

IF NOT US, WHO ?

Puntos destacados
Informe de sostenibilidad 2020

EL TIEMPO PARA CAMBIOS...

1170

gigatoneladas de CO₂

24

años

SE ESTÁ AGOTANDO.

Mediante el Acuerdo de París sobre el Cambio Climático, 195 países se han fijado el objetivo de limitar el calentamiento global a un máximo de 2 grados centígrados. Para lograrlo, no se podrán liberar más de 1170 gigatoneladas de CO₂ a la atmósfera. Si continuamos con las emisiones a los niveles actuales, el balance de emisiones permitido para conseguir este objetivo de 2 grados centígrados se agotará por completo en tan solo 24 años. Las consecuencias serían el aumento del nivel del mar, la mayor frecuencia de olas de frío y calor extremas, y un planeta en gran medida inhabitable.

Fuente: Acuerdo de París sobre el Cambio Climático; *Mercator Research Institute on Global Commons & Climate Change*

Imagen: Zona industrial en Alemania

LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL...

TIENE QUE PARAR.

8 000 000

de toneladas de plástico acaban cada año en los océanos

1

carga de camión cada 60 segundos

La humanidad genera anualmente más de dos mil millones de toneladas de residuos sólidos urbanos. Al mismo tiempo, se calcula que unos tres mil millones de personas en el mundo no tienen acceso a un sistema de eliminación de residuos que funcione. Como resultado de ello, cada año llegan a los océanos unos ocho millones de toneladas de residuos plásticos. Esto equivale al contenido de un camión cada 60 segundos.

Fuente: Banco Mundial; Ellen MacArthur Foundation

Imagen: Montaña de desechos en la India

HA LLEGADO EL MOMENTO PARA...

1 %

El 1 % de las personas más ricas poseen el 44 % de la riqueza mundial.

1,9 \$

Más de 700 millones de personas en el mundo solo dispone de 1,9 dólares al día. Esto significa que viven en la pobreza más extrema.

LA IGUALDAD.

La Tierra es un lugar de extraordinaria desigualdad social. Más de 700 millones de personas (alrededor del 10 % de la población mundial) siguen viviendo en la extrema pobreza y disponen de menos de 1,9 dólares al día. Por lo tanto, las necesidades básicas, como el acceso al agua potable, la alimentación, la atención médica y la educación, no se satisfacen de forma adecuada. Al mismo tiempo, el 1 % más rico de la población mundial posee el 44 % de la riqueza mundial.

Fuente: Naciones Unidas; Credit Suisse

Imagen: Municipio de Sudáfrica

«Está en nuestras manos».



Estimados/as lectores/as:

La tarea a la que nos enfrentamos no puede ser más desafiante. Necesitamos una modernización ecológica de nuestra economía y sociedad. El tiempo se nos acaba y la década actual será decisiva. Por lo tanto, no hay elección: debemos hacer de los próximos 20 años, los años dorados de la sostenibilidad y la transformación.

Hablemos abierta y honestamente sobre la magnitud de esta tarea. Los que aspiran a un cambio sistemático, y este será necesario, no llegarán a ninguna parte con cambios cosméticos. Se necesitan cambios profundos, en algunos casos incluso radicales. En nuestra opinión, la fuerza que debe desatarse para ello no la pueden producir unos pocos. Por el contrario, estamos convencidos de que tendremos que activar las ideas y la motivación de nuestros/as 11 494 empleados/as en todo el mundo para promover sistemáticamente la sostenibilidad en Greiner y estar a la altura de nuestra responsabilidad social. En definitiva, hará falta que cada uno de nosotros se replantee el estado de las cosas.

Por lo tanto, es lógico situar a nuestros/as empleados/as en el centro del Informe de sostenibilidad 2020 de Greiner. Por cierto, este informe se titula deliberadamente «¿Quién, sino nosotros?». Porque para nosotros está claro: nadie puede quitarnos esta tarea de encima. Solo nosotros mismos podemos estar a la altura de nuestra responsabilidad. Este informe muestra lo que ya hemos puesto en marcha, sin omitir los ámbitos en los que aún no hemos tenido el éxito previsto. En consecuencia, «¿Quién, sino nosotros?» también incluye la ambición de liderar el camino como pionero en nuestra industria. Leading by example!

