

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

GREAT PACKAGING GROUP

REVISADO 12 OCTUBRE, 2024



Tabla de contenido

1.	<i>Finalidad y Objeto de la Política</i>	3
2.	<i>Definiciones</i>	3
3.	<i>Ámbito de la aplicación</i>	3
4.	<i>Políticas relacionadas</i>	3
5.	<i>Principios que rigen la Sostenibilidad en el Grupo</i>	5
6.	<i>Integración de la sostenibilidad en el modelo de negocio de Great Packaging</i>	6
7.	<i>Principios que rigen la relación con los Grupos de Interés</i>	8
8.	<i>Mecanismos de supervisión y asesoramiento</i>	11
9.	<i>Comunicación de las prácticas de Sostenibilidad</i>	12
10.	<i>Actualización de la Política</i>	12
11.	<i>Difusión y comunicación de la Política</i>	12

1. Finalidad y Objeto de la Política

1.1. Finalidad de la Política de Sostenibilidad

A través de la presente Política de Sostenibilidad (en adelante, la “**Política**”), se busca definir los principios que Great Packaging asume en las relaciones con todos sus Grupos de Interés, favoreciendo la integración de prácticas de sostenibilidad en su modelo de negocio y con el compromiso de que todas sus actividades se realizarán de manera respetuosa con las personas, el medio ambiente y la comunidad en general, a partir del compromiso de la empresa con el respeto de los Derechos Humanos y con el desarrollo sostenible.

1.2. Objetivos de la Política

Los valores que se desprenden de la presente Política inspiran la actuación del Grupo, en particular de la Dirección, orientando la adopción de sus decisiones.

La Política facilita igualmente el conocimiento, la difusión y la aplicación de la cultura ética corporativa de Great Packaging, firmemente asentada en la sostenibilidad de su modelo de negocio.

2. Definiciones

A los efectos de la presente Política, los términos definidos en este apartado tienen el significado descrito a continuación:

- / Great Packaging (también la “Compañía” o la “Sociedad”): Great Packaging International Division S.L.), sociedad cabecera Great Packaging (tal y como se define a continuación).
- / Grupo Great Packaging (también el “Grupo”): conjunto de sociedades en las que Great Packaging sea titular, directa o indirectamente, de al menos el 50% del capital social o de los derechos de voto.
- / Grupos de Interés: empleados, clientes, accionistas, fabricantes y proveedores, socios de negocio, organizaciones no gubernamentales, comunidades locales y la sociedad en su conjunto.
- / Sostenibilidad: se entiende por sostenibilidad, en el contexto de Great Packaging, una oferta de productos que respete rigurosamente los Derechos Humanos y laborales en toda la cadena de valor y cumpla con los más exigentes estándares medioambientales y de salud y seguridad, todo ello sobre la base de la transparencia y el diálogo continuo con los Grupos de Interés de la Sociedad.

3. Ámbito de la aplicación

Esta Política se aplica a Great Packaging y a su Grupo, y vincula a todo su personal, independientemente de la posición y función que desempeñe.

La aplicación de la Política podrá hacerse extensiva, total o parcialmente, a cualquier otra persona física y/o jurídica vinculada con Great Packaging por una relación distinta de la laboral, cuando ello sea posible por la naturaleza de la relación y resulte conveniente para el cumplimiento de la finalidad de aquel.

4. Políticas relacionadas

La presente Política se encuentra vinculada a la siguiente normativa interna, en la que se desarrollan en detalle los principios planteados en

ella:

- / Código de Conducta y Prácticas Responsables.
- / Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.
- / Política de Compras Sostenibles
- / Política de Derechos Humanos.
- / Política de Productos Forestales.
- / Política de Diversidad e Inclusión.
- / Política de Inversión en la Comunidad.
- / Procedimiento del Canal Ético.
- / Política de *Compliance*.

- / Políticas de Integridad.
- / Política de *Due Diligence*.

