.

Cómo lo hacemos

Continuamos reduciendo nuestro impacto ambiental. Tenemos objetivos anuales, para cinco y veinte años, para reducir el impacto ambiental de nuestra cadena de suministro. Nuestras iniciativas abarcan la sostenibilidad en la producción agrícola, incluida la deforestación, el consumo de energía y de agua, el reciclaje y las emisiones de CO₂. Comunicamos nuestro progreso todos los años.

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

No consentimos el trabajo infantil ni el trabajo forzado, y no contratamos a menores de edad ni realizamos trabajo forzado en nuestra empresa. Nos involucramos con los agricultores en las buenas prácticas agrícolas para mejorar la sostenibilidad de sus cultivos. Esperamos que los agricultores 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 Reclutamiento 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 el esfuerzo conjunto con nuestros proveedores por establecer una cadena de suministro más sostenible ofrecerá 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 la integridad y el cumplimiento.

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 vas a seleccionar a un proveedor nuevo o volver a evaluar a uno actual, asegúrate de que entienden nuestros principios y mantente atento por algo que pueda suceder que comprometa nuestras normas.

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, el modo en que trabajamos conjuntamente como equipos, nuestra reputación de honestidad, la equidad de la organización, el respeto que mostramos a los demás y a los clientes, percepciones de políticas corporativas, la presión competitiva e incluso los rumores, todo contribuye a nuestra cultura corporativa, ya sea para mejorarla o empeorarla. Las personas en las que la empresa ha depositado su confianza para que supervisen a otros tienen una responsabilidad especial para dar forma a nuestra cultura corporativa y al ambiente laboral de sus equipos.

Todos los supervisores deben garantizar en sus equipos:

Conocen y comprenden esta Guía, así como los Principios y Prácticas de PMI correspondientes a su trabajo.

Comprenden que esta Guía y los Principios y Prácticas de PMI se aplican con equidad y coherencia.

Tienen total libertad para reportar cuestiones de ética y cumplimiento y esperan que la empresa escuche sus preocupaciones.

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

Mantener una cultura adecuada es mucho más que simplemente pedir a los empleados que sigan las normas. Por encima de todo, hace falta que exista un liderazgo auténtico. Demuestre lo que significa actuar con integridad. Gánate la confianza de tu equipo hablando acerca de los temas de esta Guía. Haz preguntas, escucha y actúa partiendo de lo que te digan.

Supervisar a los demás requiere valentía. La coherencia y la credibilidad van de la mano. Recuerda 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 le sigan, en crear un sentido de comunidad y asumir retos de forma constructiva.

Si alguien informa de un supuesto incumplimiento, recuerda que está ejerciendo su deber como empleado y debe ser tratado con respeto. No lo investigues por ti mismo. Ponte en contacto de inmediato con el Departamento de Ética y Cumplimiento de modo que la empresa pueda tratar la cuestión objetivamente.

La confianza debe ser en ambos sentidos. Si crees que tu supervisor debe hacer más para fomentar nuestra cultura de ética y cumplimiento, díselo a tu supervisor o a otras personas de la empresa.

APLICABILIDAD Y RENUNCIAS

En esta Guía se incluyen disposiciones obligatorias que aplican a todos los empleados, responsables y directores de PMI y a todo aquel que haga negocios en nuestro nombre. Infringir lo establecido en esta Guía y en los Principios y Prácticas de Cumplimiento puede resultar en la aplicación de medidas disciplinarias, incluida la finalización del contrato.

Cualquier renuncia a lo establecido en esta Guía requerirá la aprobación previa de la Junta Directiva de PMI.

Esta Guía se aplica a Philip Morris International Inc. y a sus sucursales y/o afiliadas directas e indirectas, denominadas colectivamente Philip Morris International, PMI o la empresa.

© Philip Morris International Management SA