Estas palabras deben ir seguidas de acciones. Y así, aunque la pandemia nos ha exigido mucho, hemos puesto en revisión nuestras medidas de sostenibilidad en el año 2020. El resultado es una estrategia de sostenibilidad completamente revisada, que lleva el nombre de Blue Plan. Blue Plan se centra en tres grandes temas: la protección del clima, la transformación hacia una economía circular y, como no podía ser de otra manera, nuestros/as empleados/as. Hemos vinculado los tres temas con objetivos ambiciosos.

Axel Kühner
CEO de Greiner AG

Hannes Moser
CFO de Greiner AG

2020: el mundo puesto al revés

El año 2020 fue realmente caótico. El COVID-19 nos llevó a nuestros límites y desencadenó alteraciones sociales y económicas que cambiarán de forma duradera nuestra sociedad. El coronavirus puso el mundo al revés: nuestra vida en común y en el trabajo, el papel de la política y nuestra economía. Lo que valía antes, ya no se aplica. Lo que está por venir, es incierto.

Una pandemia en curso

La pandemia nos muestra lo vulnerables que somos como sociedad global. Al mismo tiempo, esta situación excepcional nos muestra con qué fuerza innovadora y capacidad de resistencia estamos dotados. En su mayor parte, el coronavirus no ha sido el detonante de muchos desarrollos, sino que ha reforzado las tendencias existentes y sigue haciéndolo. Lo vemos muy claramente en los ámbitos de la digitalización o la sostenibilidad, por citar solo dos procesos de transformación que han cobrado velocidad y fuerza debido al COVID-19.

La pandemia también está generando un impulso de globalización: por primera vez, todos los Estados y todas las sociedades de la Tierra se enfrentan a un mismo reto. Por muy diferentes que sean nuestros países, culturas, costumbres o religiones, el coronavirus hace tangible el concepto abstracto de «humanidad». La pandemia no conoce fronteras nacionales ni regionales y muestra lo rápido que puede propagarse un virus en el mundo globalizado, lo vulnerables y dependientes que somos. Como nunca antes, el virus global nos muestra que ningún país puede resolver por sí solo crisis de esta dimensión. Por lo tanto, también estamos llamados a aportar nuestra contribución y a elaborar soluciones conjuntas, algo que también se aplica a muchas otras crisis del siglo XXI.



«Los desafíos globales solo pueden superarse si trabajamos juntos».
Stefanie Painsith (Greiner Technology & Innovation)
 Corporate Engineering

Mayor velocidad en la protección climática

La crisis sanitaria mundial también ha desencadenado una reflexión social sobre la relación del ser humano con el medio ambiente, pero también sobre nuestra forma de actuar en la economía y la sociedad. Cada vez está más claro que la pandemia también tuvo su origen en un modelo económico que no es sostenible, al igual que la forma en que gestionamos nuestra economía global es la causa de la crisis climática. No en vano, la lucha mundial contra la pandemia se propone como un modelo de lucha contra el cambio climático digno de imitar. Si sacamos las conclusiones correctas de la pandemia, el coronavirus puede convertirse en un catalizador de la justicia climática y la sostenibilidad a nivel mundial.

El año pasado nos ha demostrado una vez más que no tenemos tiempo que perder: 2020 fue uno de los tres años más cálidos desde que se iniciaron los registros climáticos. La lección que hemos de aprender es que el ritmo mostrado en el desarrollo de vacunas contra el COVID-19 debe adoptarse también en otros ámbitos relevantes para el futuro y el mundo, por ejemplo, en el campo de las energías renovables, en la protección del medio ambiente y de las especies, en la aplicación del Acuerdo de

París sobre el Cambio Climático y en los objetivos de sostenibilidad. Hará falta un cambio radical y una transformación a un ritmo que no hemos visto antes. La fuerza, la determinación y, sobre todo, la valentía determinarán si logramos dar forma a un futuro sostenible. Todos tenemos la responsabilidad de contribuir.

