POLÍTICA DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS RESPONSABLES

MSGC 4.14 - Revisión 00

Esta política establece los principios, criterios y responsabilidades que regulan las prácticas de marketing, comunicación institucional y relaciones públicas de **Etiketten S.A.**, garantizando que toda comunicación externa e interna relacionada con los impactos sociales, ambientales y económicos de la empresa sea ética, transparente, verificable y coherente con los valores organizacionales y los estándares de sostenibilidad aplicables.

Esta política busca prevenir prácticas engañosas, información incompleta o afirmaciones no sustentadas, promoviendo una comunicación responsable alineada con los principios de derechos humanos, sostenibilidad y mejora continua.

Esta política se desarrolla en coherencia con principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos, Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Convenios fundamentales de la OIT, Normativa nacional aplicable en materia de defensa del consumidor, publicidad y protección de datos, Estándares B Corp 2.1, Código de Ética y Conducta Empresarial de Etiketten, Política de Derechos Humanos y Política JEDI (Justicia, Equidad, Diversidad e Inclusión).

La presente política aplica a:

- Todas las áreas de Etiketten S.A. involucradas en actividades de:
  - Marketing
  - Publicidad
  - Comunicación institucional
  - Relaciones públicas
  - Diseño gráfico y contenidos
  - Gestión comercial

- Toda comunicación realizada por:
  - Colaboradores/as
  - Directivos/as
  - Representantes comerciales
  - Agencias externas
  - Consultores/as
  - Proveedores que actúen en nombre de la empresa

- Incluye comunicaciones difundidas mediante:
  - Sitio web y redes sociales
  - Campañas publicitarias
  - Presentaciones comerciales
  - Comunicados de prensa
  - Packaging y etiquetado
  - Material audiovisual
  - Eventos y acciones institucionales
  - Cualquier otro medio de comunicación

POLÍTICA DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS RESPONSABLES

MSGC 4.14 - Revisión 00

Principios rectores:

1. Precisión y verificabilidad

Etiketten se compromete a que toda afirmación pública relacionada con impactos ambientales, sociales o de sostenibilidad:

- Sea precisa y comprensible.
- Esté respaldada por evidencia objetiva, verificable y actualizada.
- Se fundamente en:
    - datos medibles,
    - metodologías reconocidas,
    - evidencia documental,
    - información científica o técnica confiable.
- Evite exageraciones, omisiones o afirmaciones ambiguas.

La empresa no realizará declaraciones ambientales o sociales que puedan inducir a error o interpretaciones engañosas.

2. Transparencia y responsabilidad

Etiketten comunicará de manera transparente y equilibrada tanto los impactos positivos, como los desafíos, limitaciones y oportunidades de mejora asociados a sus productos y operaciones.
La empresa se compromete a:

- No ocultar información relevante vinculada a impactos sociales o ambientales.
- Reconocer áreas de mejora cuando corresponda.
- Mantener coherencia entre la comunicación institucional y las prácticas reales de la organización.
- Evitar prácticas de greenwashing, social washing, diversity washing, o cualquier comunicación engañosa respecto al desempeño Ambiental, Social y Gobernanza (ASG).

3. Ética en marketing y relaciones públicas

Etiketten desarrollará acciones de marketing y comunicación respetando principios éticos y de derechos humanos.
La empresa se compromete a:

- No utilizar contenidos discriminatorios, violentos o estigmatizantes.
- Promover representaciones diversas e inclusivas.
- Respetar la dignidad de las personas en imágenes, mensajes y campañas.
- Evitar prácticas manipulativas o engañosas.
- Garantizar el uso responsable de datos personales y consentimiento en campañas de comunicación.
- Respetar criterios de accesibilidad y comunicación inclusiva cuando sea posible.

Prácticas específicas:

1. Comunicación de atributos ambientales y sociales

Toda comunicación vinculada a reciclabilidad, reducción de impacto, sustentabilidad, huella ambiental, inclusión, impacto social, abastecimiento responsable, economía circular, o cualquier atributo de impacto, deberá contar con respaldo documental verificable.
Cuando aplique, deberán citarse certificaciones, metodologías, indicadores, auditorías o estándares utilizados.

2. Uso de imágenes y testimonios

Etiketten garantizará que las imágenes utilizadas representen situaciones reales o claramente identificadas como ilustrativas; los testimonios sean auténticos y autorizados; y toda utilización de imagen personal cuente con consentimiento correspondiente.

3. Relaciones con medios y partes interesadas

La interacción con medios de comunicación, clientes, proveedores, comunidad, organismos públicos, y otras partes interesadas, deberá realizarse bajo criterios de transparencia, respeto, veracidad, confidencialidad y responsabilidad institucional.

4. Redes sociales y comunicación digital

Las publicaciones digitales deberán respetar los principios de esta política; evitar desinformación; promover una interacción respetuosa; y proteger datos personales y reputacionales.

Capacitación y difusión:

Etiketten garantizará que esta política:

- Sea comunicada a todos/as los/as trabajadores/as.
- Esté disponible en los medios internos de consulta.
- Forme parte de los procesos de inducción y capacitación.
- Sea difundida a proveedores o agencias externas que participen en actividades de marketing o comunicación institucional.

Asimismo, la empresa promoverá instancias periódicas de sensibilización sobre comunicación responsable, prevención del greenwashing, ética publicitaria y transparencia ESG.

POLÍTICA DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS RESPONSABLES

MSGC 4.14 - Revisión 00

Incumplimiento, seguimiento y revisión:

Cualquier incumplimiento a esta política podrá dar lugar a acciones correctivas, revisión de contenidos, medidas disciplinarias, o desvinculación de proveedores/terceros involucrados, de acuerdo con el Código de Ética y los procedimientos internos aplicables.

La presente política será revisada al menos una vez por año, o ante cambios regulatorios, estratégicos o de estándares aplicables. Etiketten promoverá la mejora continua de sus prácticas de comunicación y transparencia corporativa.

Esta política ha sido revisada y aprobada por la Dirección, y entra en vigor a partir de dicha fecha.

CONSTANZA CALVI
DIRECTORA
ETIKETTEN S.A.

22/07/2026