5. Principios que rigen la Sostenibilidad en el Grupo

En el desarrollo de su actividad, Great Packaging incorpora criterios de desarrollo sostenible en todas las áreas de su negocio, garantizando el respeto y promoción de los Derechos Humanos y laborales de todos sus grupos de interés, una gestión eficiente de los recursos naturales y una protección adecuada del entorno en el que opera y de los ecosistemas que lo integran, en línea con principios medioambientales consistentes con los límites del planeta.

Con el objeto de llevar a efecto la presente Política, Great Packaging se compromete a cumplir y hacer cumplir en su cadena de valor los siguientes principios, siempre que el cliente final lo acepte:

- a. La consideración de las variables sociales, medioambientales, y de salud y seguridad de producto, en la planificación y desarrollo de sus actividades y en las de sus socios de negocio y proveedores, promoviendo la sensibilización en materia de sostenibilidad.
 - i. Entre las variables sociales se encuentra, especialmente, la participación de los trabajadores, el empoderamiento de la mujer, los salarios dignos, la salud o la seguridad ocupacional, entre otras.
 - ii. Entre las variables medioambientales se encuentran, especialmente, las consecuencias del cambio climático, la gestión del agua, la generación de residuos y la protección de la biodiversidad.
 - iii. Entre las variables de salud y seguridad de producto se encuentran la utilización de sustancias químicas y procesos de fabricación respetuosos con la salud de las personas y con el medioambiente.

- b. El cumplimiento de la legislación laboral, medioambiental y de Derechos Humanos aplicable a sus actividades, así como el de otras obligaciones que se puedan establecer, incluidas aquellas voluntariamente adquiridas por la Sociedad.
- c. La preservación del medioambiente, desarrollando acciones de mejora continua en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, en la reducción del consumo de los recursos naturales, en el control del uso y vertido de sustancias químicas potencialmente peligrosas, y en la reducción de los residuos en toda la cadena de producción, y en el conjunto de su propio sistema de gestión ambiental.
- d. La identificación de los posibles riesgos sociales y medioambientales derivados de su actividad, a fin de poder prevenirlos, o, en su caso, poder implementar las medidas correspondientes encaminadas a minimizarlos o eliminarlos. En este sentido, Great Packaging dispone de un procedimiento de debida diligencia en materia de Derechos

Humanos y de un proceso de identificación y evaluación de riesgos medioambientales, que le permite disponer de una información objetiva sobre los mismos.

- e. La garantía de la difusión de esta Política entre todos sus empleados y las sociedades integrantes de su Grupo.

6. Integración de la sostenibilidad en el modelo de negocio de Great Packaging

La visión de la sostenibilidad de Great Packaging forma parte de los valores y la cultura ética corporativa de la Compañía, así como de la disposición a que todas las áreas del negocio sean palanca de cambio en la consecución del objetivo de ser una empresa sostenible.

Great Packaging asume el compromiso de crear valor económico, social y medioambiental para todos sus Grupos de Interés, para generar así el mayor impacto positivo y contribuir al desarrollo sostenible.

De este modo, la generación de valor a lo largo de toda la cadena de valor de la Compañía se asienta de manera destacada en los siguientes pilares:

6.1. Contribución al Desarrollo Sostenible

Great Packaging está comprometido con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas, y ha alineado su estrategia de sostenibilidad con ella. Esta hoja de ruta es común para todos los actores involucrados en el desarrollo sostenible, incluyendo gobiernos, empresas privadas y sociedad civil, por lo que representa una oportunidad para la Compañía de alinear su contribución al desarrollo sostenible y de maximizar su impacto positivo de manera conjunta con sus grupos de interés, poniendo en práctica lo que el propio Objetivo 17 promueve: Alianzas para lograr los Objetivos.

El compromiso es extensible a toda la compañía y a todos los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus metas, aunque el sector, el contexto y el propio modelo de negocio, dotan a ciertos principios de especial relevancia para la Compañía. Entre ellos cabe destacar el ODS 3 de Salud y Bienestar, el ODS 5 de Igualdad de Género, el ODS 8 de Empleo Decente y Crecimiento Económico, el ODS 12 de Producción y Consumo Responsable, el ODS 13 de Lucha contra el Cambio Climático y el ODS 17 de Alianzas para lograr los objetivos.