Aprovechar la crisis como una oportunidad

Las fases de cambio abren grandes oportunidades para que la ciencia y las empresas abandonen los viejos caminos y se dirijan a nuevas metas más sostenibles. La crisis como oportunidad no debe quedarse en palabras vacías, sino que es importante aprovecharla. Greiner, como empresa de ámbito mundial, también se ha visto afectada de diversas maneras por las ondas expansivas asociadas al coronavirus. Sin embargo, debido a nuestra diversidad, la variedad de nuestros productos y mercados, así como nuestro entusiasmo por el desarrollo y nuestra fuerza innovadora, contamos con varios pilares corporativos fuertes que nos proporcionan suficiente apoyo incluso en tiempos difíciles. Este apoyo nos permite colaborar con toda nuestra energía en la transformación necesaria a nivel mundial hacia una economía sostenible.

Nuestra estrategia de sostenibilidad

«Es muy sencillo: ¡Quién, sino nosotros!»

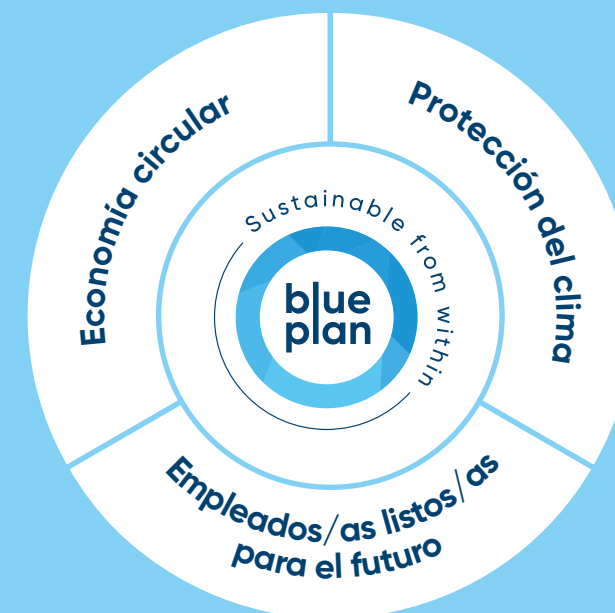
Marina Kunaeva (Greiner AG)
Sustainability Manager

Blue Plan: protección del clima, economía circular, personas

Blue Plan es la estrategia de sostenibilidad de Greiner que se aplica a todas las divisiones y en todo el mundo y se centra en los campos de acción del cambio climático, la economía circular y las personas. Los tres ámbitos están estrechamente entrelazados: sin una economía circular no puede haber neutralidad climática, y solo con empleados/as altamente formados/as y motivados/as podremos lograr la transformación necesaria.

Es hora de actuar

Para nosotros, un negocio sostenible significa tratar con respeto al medio ambiente, a nuestros/as empleados/as y a las comunidades en las que operamos. También significa que realizamos las actividades económicas dentro de los límites de nuestro planeta. Por último, pero no menos importante, hemos tomado este sendero de la sostenibilidad porque estamos convencidos de que solo la gestión sostenible es una gestión de éxito. «¡Quién, sino nosotros!»: es precisamente aquí donde queremos hacer que a nuestra convicción le sigan acciones concretas.



Nuestro desafío: la protección del clima

La crisis climática nos afecta a todos. El cambio climático sacudirá el mundo aún más que antes y provocará numerosos trastornos. Con nuestra estrategia de sostenibilidad Blue Plan, nos tomamos en serio nuestra responsabilidad y aplicamos importantes medidas para ayudar a alcanzar los objetivos del Acuerdo de París sobre el Cambio Climático. Para lograrlo, nos centramos en el uso de más fuentes de energía renovables, la ampliación de la energía autoproducida a través de sistemas fotovoltaicos, el aumento de nuestra eficiencia energética y la reducción de las emisiones en nuestra cadena de suministro.

Nuestro objetivo

Para el año 2030 queremos ser una empresa sin efecto sobre el medio ambiente.*

Nuestras medidas

90 %

De aquí al año 2030 queremos que el 90 % de nuestra electricidad provenga de fuentes renovables.

-53 %

Reducir nuestras emisiones específicas de CO₂ en un 53 % hasta 2030.

-20 %

Mejorar la eficiencia energética en un 20 % hasta 2030.

Nuestra actuación

26 %

La cuota de electricidad procedente de fuentes renovables era del 26 % en 2020.

