

LAS 10 CLAVES

del Informe Integrado de PMI 2024: Una transformación definitiva

Descubre cómo Philip Morris International avanza hacia la consecución de su propósito y recibe información detallada sobre su visión estratégica, rendimiento, gobernanza y creación de valor.

➔ Este documento debe leerse conjuntamente con el [Informe Integrado de PMI 2024](#)

PMI aspira a sustituir por completo, y cuanto antes, los cigarrillos por productos sin humo que, según se ha demostrado científicamente, son menos nocivos que fumar, al tiempo que, a largo plazo, sienta las bases de un negocio sólido en los ámbitos de estilo de vida, bienestar del consumidor y salud.

El propósito de nuestra empresa está claramente articulado en la **Declaración de Propósitos de PMI**, una declaración emitida por nuestro Consejo de Administración. La Declaración de Objetivos también reconoce a las partes interesadas más críticas para la creación de valor y la sostenibilidad a largo plazo.

EXTRACTOS DE LA DECLARACIÓN DE OBJETIVOS DE PMI



En 2016, con el pleno apoyo del Consejo de Administración, **PMI anunció su nuevo propósito de ofrecer un futuro libre de humo**. Desde entonces, PMI ha alineado plenamente a sus empleados con este propósito y ha cambiado rápidamente su enfoque organizativo y sus recursos hacia alternativas libres de humo. PMI está transformando su negocio tradicional desde dentro hacia fuera y lidera el sector en esta transformación sin precedentes.

PMI mantiene su compromiso de **acelerar el fin del cigarrillo** y sentar las bases de un negocio sólido en áreas de bienestar y salud mientras nos esforzamos por desarrollar productos de éxito comercial que tengan un impacto positivo en la sociedad.

Los principales grupos de interés de PMI, que son **fundamentales tanto para la consecución de su objetivo como para el ritmo de su progreso**, se verán implicados de diferentes maneras por la transformación de PMI.

Para que su progreso fuera medible y verificable, PMI desarrolló un conjunto de indicadores clave de rendimiento a medida denominados **Métricas de Transformación Empresarial**. Este conjunto de métricas permite a las partes interesadas evaluar tanto el ritmo como la escala de su transformación y mostrar cómo está asignando recursos fuera de su negocio tradicional de cigarrillos, con el objetivo de basar el éxito en un futuro en el que ya no fabrique ni venda cigarrillos.

➔ Consultar la [Declaración de objetivos del PMI](#)

➔ Más información sobre [Compromiso de las partes interesadas de PMI](#)



Entendemos la sostenibilidad como un enfoque integral que prepara a nuestra organización para el futuro de múltiples maneras. La sostenibilidad es un componente clave de nuestra estrategia empresarial y nuestro éxito a largo plazo. En primer lugar, refuerza nuestra resiliencia al ayudarnos a anticipar y abordar los riesgos medioambientales y sociales antes de que afecten a nuestras operaciones. En segundo lugar, garantiza que nos adelantamos a la evolución de exigencias regulatorias, al tiempo que mantenemos los más altos niveles de transparencia y responsabilidad. Y lo que es más importante, vemos la sostenibilidad como un catalizador de la innovación y el crecimiento, que abre nuevas oportunidades de mercado e impulsa el desarrollo de productos que ofrecen soluciones y crean valor duradero. Este planteamiento no sólo protege nuestros intereses empresariales, sino que también cumple nuestro propósito más amplio de tener un impacto positivo en la sociedad y aportar valor a nuestros accionistas y stakeholders. Desde esta perspectiva, la sostenibilidad se convierte tanto en una prioridad estratégica como en una fuente de ventaja competitiva.

—**André Calantzopoulos**, Executive Chairman

1

DECLARACIÓN
DE OBJETIVOS



Transformar nuestra empresa no consiste simplemente en sustituir un producto por otro. Requiere cambiar toda nuestra cadena de valor, así como la forma en que nos relacionamos con la sociedad. Esto ha exigido una revisión holística de todo nuestro modelo empresarial y nuestra propuesta de valor, lo que supone retos y oportunidades para todos los aspectos de nuestro negocio.