La contribución de la empresa a la consecución global de los 17 Objetivos y a sus distintas metas, se extiende a lo largo de toda su cadena de valor y se lleva a cabo desde todas las áreas del negocio: desde la fabricación y comercialización de los productos, incluyendo todos los procesos y las áreas de la Compañía.

6.2. Derechos Humanos

Great Packaging asume un firme compromiso con la promoción y el respeto de los Derechos Humanos, que se plasma en la Política de Derechos Humanos de la Sociedad. El Grupo reconoce que el respeto a los Derechos Humanos, en el marco de los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas, es un aspecto fundamental e imprescindible para el desarrollo sostenible y aspira a desarrollar un papel activo en su promoción y a trabajar de manera proactiva en su respeto.

Así, la Estrategia de Derechos Humanos de Great Packaging, tiene como objetivo lograr la integración del respeto por los derechos humanos en toda su cadena de valor. Dicha estrategia se articula a través de: (i) la Política de Derechos Humanos de Great Packaging; (ii) los procesos de diligencia debida, a través de los cuales Great Packaging identifica los potenciales impactos en los Derechos Humanos a lo largo de su cadena de valor; y (iii) el Canal Ético, gestionado por el Departamento de Recursos Humanos como mecanismo de reclamación a disposición de todos los empleados de Great Packaging y de terceros con intereses legítimos.

6.3. Diversidad e Inclusión

Great Packaging tiene un firme compromiso con la diversidad y la multiculturalidad. Sus equipos están formados por personas de diferentes perfiles, culturas, orígenes y experiencias, incluyendo factores de diversidad como: raza, género, identidad y expresión de género, etnia, edad, educación, clase socioeconómica, discapacidad, religión, orientación sexual, etc. La Empresa reconoce que las personas son únicas gracias a sus diferencias y similitudes, y fomenta el máximo respeto y comprensión hacia los demás. La Compañía cree firmemente que disponer de talento diverso permite entender y conocer mejor la diversidad de clientes y comunidades con los que se relaciona.

Great Packaging aboga también por una cultura de inclusión y aceptación. Se favorece la inclusión creando un entorno laboral en el que cada persona pueda lograr sus objetivos y desarrollarse. Se promueve un ambiente de entendimiento y aceptación en el que cada cual pueda desarrollar su talento cada día. La Compañía está comprometida con la creación de entornos de trabajo en los que todos los empleados y empleadas tengan la responsabilidad de tratar con el máximo respeto a trabajadores, candidatos, proveedores, contratistas y clientes.

Se mantiene una política de tolerancia cero frente a todo tipo de discriminación. Esta Política rige en todas las actuaciones en materia de recursos humanos de la Empresa, tales como la contratación y selección, remuneración y beneficios, promociones, traslados, desarrollo profesional y formación, descensos de categoría, despidos y otras medidas disciplinarias, entre otras.

El compromiso de Great Packaging con la diversidad en su actuación y en sus empleados, directivos y consejeros se recoge en la Política de Diversidad e Inclusión de Great Packaging.

Este compromiso se extiende también a los trabajadores de los proveedores y fabricantes que forman parte de la cadena de suministro del Grupo.

6.4. Sostenibilidad Medioambiental

Great Packaging entiende que avanzar en un modelo de negocio sostenible implica ser más eficientes en el uso de los recursos que emplea. La Compañía dispone de tres estrategias en materia medioambiental (Energía, Agua y Biodiversidad) que articulan los esfuerzos que realiza para alcanzar la excelencia medioambiental.

El uso más eficiente de los recursos no es sólo una máxima en los productos comercializados por el Grupo sino también en sus instalaciones. Además, la circularidad es un aspecto esencial en el avance hacia la descarbonización de la cadena de valor. Siguiendo los principios de la economía circular, se puede mejorar la calidad del aire, promover un agua más sana y limpia y proteger la biodiversidad.