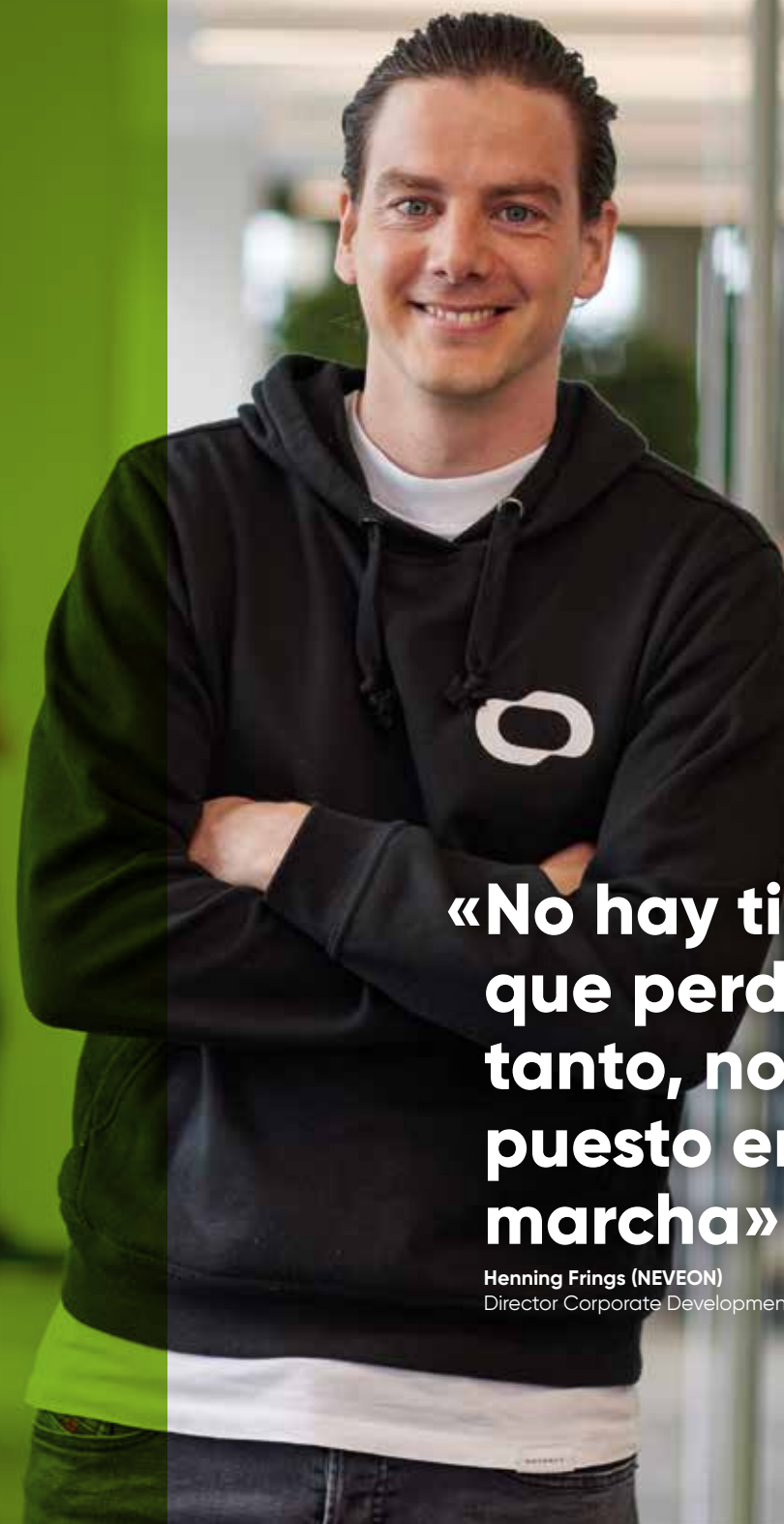
-24 %

Reducción de nuestras emisiones específicas de CO₂ en un 24 % desde 2018.

-18 %

Mejora de nuestra eficiencia energética en un 18 % desde el año 2018.

* limitado a las emisiones de alcance 1 y alcance 2 (año base 2018).



«No hay tiempo que perder. Por lo tanto, nos hemos puesto en marcha».

Henning Frings (NEVEON)
Director Corporate Development

Iniciar un cambio energético

La mayoría de nuestras emisiones de alcance 1 y alcance 2 se deben a nuestro consumo de electricidad (79 %), por lo que el cambio a la electricidad verde es una medida clave para reducir nuestras emisiones. Por eso nos hemos fijado el objetivo de aumentar nuestra cuota de energía renovable hasta el 70 % de nuestras necesidades totales de electricidad para 2025. Incluso queremos llegar al 90 % hasta 2030.