TRANSFORMACIÓN DEL NEGOCIO DE PMI

Transformación de productos

Innovar para ofrecer mejores productos



Nuestras líneas de productos son el aspecto más visible de nuestra transformación. Durante la última década y media, hemos aprovechado los avances científicos y tecnológicos para desarrollar alternativas a los cigarrillos que, según se ha demostrado científicamente, son una opción mejor para los fumadores adultos que seguir fumando. Para lograr un futuro libre de humo, trabajamos sin descanso para eliminar progresivamente los cigarrillos sustituyéndolos por estas alternativas menos nocivas lo antes posible. Estamos aumentando el acceso de los fumadores adultos mejorando y ampliando nuestra cartera de productos libres de humo para satisfacer sus distintas necesidades y preferencias.

Con la vista puesta en el largo plazo, estamos dando pasos concretos para sentar las bases de nuestro negocio de bienestar y salud.

Apoyar la transformación



Productos de tabaco de combustión

Prioridades de crecimiento



Productos libres de humo

Nuevas oportunidades



Bienestar y salud

FUENTES

Transformación interna

Una nueva organización y cadena de valor



Desde que anunciamos nuestra visión sin humo, hemos llevado a cabo una importante reorganización, que se desarrolla a medida que avanzamos en nuestro viaje de transformación.

Internamente, seguimos invirtiendo en nuestros empleados para mejorar sus conocimientos y desarrollar las capacidades que necesitan para contribuir plenamente a nuestra transición empresarial. Paralelamente, estamos incorporando a los mejores talentos y adquiriendo nuevas capacidades. Asimismo, estamos incorporando nuevas formas de trabajo a medida que nos convertimos en una empresa cada vez más digitalizada, y orientada a proyectos, centrada en el consumidor, con agilidad y toma de decisiones basada en datos.

Más allá de nuestras propias operaciones, estamos transformando cada paso de nuestra cadena de valor para que sirva al propósito de nuestra empresa. Reconocemos los retos que plantean estos cambios y estamos ayudando activamente a todos los afectados (en nuestras operaciones directas e indirectas) a gestionar mejor la transición.



Transformación externa

Cambiar la forma de relacionarnos con los principales agentes



El compromiso con nuestros socios y otros agentes es fundamental para lograr nuestro propósito. Nuestra capacidad para transformarnos con éxito requiere que trabajemos con múltiples segmentos de la sociedad para crear un cambio de paradigma en el que los cigarrillos queden obsoletos. Esto es especialmente importante, ya que las circunstancias externas y las acciones de otros pueden influir en nuestra capacidad de avanzar, y debemos mantenernos ágiles y flexibles para afrontar estos retos, impulsar nuestra transformación y fomentar un impacto positivo en la sociedad.

El compromiso continuo también nos permite construir una comprensión compartida de los problemas de contingencia, responder proactivamente a las preocupaciones, identificar posibles áreas de compromiso y encontrar soluciones que sean buenas para nuestras partes interesadas, y para nuestro negocio y éxito a largo plazo.



Reconocemos que la transformación empresarial es un viaje específico de cada empresa, que las normas y los marcos de elaboración de informes de sostenibilidad no logran captar adecuadamente. Para ello, desarrollamos nuestras **Métricas de Transformación Empresarial**, un conjunto de indicadores clave de resultado (KPI) financieros y no financieros.

Estos KPI hacen que nuestro progreso hacia la consecución de nuestro propósito de convertirnos en una empresa libre de humo sea medible y verificable. Al hacerlo, se centran en el núcleo de nuestra estrategia de sostenibilidad, en consonancia con el resultado de nuestra evaluación de la materialidad de la sostenibilidad.

Asimismo, muestran cómo estamos asignando recursos fuera de nuestro negocio heredado a medida que avanzamos hacia un futuro en el que ya no basaremos nuestro éxito en la fabricación o venta de cigarrillos.

Al informar periódicamente y de forma transparente sobre estos indicadores -compartiendo tanto los avances interanuales como los acumulados- facilitamos el escrutinio externo y permitimos a nuestras partes interesadas evaluar el ritmo y la escala de nuestra transformación.

