

Código de conducta del grupo Müller Martini

Abril de 2024

Contenido

1.	Finalidad y alcance	3
2.	Nuestros valores fundamentales	3
3.	Dirección empresarial	3
4.	Derechos humanos, puesto de trabajo e igualdad de oportunidades	3
5.	Orientación hacia el cliente	4
6.	Proveedores	5
6.1	Actuación ante materiales conflictivos	5
7.	Medioambiente	5
8.	Integridad en el marco de nuestras actividades comerciales	5
8.1	Confidencialidad y protección de datos	6
8.2	Libros de cuentas y documentación.....	6
8.3	Propiedad comercial y activos	6
8.4	Conflictos de intereses	6
8.5	Corrupción y soborno	6
8.6	Competencia y derecho sobre cárteles.....	7
8.7	Prevención de blanqueo de dinero	7
8.8	Normas sobre economía exterior, control de exportaciones y arancelarias.....	7
9.	Aplicación	7
9.1	Decisiones comerciales éticas.....	7
9.2	Cumplimiento	8
9.3	Mensajes y quejas.....	8
10.	Disposiciones finales	9

1. Finalidad y alcance

Este código de conducta del grupo Müller Martini (al que también pertenece el grupo empresarial Hunkeler) define nuestros valores y principios fundamentales, según los cuales llevamos a cabo nuestras actividades comerciales y están pensados para ayudarnos a aplicar unos elevados niveles éticos, profesionales y legales. El código de conducta tiene validez en todo el mundo para todas las personas que trabajan en el grupo Müller Martini.

2. Nuestros valores fundamentales

Planificamos y llevamos a cabo nuestras actividades en concordancia con nuestros valores fundamentales, que constituyen una base común para toda la plantilla del grupo Müller Martini de todo el mundo. Estos valores fundamentales sirven de fundamento para convertirnos en un colaborador de confianza para todas las personas interesadas. Y estos valores establecen un nivel con el que queremos medirnos.

Nuestros valores son los siguientes:

- Gestión sostenible
- Competencia en soluciones
- Compromiso
- Orientación hacia el cliente
- Continuidad
- Calidad

3. Dirección empresarial

La dirección empresarial del grupo Müller Martini trabaja con miras a largo plazo para lograr un éxito duradero para todas las personas interesadas, por ejemplo nuestros clientes, trabajadores, proveedores y propietarios. Consideramos que vale más la pena un éxito a largo plazo que una maximización de los beneficios a corto plazo.

Cuidamos la cultura empresarial de la responsabilidad, fiabilidad y continuidad. Consideramos que nuestra responsabilidad empresarial radica en asegurar el futuro de nuestro negocio y de nuestra empresa más allá de la siguiente generación y teniendo en cuenta los aspectos sociales y ecológicos.

Fomentamos una cultura de la confianza y respeto mutuos, y de un diálogo abierto, y buscamos alcanzar un óptimo entre una orientación politicofinanciera conservadora y las ambiciones empresariales. La dirección, marcada por el compromiso y una idea empresarial, debe servir de modelo y motivar al personal a través de actuaciones responsables y humanas.

Nos comunicamos de forma profesional y la información que trasladamos a los clientes, trabajadores, proveedores y a los medios y al público en general es clara, correcta y transparente.

4. Derechos humanos, puesto de trabajo e igualdad de oportunidades

Nuestros empleados y empleadas constituyen el soporte de nuestro éxito. Cuidamos la salud de nuestro personal configurando los puestos de trabajo y las plantas de producción, de tal modo que se evitan los posibles peligros que pudieran provocar accidentes, enfermedades u otros riesgos

para la seguridad. Las dudas en cuanto a seguridad y salud detectadas o comunicadas se abordan inmediatamente.

El grupo Müller Martini tiene en cuenta y apoya el cumplimiento de los derechos humanos reconocidos internacionalmente de las Naciones Unidas y

- respeta la dignidad personal, la esfera privada y los derechos personales de cada cual,
- protege y salvaguarda el derecho a la libertad de opinión y a la libertad de expresión,
- no tolera ningún tratamiento inaceptable de los trabajadores, como la violencia física ni psicológica.

El grupo Müller Martini no tolera en el puesto de trabajo ni el acoso ni la discriminación de ningún tipo, especialmente debido a la nacionalidad, raza, género, edad, religión, orientación sexual, una posible discapacidad o cualquier otra característica personal protegida legalmente. Respetamos la diversidad de nuestros empleados.