Great Packaging está comprometido con la protección y el desarrollo de la biodiversidad a través de una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales. Este compromiso está reflejado en la Estrategia de Biodiversidad del Grupo, que se basa en los principios de la Convención para la Diversidad Biológica de Naciones Unidas, y cuyo fin es proteger la biodiversidad en todos los niveles de nuestra actividad y servir de guía para que nuestras decisiones de negocio atiendan a criterios éticos y medioambientales.

6.5. Bienestar Animal

La Política de Bienestar Animal del Grupo establece que:

- / Los productos de origen animal utilizados en los artículos suministrados al Grupo procederán de animales tratados de forma ética y responsable, conforme a las “Cinco Libertades” del bienestar animal aceptadas internacionalmente.
- / Los productos de origen animal que provengan de animales sacrificados procederán de especies criadas en granjas para la obtención de carne.
- / No se utilizarán, bajo ninguna circunstancia, productos de origen animal que provengan de animales sacrificados exclusivamente para comercializar sus pieles, conchas, astas, huesos, pluma o plumón, entre otros.

6.6. Salud y Seguridad del Producto

Great Packaging dispone de los más exigentes estándares de salud y seguridad de producto, de aplicación general y obligatoria a los artículos que comercializa, y de referencia en las prácticas de fabricación de todos los proveedores de la cadena de suministro.

6.7. Responsabilidad Fiscal

La estrategia fiscal del Grupo se encuentra plenamente alineada con los estándares de fiscalidad internacional aplicables, de tal forma que se garantiza la existencia de un modelo de cumplimiento tributario basado en buenas prácticas fiscales, transparente y que articula una contribución fiscal justa del Grupo en cada uno de los mercados en los que opera.

6.8. *Compliance* y prevención de la corrupción y el soborno

Great Packaging asume un compromiso de tolerancia cero con las prácticas relacionadas con la corrupción, el fraude y el soborno.

En el marco de ese compromiso, Great Packaging cuenta con una estructura de normas básicas y una serie de documentos organizativos que se configuran como los ejes principales de su sistema de *Compliance*: (i) el Código de Conducta y Prácticas Responsables; y (ii) el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.

Asimismo, Great Packaging dispone de un modelo de organización y gestión para la prevención de la corrupción, que se articula a través de sus Modelos de Prevención de Riesgos Penales y de Prevención de la Corrupción.

Además, Great Packaging cuenta con las siguientes normas de alto nivel en materia de prevención del soborno y la corrupción (las Políticas de Integridad del Grupo):

- a. La Política de Donaciones y Patrocinios
- b. La Política de Regalos y Hospitalidades
- c. La Política de Relaciones con Funcionarios
- d. La Política de Conflictos de Interés

Por último, Great Packaging asume un compromiso total en la lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo, así como de colaboración plena con las autoridades competentes en la materia. Dicho compromiso se refleja en la Política de Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo a través de la cual se definen los procesos de diligencia debida implantados en la Sociedad, los cuales, se desarrollan en la Política y el Procedimiento de *Due Diligence* del Grupo.

7. Principios que rigen la relación con los Grupos de Interés

El diálogo permanente y la transparencia son la base de la relación de Great Packaging con sus Grupos de Interés.

A través del diálogo permanente, Great Packaging identifica los asuntos que más interesan a quienes de un modo u otro se relacionan con el Grupo. De esta forma, la realización de los análisis de materialidad (o identificación y priorización de asuntos relevantes para la Sociedad y sus Grupos de Interés) sirven a Great Packaging para garantizar que su estrategia se encuentra alineada con las preocupaciones y expectativas de quienes se relacionan con la Compañía o se ven afectados por su actividad.

Estas preocupaciones y expectativas, junto con la creación de valor de forma sostenible, dotan de sentido a los programas desarrollados por Great Packaging, y le permiten afrontar los retos y oportunidades que se le presentan en el desarrollo de su actividad.