MÉTRICAS DE TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL

	2015 Base de referencia	2022	2021	2024	Aspiraciones	
Consumidores e ingresos	Número total de usuarios de productos libres de humo de PMI (en millones) ^{1*}	n/a	n/a	33,3	38,6	
	Número total de usuarios de IQOS (en millones) ^{1*}	0,2	25,1	28,8	32,2	
	Número estimado de usuarios que se han pasado a IQOS y han dejado de fumar (en millones) ^{2*}	0,1	18,1	21,1	23,0	
	Ratio de ingresos netos ajustados (libre de humo/total) ^{3*}	0,7%	32,1%	36,4 %	38,7%	>2/3 para 2030
Comercialización	Número de mercados en los que se venden productos libres de humo ^{4*}	7	73	84	95	100 para 2025
	Número de mercados donde >50 % de los ingresos netos son libres de humo*	0	17	25	23	~60 para 2030
	Número de mercados donde >75 % de los ingresos netos son libres de humo*	0	0	3	6	~40 para 2030
	Proporción de mercados en los que se venden productos libres de humo que son mercados de renta baja y media ^{5*}	33 %	43 %	48 %	49 %	>50% para 2025
	Proporción del gasto comercial (de marketing) (libre de humo/total)*	8 %	74 %	74 %	78 %	
	Volumen de envíos de productos libres de humo: unidades de tabaco calentado (miles de millones de unidades)*	0	109	125	140	
	Volumen de envíos - bolsitas de nicotina (millones de latas)*	0	42	421	644	
	Volumen de envíos de productos de tabaco de combustión (mil millones de unidades) ^{6*}	877	642	633	635	
Aprovisionamiento y operaciones	Cambio en el volumen de envíos de productos de tabaco de combustión (mil millones de unidades) frente a la base de referencia de 2015 ^{6,7*}	n/a	(26,8 %)	(27,9 %)	(27,6 %)	
	Ratio de gasto en I+D ajustado (libre de humo/total)*	69,6 %	98,8 %	99,4 %	99,5 %	
	Gasto directo en la cadena de suministro (libre de humo/total) ⁸	n/a	43 %	41 %	40 %	
	Número estimado de usuarios que se han pasado a IQOS y han dejado de fumar (en millones) ^{2*}	3 de 48	14 de 49	16 de 50	16 de 51	

Las métricas de 2024 marcadas con un asterisco (*) están sujetas al "Informe" de Verificación Limitada de PwC (disponible en las páginas 195-197 del Informe Integrado de PMI 2024).

Nota: Salvo que se indique lo contrario, todos las métricas de transformación empresarial aplicables incluyen datos relacionados con Swedish Match a partir del 11 de noviembre de 2022 (fecha de adquisición), así como los de nuestro negocio de bienestar y atención sanitaria

- El total de usuarios PMI libres de humo se define como la suma del total de usuarios IQOS, el total de usuarios libres de humo por vía oral y el total de usuarios de productos de vapeo de PMI, menos los policonsumidores en todas las categorías de productos libres de humo de PMI. Se revisaron los datos de usuarios de IQOS de 2022 y 2023. Para las definiciones, consulte las páginas 200-203 del [Informe Integrado de PMI 2024](#).
- Anteriormente, la métrica se denominaba "Número estimado de usuarios que se han pasado a los productos libres de humo de PMI y han dejado de fumar (en millones)". El cambio sólo afecta al nombre. La metodología sigue siendo la misma.
- Para la definición de ingresos netos relacionados con productos libres de humo, consulte las páginas 200- 203 del [Informe Integrado de PMI 2024](#). Los datos excluyen el impacto relacionado con la finalización del acuerdo de distribución en Oriente Medio en 2023.
- Para la definición de disponible para la venta, consulte las páginas 200- 203 del [Informe Integrado de PMI 2024](#).

- Excluyendo PMI Global Travel Retail. El informe del Banco Mundial publicado en 2021 se utiliza como base comparativa para la clasificación del nivel de renta. Para la definición de mercados de renta baja y media, consulte las páginas 200-203 del [Informe Integrado 2024 de PMI](#).