El grupo Müller Martini no acepta ninguna forma de trabajo forzado, obligatorio ni infantil.

Prohibición del trabajo infantil

Müller Martini no tolera el trabajo infantil. Solo contratamos a personal que tenga la edad mínima legal del lugar y esto es también lo que exigimos a nuestros socios comerciales y proveedores.

Prohibición de trabajo forzado y obligatorio

Está prohibido cualquier trabajo forzado y obligatorio. El socio comercial no debe forzar a sus empleados, como condición previa para la contratación, a que le entreguen su carnet de identidad, pasaporte o su permiso de trabajo.

Remuneración

La remuneración se orienta según las leyes vigentes y, dado el caso, los convenios y contratos colectivos vinculantes, si los hubiera, y estarán complementados por las correspondientes leyes nacionales relativas al salario mínimo interprofesional. Respetamos las leyes vigentes y las normas de trabajo (internacionales) con respecto a la jornada laboral máxima permitida y garantizamos que la jornada laboral, incluidas las horas extra, no supere los límites legales máximos permitidos correspondientes.

5. Orientación hacia el cliente

Centramos nuestras actividades en el beneficio del cliente. Una cultura de trabajo y empresarial abierta es requisito indispensable para buscar y encontrar soluciones innovadoras para productos y servicios de interés para el cliente. No hacemos concesiones en materia de calidad, precisión y servicio al cliente.

Consideramos una obligación que nuestros productos para los clientes sean seguros y fiables. Respetamos los estándares industriales y todas las leyes y directivas aplicables relativas a la seguridad del producto.

Con nuestra red de distribución y servicio mundial nos encargamos de que nuestros especialistas atiendan rápidamente a los clientes de todos los continentes. Gracias a unos profesionales de ventas y de servicio con capacidades técnicas y comunicativas, nuestras representaciones se posicionan como puntos de contacto y colaboradores líderes de la industria gráfica. Para atender a

nuestros clientes, mantienen sus conocimientos técnicos actualizados gracias a una formación continua.

Siempre que se vean afectados los intereses del consumidor, nos remitimos a las normas de protección del consumidor y a prácticas adecuadas de distribución, marketing e información.

6. Proveedores

Esperamos que nuestros proveedores respeten los principios fundamentales de este código de conducta o que apliquen códigos de conducta similares. Además, les animamos a que apliquen los contenidos de este código de conducta también a sus cadenas de suministro.

Nos reservamos el derecho a verificar la aplicación de este código de conducta por parte de nuestros proveedores de forma sistemática y en cada ocasión, y a solicitar la documentación correspondiente. Esto puede llevarse a cabo, por ejemplo, en forma de cuestionarios, valoraciones o auditorías.

Si, posteriormente, existieran dudas acerca del cumplimiento de este código de conducta, al proveedor se le solicitará que tome las medidas pertinentes y comunique el procedimiento a su persona de contacto encargada del grupo Müller Martini. Si fuera necesario, la cooperación finalizaría.

6.1 Actuación ante materiales conflictivos

Tomamos medidas con la precaución necesaria para evitar el uso de materiales conflictivos en nuestros productos. De este modo evitamos vulnerar los derechos humanos, la corrupción y la financiación de grupos armados o similares. Los proveedores de Müller Martini están obligados a que las mercancías y materiales destinados a la fabricación de sus productos no se utilicen de forma ilegal o poco ética ni se utilicen minerales procedentes de zonas de conflicto o de alto riesgo. Entre los minerales problemáticos se encuentra, especialmente, el estaño, tantalio, wolframio, cobalto y oro.

7. Medioambiente

El grupo Müller Martini está obligado al principio de la sostenibilidad y asume su responsabilidad ecológica. Desarrollamos productos de alta calidad que cumplen los requisitos de nuestros clientes y que, gracias a su funcionalidad, precisión y eficiencia energética, cuidan los recursos naturales y cumplen las leyes y reglamentos aplicables en materia de protección medioambiental.

Tenemos en cuenta los asuntos medioambientales en nuestras actividades comerciales, ya sea en el desarrollo de nuevos productos o en la planificación de nuevas plantas de producción y la infraestructura de los edificios. Tanto la eficiencia como el rendimiento de nuestros productos y nuestras plantas de producción se mejoran continuamente. El grupo Müller Martini utiliza recursos como la energía, agua y materiales de forma sostenible y eficiente. Ayuda a los clientes con un funcionamiento sostenible de los equipos a lo largo de toda su vida útil.