Ya se ha dado un primer paso importante hacia la electricidad verde: desde julio de 2019, todos los centros austriacos de Greiner reciben electricidad verde certificada al 100 %. En 2020, los compañeros de Greiner Bio-One en Frickenhausen (Alemania) y también los de Greiner Packaging en Leresti (Rumanía) decidieron cambiar a la electricidad renovable. El centro de Greiner Packaging en Dungannon (Irlanda del Norte) también muestra cómo se puede hacer: desde abril de 2021, allí se utiliza electricidad renovable mediante garantías de origen.

Sin embargo, con una cuota de electricidad verde del 26 % en 2020, todavía estamos muy lejos de nuestro objetivo del 70 % para 2025. Pero las tarifas de electricidad verde no están disponibles en todos los países donde se encuentran nuestros centros de producción. Por ello, la compra de garantías de origen es la principal alternativa a corto plazo. Como el precio de garantías de origen sigue siendo demasiado bajo para impulsar la expansión de las energías renovables, hemos decidido comprar nuestra electricidad en el futuro a través de los llamados PPA (*Power Purchase Agreements*).



Science Based Targets hasta 2023

La reducción de nuestras emisiones de CO₂ seguirá siendo en el futuro el tema central de nuestra agenda de sostenibilidad. Por este motivo, a finales de 2020 nos comprometimos a establecer los *Science Based Targets* para 2023 como máximo. Nuestros objetivos climáticos de 2018 se sustituirán entonces por medidas que estén en consonancia con las metas para alcanzar el Acuerdo de París sobre el Cambio Climático.

La integración de las emisiones de alcance 3 de nuestros procesos anteriores y posteriores será una cuestión importante en este sentido. Como parte del establecimiento de los *Science Based Targets*, cambiaremos a objetivos de reducción absoluta para el año 2023. Para lograr este propósito, en 2020 decidimos formar parte de un proyecto dirigido por la organización no gubernamental WWF, que apoya a empresas de Austria en el establecimiento de *Science Based Targets*.



«Al final, el objetivo debe ser claro: se necesitan empresas sin efecto sobre el medio ambiente que asuman sus responsabilidades».

Simona Spinu (NEVEON)
Environmental Manager

Convertirse en líder de la protección del clima

Hace años nos comprometimos a ser transparentes en relación con nuestras emisiones y nuestra huella de carbono. Por ello publicamos nuestras emisiones cada dos años en nuestro informe de sostenibilidad y anualmente en el CDP. En 2020, casi 10 000 empresas publicaron sus datos medioambientales y climáticos a través de la base de datos del CDP. Tan solo 277 de ellas lograron entrar en la lista A del cambio climático. Hemos sido capaces de mejorar de forma constante en los últimos años, y en 2018 nos fijamos el objetivo de conseguir una puntuación B para 2020, y lo conseguimos, ya que Greiner logró una puntuación B el año pasado.

Tras alcanzar nuestro objetivo de 2020, nos acabamos de fijar otra meta ambiciosa: queremos mejorar aún más nuestra puntuación y unirnos a las empresas de la prestigiosa lista A. Para alcanzar una puntuación A de aquí a 2024, será necesario sobre todo integrar aún más los riesgos y oportunidades relacionados con los aspectos climáticos en nuestros procesos de gestión.



Reducir las emisiones, incrementar la protección del clima

La protección del clima es uno de los pilares centrales de nuestra estrategia Blue Plan. Porque reducir nuestra huella ecológica significa, concretamente, reducir nuestras emisiones. Nos hemos fijado, por lo tanto, el objetivo de reducir nuestras emisiones específicas (alcance 1 y 2) en un 38 % para 2025 y en un 53 % para 2030. En comparación con el año base 2018, hemos sido capaces de reducir hasta ahora nuestras emisiones específicas de CO₂ en un 25 %. Mientras que nuestras emisiones específicas de CO₂ fueron de 111 kg por cada 1000 euros de ventas en 2018, pudimos reducirlas a 84 kg en 2020. La razón de esta enorme reducción es principalmente el crecimiento del volumen de negocios de Greiner Bio-One.