- El volumen de envíos de productos de tabaco de combustión incluye cigarrillos y otros productos de tabaco expresados en unidades equivalentes a cigarrillos..
- Este indicador se calcula sobre la base de millones de unidades.
- El gasto directo se centra en los materiales utilizados en la fabricación de nuestros productos; incluye la hoja de tabaco, los materiales directos y los dispositivos y accesorios electrónicos. Los datos no incluyen Swedish Match y el negocio de bienestar y atención sanitaria.
- Los datos reflejan el número de fábricas operadas y propiedad de PMI a finales del año respectivo. Las fábricas de productos libres de humo" se definen como instalaciones de fabricación de unidades de tabaco calentado y productos de nicotina de uso oral. El número de fábricas indicado se basa en la ubicación; es decir, si una instalación se encuentra en un solo lugar, pero tiene varias áreas físicas (plantas), se cuenta como una sola instalación.

➔ Más información sobre [Métricas de transformación empresarial de PMI](#)



PMI opera dentro de un sistema complejo que puede tanto permitir como restringir nuestra transformación. Aunque nuestra organización posee capacidades significativas y un amplio alcance, opera como parte de un sistema más amplio de mercados interconectados, cadenas de suministro y normativas que influyen en el ritmo de la transformación. Nuestro rendimiento en 2024 es una prueba de nuestro compromiso inquebrantable de transformar nuestra empresa para siempre. Hemos destacado en áreas que están bajo nuestro control, como la innovación, la transformación operativa y la preparación para el mercado. No obstante, factores incontrolables como las barreras regulatorias y las disrupciones geopolíticas afectaron indudablemente a nuestro progreso. A pesar de estas barreras externas, la dedicación y la ejecución estratégica de nuestros equipos en todo el mundo nos han posicionado con fuerza para seguir avanzando en nuestro camino hacia la consecución de una de las transformaciones corporativas más ambiciosas de la historia empresarial moderna.

—Jacek Olczak, CEO



Nuestro enfoque sobre sostenibilidad está anclado en una exhaustiva [evaluación de la materialidad](#) que sirve como herramienta empresarial estratégica para identificar nuestras prioridades sobre sostenibilidad. Este sólido proceso nos permite tomar decisiones con conocimiento de causa que generan valor empresarial y satisfacen las expectativas de las partes interesadas. Desde 2021, nuestra adopción de la "doble materialidad" ha reforzado nuestra capacidad para evaluar las cuestiones sobre sostenibilidad tanto desde el punto de vista del impacto como del financiero, ayudándonos a identificar oportunidades de crecimiento y diferenciación al tiempo que gestionamos los riesgos potenciales. Cada iteración ha reforzado nuestras capacidades estratégicas y, en 2024, fortalecimos aún más nuestro enfoque integrando los requisitos normativos, en particular la Directiva de la UE sobre informes de sostenibilidad corporativa (CSRD, por sus siglas en inglés), al tiempo que aprovechamos nuestro programa de gestión de riesgos empresariales para evaluar de forma sistemática las implicaciones financieras de los asuntos relacionados con la sostenibilidad.

CÓMO ABORDAMOS LA SOSTENIBILIDAD



Los organismos reguladores de todo el mundo están aplicando directrices más estrictas sobre transparencia y responsabilidad en materia de sostenibilidad, por lo que el cumplimiento de las cambiantes normas de sostenibilidad es crucial. Garantizar la preparación es la base y el fundamento de nuestra estrategia.

Identificar y mitigar los riesgos relacionados con la sostenibilidad vinculados a cuestiones medioambientales y sociales es esencial para la resiliencia empresarial. Protege nuestras operaciones, mejora nuestra reputación y crea oportunidades de crecimiento, garantizando nuestro éxito a largo plazo.

La racionalización de los procesos y la optimización de la asignación de recursos pueden mejorar la productividad, reducir los costes e impulsar la rentabilidad y la ventaja competitiva. Esto implica adoptar tecnología, adoptar prácticas circulares, optimizar nuestra cadena de suministro y desarrollar a nuestros empleados.

Alinear la sostenibilidad con los objetivos a largo plazo, impulsar la innovación para obtener valor competitivo y preparar nuestro negocio para el futuro son estrategias interconectadas que garantizan el éxito duradero y la relevancia de nuestra empresa en un mundo que cambia rápidamente.