8. Integridad en el marco de nuestras actividades comerciales

Llevamos a cabo nuestros negocios de forma justa y honrada y respetamos las leyes y reglamentos vigentes, así como nuestras directivas internas. Observamos tanto el texto como el espíritu de estas reglas.

8.1 Confidencialidad y protección de datos

Toda nuestra información confidencial e interna, incluidos los secretos comerciales y los conocimientos técnicos, se deben proteger y asegurar para que no se faciliten de forma no autorizada ni adecuada, ni se den a conocer públicamente. Está prohibido que los empleados utilicen, sustraigan, compartan o publiquen información confidencial en beneficio propio ni para fines inapropiados o ilegales. Las infracciones relativas a la confidencialidad, la protección de datos o la seguridad de los mismos se deben comunicar inmediatamente como estipula la ley. Tenemos en cuenta las leyes y reglamentos aplicables en materia de protección de datos. Prohibimos la falsificación o la falsedad de la información.

Nos tomamos muy en serio la protección de los datos personales de los empleados, proveedores y clientes. De conformidad con las leyes locales de protección de datos, Müller Martini trata los datos personales de los empleados solamente según sea necesario en el marco de obligaciones mutuas y para alcanzar nuestros fines comerciales.

8.2 Libros de cuentas y documentación

Documentamos todos los procesos comerciales relevantes de forma correcta, íntegra, actualizada y conforme a las condiciones reales (true and fair).

Nuestros libros de cuentas y el resto de documentación comercial se protegen de modificaciones y falsificaciones inadmisibles y del acceso no autorizado, y se archivan.

8.3 Propiedad comercial y activos

La propiedad, la propiedad intelectual y los activos, así como los medios de servicio del grupo Müller Martini se deben proteger, asegurar y conservar con medidas adecuadas. Tales propiedades y el capital se deben utilizar exclusivamente para los fines comerciales en interés del grupo Müller Martini y sus sociedades y, de ningún modo, para beneficio personal o para fines inapropiados o ilegales. Todos los resultados de los trabajos relacionados con la actividad de los empleados corresponden exclusivamente al grupo Müller Martini en el marco de las normas legales de los países correspondientes.

Respetamos la propiedad, la propiedad intelectual y los activos de terceros.

8.4 Conflictos de intereses

Evitamos todos los negocios y actividades que entren en conflicto con los intereses del grupo Müller Martini, que puedan suponer un inconveniente para estos intereses o que pueda parecer que solo sirven para nuestra ventaja o beneficio personal. Concretamente, esto se puede referir a actividades adicionales y obligaciones fuera del grupo Müller Martini, acuerdos con socios comerciales en los que participen familiares o amigos, o participaciones cercanas a o dentro de actividades comerciales que compitan con las actividades comerciales del grupo Müller Martini. Los conflictos de intereses existentes o los que puedan resultar se deben comunicar inmediatamente al jefe o al director de su empresa para que se pueda comprobar si realmente se trata de un conflicto de intereses y ver cómo se puede regularizar la situación de la forma más justa y transparente. En todo caso, las personas afectadas deberán retirarse a la hora de tomar las decisiones.

8.5 Corrupción y soborno

No aceptamos sobornos y no consentimos ningún tipo de corrupción. Solamente ofrecemos o aceptamos regalos, invitaciones y atenciones personales relacionados con nuestra actividad comercial, siempre y cuando, con respecto a su valor y su frecuencia, correspondan en su totalidad

y sean acordes a las costumbres y usos locales y cumplan la ley vigente. Nos aseguramos que estos regalos, invitaciones y atenciones personales no influyan en nuestras decisiones comerciales. Evitamos ofrecer o aceptar regalos, invitaciones o atenciones personales cuando se trata de dinero en efectivo o medios de pago similares, cuando pudiera parecer que con ellos se puede influir o mantener de forma inequitativa contratos, negocios u otros servicios o cuando pudieran suponer un conflicto de intereses para las partes implicadas. Evitamos prometer, ofrecer o garantizar a los empleados u otros representantes (o miembros de la familia o amigos de esta persona) de los clientes y socios comerciales sobornos, otros pagos irregulares o donativos de cierto valor.