Nuestro desafío: la economía circular

Establecer una economía circular que funcione es el gran desafío de los años venideros. En un sistema circular, los recursos no se extraen de la naturaleza, sino que se reutilizan y reciclan durante el mayor tiempo posible. De este modo, frenamos la explotación abusiva de la naturaleza, prolongamos la vida útil de nuestros productos y reducimos los residuos al mínimo. Para que la reciclabilidad tenga éxito, debemos replantearnos nuestros productos: *Design for Recycling* es nuestro camino hacia un sistema circular.

Nuestro objetivo

Para el año 2030 queremos ser una empresa con un ciclo totalmente circular.

Nuestras medidas

100 %

Nuestros envases de plástico deben ser al 100 % reutilizables, reciclables o compostables hasta el año 2025.

Más secundarios
que primarios

Aumentar la proporción de materiales secundarios reciclados.

0 t

No más vertidos de residuos: en Europa hasta el año 2025 y en el mundo hasta el año 2030.

Nuestra actuación

34 %

Más de un tercio de nuestros envases de plástico son reciclables.

6,6 %

La proporción de materiales secundarios reciclados que utilizamos en 2020 fue del 6,6 %.

2212 t

En el año 2020 se depositaron en vertederos 2212 toneladas de nuestra generación total de residuos (peligrosos y no peligrosos).

«Las generaciones futuras se preguntarán: "¿Qué nos habéis hecho?"»

Alisa Schröer (Greiner Packaging)
Project Manager Circular Economy



Queremos dar vueltas en círculos

La tierra posee y produce cada año miles de millones de toneladas de recursos naturales. Sin embargo, si seguimos con nuestro sistema lineal, en algún momento, en un futuro no muy lejano, estos depósitos de materias primas se agotarán. Por ello tenemos que replantearnos muchos aspectos, sobre todo cómo producimos y qué tiramos. Los recursos no deben seguir desperdiciándose. Tenemos que alejarnos de la línea y llegar al círculo, de la economía lineal de usar y tirar a la economía circular sostenible. El objetivo de esta economía es un sistema en el que los recursos no se tiran, sino que se mantienen en circulación y, por tanto, en uso el mayor tiempo posible, con el mayor valor posible. Centrarse aún más en el final del ciclo de vida de los productos y bienes está a la orden del día.

Por ello, nuestro compromiso consiste en producir el 100 % de los envases de aquí a 2025 de forma que sean reutilizables, reciclables o compostables. Para conseguirlo, nos hemos centrado aún más en el diseño de productos sostenibles. El proceso de diseño de los productos es decisivo de cara a su eliminación. O dicho de otro modo, el principio ya determina en gran medida el final. Durante la fase de desarrollo del diseño, se toman decisiones clave sobre los materiales que tienen un impacto significativo en la vida útil y el fin de la vida útil de nuestros productos. Por este motivo, en Greiner Packaging hemos desarrollado las *Design Guidelines*, que muestran qué aspectos del diseño, materiales y conceptos de envasado utilizamos para alcanzar nuestro objetivo de reciclaje. Estas *Guidelines* ya nos ayudan en el desarrollo de productos para garantizar que solo sacamos al mercado productos que son realmente reciclables.



El nombre lo dice todo: Alliance to End Plastic Waste

La construcción de infraestructuras de gestión de residuos es uno de los enfoques más importantes en la lucha contra la degradación del medio ambiente, pero ciertamente no es una de nuestras principales competencias. Sería inadecuado actuar aquí solo, y sobre todo, de forma independiente. Por este motivo, en 2020 nos unimos a la organización internacional sin ánimo de lucro *Alliance to End Plastic Waste* con sede en Singapur. A principios de 2021, esta alianza contaba con 57 empresas miembros y socios aliados en todo el mundo a lo largo de la cadena de valor de los plásticos. Todos ellos trabajan juntos para eliminar el problema de los residuos plásticos.

¿Por qué esta medida? Estamos convencidos de que en la lucha contra los residuos plásticos en el medio ambiente, especialmente en las zonas del hemisferio sur sin infraestructuras existentes, es necesaria una amplia alianza: los Gobiernos y las autoridades locales, las ONG, las organizaciones de base, los agentes internacionales, las empresas y la ciencia deben trabajar juntos para abordar con éxito este problema. A través de programas y asociaciones, esta alianza se centra en soluciones para las áreas estratégicas de infraestructura, innovación, educación y compromiso, así como trabajos de limpieza.