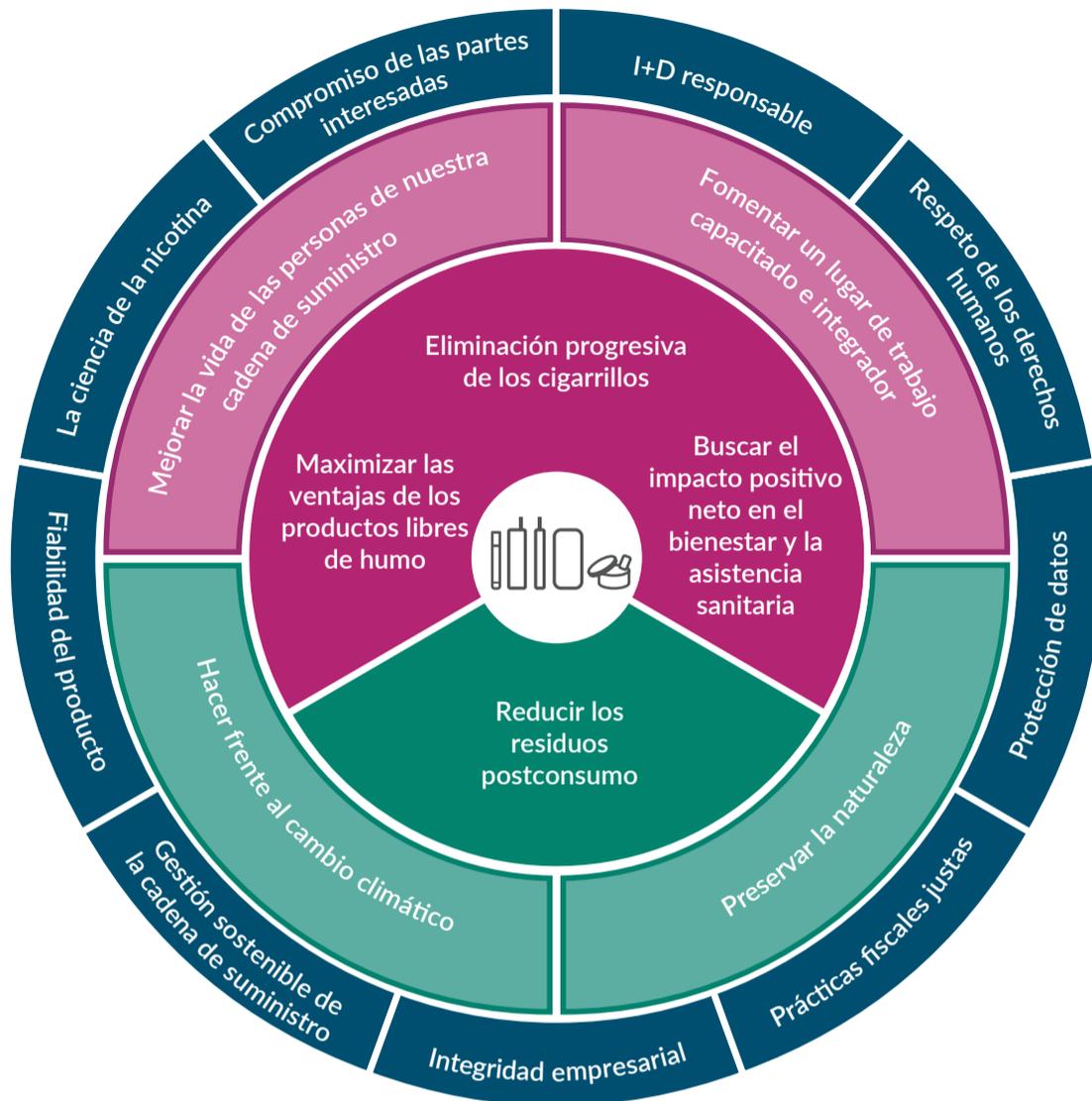
El liderazgo transformador es fundamental para cómo abordamos la sostenibilidad. Se trata de inspirar cambios significativos y duraderos en PMI y en nuestra industria, influyendo en las normas, dando forma a la política e impulsando un cambio sistémico que redefine las expectativas del mercado.