7.1. Principales Grupos de Interés de Great Packaging

7.1.1. Clientes

El compromiso de Great Packaging con sus clientes está presente en todo el modelo de negocio del Grupo, en todas sus áreas de trabajo y, especialmente, en los productos que comercializa. En particular, los principios que rigen la relación de los productos que comercializa Great Packaging con sus clientes son los siguientes:

- a. El diseño responsable de productos, potenciando el uso de materias primas y fibras textiles obtenidas a partir de sistemas de producción tradicional y fibras sostenibles.
- b. La elaboración ética y responsable de productos, como recoge el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores de Great Packaging.
- c. El cumplimiento con los estándares de salud y seguridad.

●

7.1.2. Empleados

Los empleados del Grupo son la clave para garantizar la sostenibilidad del negocio. Por ello, Great Packaging trabaja para atraer, retener y comprometer a los mejores profesionales, velando siempre porque ofrezcan el mejor servicio a los clientes.

Los principios que rigen la relación de Great Packaging con sus empleados son los siguientes:

- a. Respeto a la diversidad, no discriminación laboral por razones de género, raza, edad, origen étnico, religión, o cualquier otra circunstancia.
- b. Promoción de la estabilidad en el empleo, de la flexibilidad laboral y la conciliación entre vida personal y profesional, la seguridad y la salud laboral entre sus profesionales.
- c. Impulso de la igualdad de oportunidades entre todos sus profesionales, aspirando a tener una representación equilibrada en todas las funciones y responsabilidades.
- d. Promover programas de sensibilización para que los empleados tomen conciencia de cuestiones sociales y ambientales, incluidas medidas para buenas prácticas de gestión ambiental y bienestar personal.
- e. El comportamiento de los empleados de Great Packaging se ajustará al espíritu y a la letra del Código de Conducta y Prácticas Responsables. De esta forma, todas las personas que mantengan una relación laboral con la Sociedad recibirán un trato justo y digno.

Los principios que rigen las relaciones entre los empleados e Great Packaging, además de los descritos en el Apartado 3 del Código de Conducta y Prácticas Responsables y en el apartado 3.3 de la Política de Derechos Humanos, son los siguientes:

- a. El trabajo en equipo.

- b. La comunicación abierta.
- c. El máximo nivel de autoexigencia.

7.1.3. Fabricantes y Proveedores

Todos los fabricantes y proveedores que componen la cadena de suministro de Great Packaging deberán comprometerse a respetar los Derechos Humanos y laborales y están obligados a cumplir los principios contenidos en el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores y en el Código de Conducta y Prácticas Responsables, y desarrollados en la presente Política. En particular pueden destacarse los siguientes principios:

- a. El cumplimiento de las legislaciones laborales de los países en los que opera el Grupo, así como de las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo y otros estándares internacionales, con especial énfasis en el cumplimiento de los Derechos Humanos en el marco de los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas.
- b. La promoción de entornos productivos sostenibles en áreas geográficas estratégicas para el desarrollo del modelo de negocio de Great Packaging.
- c. El constante proceso de mejora a través del diálogo social y la coordinación con los distintos Grupos de Interés de la sociedad, en particular con los sindicatos, las organizaciones no gubernamentales, las asociaciones empresariales y los compradores internacionales.
- d. El cumplimiento de los estándares medioambientales establecidos por Great Packaging incluyendo, en su caso, las medidas de reducción y compensación de dicho impacto que sean necesarias para aplicar dichos estándares. Los fabricantes y proveedores, además, mantendrán un compromiso constante con la protección del medioambiente y cumplirán la legislación aplicable local e internacional.

7.1.4. Comunidad

Great Packaging concibe la inversión en la comunidad como una oportunidad para contribuir a la Agenda 2030 de Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible, a partir de la aplicación voluntaria de sus recursos empresariales, tanto monetarios como en especie o en tiempo de los empleados que conforman su plantilla y se basan en las siguientes premisas:

- a. Great Packaging adopta prácticas socialmente responsables que generen valor en la comunidad y en la empresa.
- b. Las iniciativas de inversión en la comunidad realizadas por las distintas empresas de Great Packaging se alinean con la estrategia corporativa.
- c. La garantía de un alto nivel de reputación, transparencia y buenas prácticas de las organizaciones sociales que desarrollan los proyectos en los que colabora Great Packaging.