«Solo construyendo una economía que aproveche los bienes en lugar de consumirlos podremos garantizar un futuro sostenible».

Robbin Wang (Greiner Bio-One)
Key Account Manager

Clasificación inteligente con marcas de agua digitales

Cuando se reciclan los plásticos, suele hacerse mediante procesos mecánicos. Para que estos procesos de clasificación sean más eficaces, las tecnologías innovadoras, como las marcas de agua digitales en los envases de plástico, desempeñan un papel cada vez más importante. Desde 2017 participamos en el proyecto *HolyGrail* como parte de la *Ellen MacArthur Foundation*. Los/as empleados/as de Greiner Packaging ayudan a desarrollar soluciones de envasado inteligentes que facilitan la clasificación digital en las plantas y aumentan así la calidad de los reciclados.

Cuando un envase de plástico llega a un sistema de clasificación equipado con tecnología digital, las cámaras de alta resolución detectan las marcas de agua digitales del envase. Los distintos códigos se descodifican y los envases se dirigen al flujo de clasificación correcto en función de las características del producto. De este modo se crean flujos de residuos no mezclados, lo que permite reciclados de mayor calidad.



Solución de recarga en lugar de desechables

Utilizar los productos más de una vez es más sostenible. Para evitar tener que comprar cada vez una nueva botella de limpiador doméstico, Greiner Packaging ha desarrollado un nuevo concepto de recarga para botellas de plástico. La reutilización y el rellenado de estas botellas puede convertirse así en la nueva normalidad. La nueva botella de recarga está hecha de material HDPE, PP o PET y cumple con todos los requisitos actuales del mercado. De este modo se ahorran cuatro botellas de plástico, incluidas las tapas, por botella. El ahorro de material se multiplica hasta alcanzar un 85 % gracias al ciclo de recarga inteligente. Suponiendo que 20 millones de botellas estándar puedan ser sustituidas por nuestra solución de recarga, esta solución permite un potencial de ahorro de hasta 1000 toneladas de plástico al año. Damos gran importancia al hecho de que el conjunto de los envases sea óptimamente reciclable.

Nuestro desafío: empleados/as listos/as para el futuro

Los conocimientos y habilidades de nuestros/as empleados/as son la clave para un futuro sostenible. Son expertos/as en sus campos de actividad y, por tanto, son los/las que mejor saben qué áreas o procesos pueden hacerse más eficientes y sostenibles. Queremos preparar a nuestros/as empleados/as de la mejor manera posible para los cambios venideros. Por ello, invertiremos más que nunca en formación continua, promoveremos la protección de la seguridad y la salud en el trabajo e intensificaremos nuestros esfuerzos en el ámbito de la diversidad.

Nuestro objetivo

Para el año 2030 todos los empleados y empleadas deberán estar listos para afrontar los desafíos del futuro.

Nuestras medidas

16 h

Una media de 16 horas de formación por año y empleado/a para 2025.

35 %

Aumentar la proporción de mujeres entre los directivos hasta el 35 % en 2025.

-50 %

Reducir la incidencia de accidentes laborales graves en un 50 % para el año 2025 en comparación con 2018.

Nuestra actuación

8 h

Una media de 8 horas de formación por empleado/a en 2020.

27 %

Proporción de mujeres entre los directivos del 27 % en 2020.

-9 %

Reducción del 9 % en la incidencia de accidentes laborales graves desde 2018.

«Lo que tenemos por delante solo podremos lograrlo como equipo».

Astrid Heuzonter (Greiner Bio-One)
Director of Global HR



Fomentar el aprendizaje permanente

El clima, la economía circular y las personas –los tres pilares de nuestra estrategia de sostenibilidad Blue Plan– no son independientes, sino que están estrechamente interrelacionados, se refuerzan y se apoyan mutuamente. Solo con el establecimiento de una economía circular eficiente tendrá éxito la implantación de la neutralidad climática, y sin empleados/as altamente motivados/as y con una formación óptima no lograremos alcanzar nuestros objetivos. Nuestra historia empresarial de más de 150 años se basa en empleados/as valientes, innovadores/as, ambiciosos/as e inteligentes. Por ello, para poder seguir escribiendo nuestra historia de éxito en Greiner, duplicaremos la media de horas de formación por año y empleado/a a 16 horas para 2025.