➔ Más información sobre el [Informe de materialidad de sostenibilidad 2021 de PMI](#)

➔ Más información sobre [El enfoque de sostenibilidad de PMI](#)

➔ Más información sobre [PLa renovada Evaluación de materialidad de PMI](#)

La sostenibilidad es algo más que un medio para minimizar las externalidades negativas y mitigar los riesgos al tiempo que se maximiza la eficiencia operativa y la optimización de los recursos. Consideramos que se trata de una oportunidad fundamental para la innovación, el crecimiento y la creación de valor a largo plazo, impulsada por los objetivos y el impacto.



El enfoque de la empresa en materia de sostenibilidad aborda sus prioridades ambientales, sociales y gobernanza a través de ocho estrategias orientadas al impacto: cuatro centradas en el impacto de los productos y otras cuatro en los impactos derivados de sus operaciones empresariales. Las políticas, normas y procedimientos de la empresa definen su capacidad para aplicar con éxito estas estrategias.

➔ Más información sobre [El enfoque de sostenibilidad de PMI](#)



Nuestra solidez financiera, combinada con nuestra clara orientación estratégica y nuestro compromiso con la sostenibilidad, nos sitúa en una buena posición para seguir invirtiendo en el futuro que prevemos. Seguimos confiando en que nuestro enfoque integrado, que vincula el éxito financiero con un impacto social positivo, es el camino a seguir. El camino hacia la transformación requiere paciencia, persistencia y colaboración. Aunque no podemos controlar todas las variables que influyen en nuestro progreso, podemos demostrar y seguiremos demostrando nuestro compromiso a través de acciones concretas, informes transparentes y un enfoque inquebrantable en nuestra visión libre de humo. Nuestra estrategia financiera, nuestro compromiso con la sostenibilidad y nuestros objetivos empresariales siguen perfectamente alineados con esta meta.

—**Emmanuel Babeau**, Chief Financial Officer



La Hoja de Ruta 2025 de PMI esboza nuestros objetivos clave e informa la ruta del plan a largo plazo de nuestra empresa. **Con una vigencia hasta finales de 2025, incluye 11 objetivos principales, cada uno vinculado a nuestras ocho estrategias, que tienen como finalidad abordar los temas prioritarios de sostenibilidad identificados en nuestro análisis de materialidad realizado en 2021.**

AVANCES EN NUESTRA HOJA DE RUTA 2025

		Objetivos	Temas prioritarios de sostenibilidad
IMPACTO DEL PRODUCTO	 Eliminación progresiva de los cigarrillos	1 Trabajar intencionadamente hacia la eliminación progresiva de los cigarrillos asegurando que nos convirtamos en una sustancialmente libre de humo en términos de ingresos netos para 2030, y continuar reduciendo nuestro volumen de envíos de productos combustibles.	Impacto del producto en la salud
	 Maximizar las ventajas de los productos libres de humo	2 Desarrollar y comercializar alternativas libres de humo basadas en la ciencia, poniéndolas a disposición en 100 mercados (de los cuales al menos la mitad sean mercados de renta baja y media) y continuar aumentando el número total de usuarios.	Repercusiones de los productos en la salud; comunicaciones sobre ventas, marketing y consumo
		3 Implantar sólidos programas de prevención del acceso de menores a los canales minoristas indirectos y garantizar que las ventas de nuestros productos respeten nuestros Códigos de Marketing.	
	 Buscar un impacto positivo neto en el bienestar y la asistencia sanitaria	4 Sentar las bases para evolucionar, a largo plazo, hacia una empresa más amplia centrada en el estilo de vida, el bienestar del consumidor y la atención sanitaria.	Innovación en bienestar y asistencia sanitaria
	 Reducir los residuos postconsumo	5 Reducir los residuos postconsumo y evitar que se tiren a la basura aplicando programas integrales que abarquen todos nuestros consumibles.	Ecodiseño de Residuos postconsumo
		6 Seguir los principios de ecodiseño y circularidad para todos los dispositivos electrónicos sin humo	
IMPACTO OPERACIONAL	 Fomentar un entorno de trabajo inclusivo y en el que las personas se sientan empoderadas.	7 Fomentar una cultura justa e integradora que promueva el desarrollo continuo de nuestros empleados	Cultura justa e inclusiva; desarrollo del capital humano.
	 Mejorar la calidad de vida de las personas de nuestra cadena de suministro	8 Erradicar el trabajo infantil sistémico en nuestra cadena de suministro de tabaco	Bienestar socioeconómico de las comunidades de cultivadores de tabaco
		9 Garantizar que todos los cultivadores de tabaco contratados tengan unos ingresos dignos; colaborar con nuestros proveedores directos para promover un salario digno para sus trabajadores.	
	 Hacer frente al cambio climático	10 Lograr la neutralidad de carbono en nuestras operaciones y acelerar nuestra descarbonización hacia el cero neto en toda nuestra cadena de valor.	Clima
	 Preservar la naturaleza	11 Promover la biodiversidad, abordar los retos críticos relacionados con el agua, garantizar la no conversión de ecosistemas naturales y detener la deforestación tanto en nuestra cadena de suministro de tabaco como en la de pulpa y papel.	Biodiversidad; Agua