El modelo de inversión en la comunidad de Great Packaging se articula a partir de proyectos que tienen como foco las siguientes áreas de actividad:

- / La ayuda humanitaria, acciones solidarias para la protección de la vida, la salud y el bienestar de las personas en situaciones de emergencia provocadas por catástrofes naturales o situaciones análogas.
- / El bienestar social, iniciativas que fomentan el empleo y emprendimiento de colectivos vulnerables, favoreciendo la integración laboral de personas en situación o riesgo de exclusión social.
- / La educación, actuaciones para proporcionar oportunidades a través de una educación de calidad que posibilite una vida digna y promueva la justicia social y el crecimiento personal de los jóvenes.

7.2. Especial referencia al Medioambiente

Todas las actividades de Great Packaging se realizarán de la manera más respetuosa con el medioambiente, favoreciendo la conservación de la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos naturales. En el marco de los Acuerdos de París, de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático de 2015, los principios que rigen la actuación del Grupo en relación con el medio ambiente son los siguientes:

- a. El cumplimiento de la legislación medioambiental aplicable, así como de otras obligaciones derivadas de aquellas, con atención especial a la prevención de la contaminación, minimizando en lo posible, el potencial impacto ambiental que genera su cadena de suministro, tanto en los recursos naturales como en las personas.
- b. La preservación del medio ambiente, desarrollando acciones de mejora continua en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, en la reducción del consumo de los recursos naturales, en el control y vertido de sustancias químicas potencialmente peligrosas, y en el conjunto del sistema de gestión ambiental.
- c. La consideración de las consecuencias del cambio climático, la gestión del agua y la protección de la biodiversidad, en la planificación y desarrollo de sus actividades y en las de sus socios de negocio, fabricantes y proveedores, promoviendo la sensibilización medioambiental.

En línea con estas tres estrategias, y en el marco de esta Política, Great Packaging ha asumido un compromiso respecto de los productos forestales, cuya finalidad es garantizar la protección de los bosques primarios y en peligro de extinción. Dicho compromiso se encuentra específicamente recogido en la Política de Productos Forestales.

8. Mecanismos de supervisión y asesoramiento

La Dirección y el equipo asignado por la misma, es responsable de supervisar y controlar las propuestas en materia de Sostenibilidad, así como de las relaciones con los distintos Grupos de Interés y tiene encomendada la supervisión de la presente Política respecto de aquellas materias de su competencia.

La Dirección, con carácter adicional a la función de supervisión de la presente Política respecto de las materias propias de su competencia, tiene encomendada, como órgano responsable de la supervisión y control de la eficacia de los sistemas internos de control y gestión de riesgos, la supervisión y evaluación de los riesgos derivados de las actuaciones del Grupo en relación con esta Política.

Asimismo, el Grupo cuenta con un Comité de Ética, cuyo cometido fundamental es velar por el cumplimiento de los principios de actuación y normas de conducta recogidos en el Código de Conducta y Prácticas Responsables, en el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores, y en la restante normativa interna de conducta del Grupo.

9. Comunicación de las prácticas de Sostenibilidad

El Grupo participa activamente de las iniciativas globales más innovadoras en materia de reporte, incorporando las mejores prácticas para proporcionar una información transparente, veraz, relevante y precisa.

Además, en el transcurso de su actividad, Great Packaging establece vías de comunicación fluida con las autoridades, administraciones públicas, organizaciones no gubernamentales, comunidades locales y otros grupos de interés, para lograr el mejor cumplimiento de la presente Política.

10. Actualización de la Política

La Política será revisada cuando proceda, con el fin de adaptarla a cambios legales o para incorporar las mejores prácticas que se vayan estimando necesarias en cualquier momento como consecuencia de su puesta en práctica con el fin de cumplir con sus objetivos.

11. Difusión y comunicación de la Política

La presente Política estará disponible en la intranet de Great Packaging y en la web corporativa, www.great-packaging.com.