8.6 Competencia y derecho sobre cárteles

Con respecto a otros participantes del mercado, nos encontramos dentro de una competencia justa sobre la base de la calidad, el servicio y el precio, y respetamos todas las leyes y reglamentos aplicables relativos al derecho de competencia y de cárteles. Especialmente, no participamos en pactos, acuerdos o intercambio de información con la competencia con respecto a fijar precios, reparto/limitaciones del mercado o boicots/rechazos a relaciones comerciales.

8.7 Prevención de blanqueo de dinero

Se llama blanqueo de dinero al procedimiento de introducir el dinero obtenido ilegalmente o los activos obtenidos ilegalmente en el circuito financiero y económico legal. Respetamos nuestras obligaciones legales sobre la prevención del blanqueo de dinero y no participamos en transacciones que sirvan para encubrir o integrar activos obtenidos de forma criminal o ilegal.

8.8 Normas sobre economía exterior, control de exportaciones y arancelarias

El grupo Müller Martini tiene en cuenta todas las normas, reglamentos y acuerdos sobre la economía exterior, aranceles, embargos, CBAM y lucha contra el terrorismo, así como las normas y reglamentos relacionados para el servicio de pagos vigente en los diferentes países participantes del negocio, y espera un comportamiento conforme de sus socios comerciales y de negocios. Todos los trabajadores deben cumplir las normas sobre economía exterior y arancelarias vigentes en su área de responsabilidad, así como las disposiciones de importación y exportación en el caso del transporte de mercancías, tecnologías y servicios transfronterizos, y dirigirse previamente al departamento responsable de exportaciones/aduanas. Previamente y según las normas y reglamentos aplicables en cada caso, el departamento técnico responsable del control aduanero y exportaciones deberá comprobar los procesos de importación y exportación.

9. Aplicación

9.1 Decisiones comerciales éticas

A diario tomamos decisiones comerciales que tienen una dimensión ética que pueden influir en los activos, el éxito o la reputación del grupo Müller Martini. Para que podamos tomar decisiones comerciales bien fundamentadas, debemos preguntarnos lo siguiente:

- ¿Esta decisión es de interés también a largo plazo para el grupo Müller Martini?
- ¿Sentiría vergüenza si mi decisión o las consecuencias de la misma se publicaran en un periódico?
- ¿Se ve limitada en todo caso mi capacidad de representar hacia el exterior los intereses del grupo Müller Martini y de tomar las correspondientes decisiones?

- ¿Se encuentra la decisión dentro de mi área de responsabilidad y de la disposición al riesgo del grupo Müller Martini?
- ¿Estamos haciendo «lo correcto» y es legal?

En caso de dudas, será necesario recibir las recomendaciones o instrucciones pertinentes por parte del jefe.

9.2 Cumplimiento

Esperamos que todos los trabajadores conozcan este código de conducta y se comporten en función de sus disposiciones. Si se incumple el código de conducta, se pueden tomar medidas disciplinarias, incluida la finalización de la relación laboral.

9.3 Mensajes y quejas

Los empleados y socios comerciales que, actuando de buena fe, crean que determinados comportamientos infringen este código de conducta o que implican infracciones legales, deberán comunicar estos comportamientos a través de la oficina de comunicaciones «Integrity Hotline» en

<https://mullermartini.integrityline.io/>

Estos mensajes se tratarán confidencialmente. Los empleados que, actuando de buena fe, comuniquen una posible infracción del código de conducta, no deben temer ninguna consecuencia negativa debido a este mensaje con respecto a su relación laboral. Los mensajes y las quejas de los empleados se verificarán y se tramitarán lo antes posible.

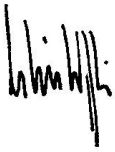
Disposiciones finales

Los principios fundamentales que figuran en este código de conducta se completan con otras directivas y reglamentos internos, tanto a nivel de grupo como a nivel de la filial.

Este código de conducta ha sido aprobado por el consejo de administración y la dirección del grupo de Müller Martini Holding AG en la sesión del 17 de abril de 2024 y entra en vigor el 1 de mayo de 2024. El código de conducta está disponible en diferentes idiomas. En caso de que haya diferencias de contenido entre las versiones de los diferentes idiomas, la referencia será la versión alemana.

Cualquier cambio en el código de conducta requiere la aprobación del consejo de administración de Müller Martini Holding AG.

Hergiswil, 22 de abril de 2024 Müller Martini Holding AG



Martin Wipfli
Presidente del consejo de administración



Bruno Müller
CEO

Müller Martini Holding AG
Sonnenbergstrasse 13
6052 Hergiswil, Suiza
Tel. +41 41 632 68 68