7

ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD

En 2021, desarrollamos el Índice de Sostenibilidad de PMI para medir objetivamente y comunicar de forma rigurosa el progreso hacia nuestras aspiraciones, utilizando un conjunto de métricas claramente definidas y verificables.

Hemos completado el primer ciclo de unidades (PSU) de acciones en función de los resultados de nuestro Índice de Sostenibilidad 2022-2024, que representa el 30 % de nuestra recompensa en acciones a largo plazo en función de los resultados. Alcanzamos una puntuación global del 89 %, con un 76 % en sostenibilidad de productos ("qué" vendemos) y un 115 % en sostenibilidad operativa ("cómo" operamos). De los 19 indicadores clave de rendimiento que constituyen el índice, superamos nuestros objetivos en diez.



Información adicional sobre el Índice de Sostenibilidad PMI

Encontrarás información detallada sobre el Índice de Sostenibilidad de PMI en:

- [Declaración de Representación anual de PMI](#): para la divulgación del cumplimiento del rendimiento asociado a las adjudicaciones consolidadas.
- [Informe Integrado anual de PMI](#): para la divulgación de la estructura de la versión del Índice introducida en el año al que se refiere el informe.
- [Protocolo KPI de sostenibilidad de PMI](#): para una explicación transparente de cómo definimos y medimos el progreso, cada KPI del Índice tiene su propio estándar, que incluye definiciones, supuestos, alcance, metodología y base de elaboración.
- [PMI.com](#): para saber más sobre la estructura, el gobierno y el funcionamiento del Índice de Sostenibilidad, incluida la puntuación.

ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD 2024-2026

El Informe Integrado 2024 de PMI presenta el Índice de Sostenibilidad 2024-26 de la empresa, vinculado al ciclo 2024-2026 de PSU. Este nuevo Índice mantiene la continuidad con su predecesor, el Índice 2023-25, reflejando las prioridades resultantes de nuestra evaluación de materialidad de sostenibilidad de 2021.

➔ Más información sobre el [Índice de Sostenibilidad de PMI](#) y el [Protocolo KPI de Sostenibilidad](#)

LO MÁS DESTACADO DE 2024

IMPACTO DEL PRODUCTO

SOCIAL	38,6 m Usuarios estimados de productos libres de humo de PMI, incluidos 32,2 millones de usuarios de IQOS (2023: 33,3 m y 28,8 m) ¹	38,7 % de los ingresos netos ajustados derivados de productos libres de humo (2023: 36,4%) ²	95 Mercados en los que están a la venta productos libres de humo de PMI, ³ de los cuales el 49 % se encuentran en mercados de renta baja y media ⁴ (2023: 84, 48%)
	6 Mercados en los que más del 75 % de los ingresos netos anuales son libres de humo (2023: 3)	14,0 mil millones de dólares Inversión acumulada de 12.500 millones de dólares en productos libres de humo desde 2008 (2023: USD 12,5 mil millones) ⁵	99 % de volumen total de envíos cubierto por programas de prevención del acceso de los jóvenes a los canales minoristas indirectos (2023: 98%) ⁶
MEDIOAMBIENTE	867.000 Número acumulado de dispositivos electrónicos libres de humo renovados o reparados desde 2021 (2023: 320.000) ⁷	92 % de volumen de envíos cubierto por mercados con programas antidesecho en vigor para cigarrillos combustibles (2023: 76%) ⁷	Primeras Declaraciones ambientales de producto (EPD) precertificadas publicadas sobre los dispositivos de la serie IQOS ILUMA i.

IMPACTO OPERACIONAL

SOCIAL	99 % De agricultores contratados que suministran tabaco a PMI y obtienen ingresos vitales (2023: 96%) ⁸	10 Evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos realizadas desde 2018 en los países de mayor riesgo (2023: 8) ⁷	0,01 % Prevalencia de trabajo infantil entre los agricultores contratados que suministran tabaco a PMI (2023: 0,1%) ^{7,17}
	61 % De nuestras instalaciones de fabricación certificadas como neutras en carbono (2023: 43%)	AAA- Una puntuación de CDP para Clima y Bosques, y A- para Seguridad Hídrica	100 % De los suministros de papel, cartón y pasta de papel adquiridos sin riesgo de deforestación bruta de bosques primarios y protegidos (2023: 95%) ⁷



Muchos podrían considerar paradójico el binomio tabaco y sostenibilidad, pero esta contradicción percibida es precisamente lo que hace que nuestras acciones tengan impacto y que nuestra historia sea tan apasionante. Para nosotros, la sostenibilidad es una oportunidad de transformar nuestra industria desde dentro, demostrando que el cambio positivo puede surgir de lugares inesperados. Combinando experiencia, talento y dedicación estamos demostrando cómo una empresa puede evolucionar para crear un impacto positivo duradero para los consumidores, la sociedad y el planeta.

—Jennifer Motles, Chief Sustainability Officer

1. El total de usuarios PMI libres de humo se define como la suma del total de usuarios IQOS, el total de usuarios libres de humo por vía oral y el total de usuarios de productos de vapeo de PMI, menos los policonsumidores en todas las categorías de productos libres de humo de PMI. Se actualizaron los datos de los usuarios de IQOS de 2023. Para las definiciones, consulte las páginas 200–203 del [Informe Integrado de PMI 2024](#).
 2. Para la definición de ingresos netos relacionados con productos libres de humo, consulte las páginas 200– 203 del [Informe Integrado de PMI 2024](#). Los datos excluyen el impacto relacionado con la finalización del acuerdo de distribución en Oriente Medio en 2023.
 3. Para la definición de disponible para la venta, consulte páginas 200– 203 del [Informe Integrado de PMI 2024](#).
 4. Excluyendo PMI Global Travel Retail. El informe del Banco Mundial publicado en 2021 se utiliza como base comparativa para la clasificación del nivel de renta. Para la definición de mercados de renta baja y media consulte las páginas 200-203 del [Informe Integrado de PMI 2024](#).
 5. Las inversiones reflejan la investigación, el desarrollo comercial y de productos, la capacidad de producción, la fundamentación científica y los estudios sobre la comprensión del fumador adulto. Las cifras no incluye Swedish Match ni el negocio de bienestar y salud.
 6. El volumen total de envíos incluye cigarrillos, otros productos del tabaco (OTP) y consumibles de productos sin humo. Para más información, consulte el [Protocolo de KPI de Sostenibilidad 2024 de PMI](#). Los datos no incluyen Swedish Match y el negocio de bienestar y atención sanitaria.
 7. Para más información, consulte el [Protocolo de KPI de Sostenibilidad 2024 de PMI](#).
 8. Excluye China, Suiza e India (tabaco curado en estufa) debido a restricciones en los datos sobre los ingresos de los agricultores, así como a Tailandia y Tanzania, ya que el referente de ingreso digno aún está en desarrollo. Para obtener más información sobre la metodología, consulte el [Protocolo de KPI de Sostenibilidad 2024 de PMI](#).