Una de nuestras muchas ofertas en el ámbito de la formación es la *Greiner Academy*, una academia de aprendizaje permanente que creamos en el año 2000 como centro de formación interno del Grupo. El objetivo de la academia es ofrecer a los/as empleados/as la oportunidad de desarrollarse dentro del Grupo en función de sus cualificaciones y competencias. En este contexto, el fomento de la creatividad y el pensamiento innovador es un componente importante, además de los puntos centrales de la gestión empresarial.



Nos centramos en la salud y la seguridad

Con la *Health & Safety Policy*, que entró en vigor a finales de 2020, creamos una amplia base para poder aplicar de la mejor forma posible los requisitos necesarios para disfrutar de lugares de trabajo seguros y saludables. Está diseñada para ayudar a prevenir los altos niveles de accidentes, bajas por enfermedad y rotación de personal en los centros y constituye una norma mínima para todas nuestras empresas a escala mundial. Mediante esta nueva directriz y otras muchas medidas, pretendemos reducir la frecuencia de accidentes laborales graves en todo el Grupo en un 50 % para 2025.

Además, hay que ampliar la atención sanitaria preventiva, porque la mejor atención sanitaria es un sistema preventivo. Nuestro objetivo es, por lo tanto, que todos nuestros centros introduzcan medidas sanitarias preventivas. Como primer paso, todos los centros debían aplicar al menos una medida en el área de la protección de la salud en 2020. Para finales de 2021, todos los centros de Greiner deben desarrollar y aplicar al menos dos medidas sanitarias. En 2020, 40 centros introdujeron al menos una medida sanitaria. Tendremos que seguir trabajando duro para alcanzar nuestro objetivo de que todos los centros apliquen al menos dos medidas al año.



«El cambio desde dentro requiere la participación de cada uno/a. Solo juntos podremos alcanzar nuestros objetivos».

Linda Fortune-Coltrane (Greiner Bio-One)
HR Manager

Reforzar el diálogo con nuestros empleados/as

A pesar de los retos que plantea la pandemia, hemos superado bien este difícil momento hasta ahora gracias a la flexibilidad y el compromiso de nuestro personal. Somos conscientes de que no ha sido un momento fácil para nuestros/as empleados/as. Por eso realizamos una encuesta mundial al personal deliberadamente en medio de la pandemia, para entender mejor cómo están nuestros/as empleados/as, qué les motiva y en qué podemos mejorar como empresa. Queremos repetir esta encuesta anualmente a partir de ahora, porque es importante un intercambio continuo y sistemático. Esto nos permite determinar la evolución de nuestra empresa con mayor precisión que antes, identificar las oportunidades de mejora y evaluar la eficacia de las medidas ya aplicadas.

Para promover el desarrollo y, por lo tanto, la satisfacción de nuestros/as empleados/as, ya hemos intensificado el diálogo y el intercambio con ellos/ellas en los últimos años. Esto incluye diálogos periódicos sobre el rendimiento, el potencial y los deseos de desarrollo individual de cada persona en la empresa. Ahora queremos ampliar esta oferta, por lo que nos hemos fijado el objetivo de facilitar al menos al 80 % de nuestros/as empleados/as una Performance Review de aquí al año 2023. Solo si mantenemos el diálogo entre nosotros y si conocemos las necesidades, las ambiciones y los puntos fuertes de nuestros/as empleados/as, podremos tener éxito en conjunto.

Hacer de la igualdad de oportunidades algo natural

Los *Women's Empowerment Principles* de las Naciones Unidas son los principios de liderazgo de una empresa para potenciar a las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado laboral y la sociedad. Los principios de una cultura de gestión favorable a la igualdad incluyen el fomento de la formación y el desarrollo profesional de las mujeres y la promoción de la igualdad a través de iniciativas y grupos de presión.

Al firmar los *Women's Empowerment Principles*, nos comprometemos a promover la igualdad de oportunidades y el avance de las mujeres también en Greiner. Para lograrlo, debemos cuestionar y cambiar las estructuras y condiciones marco tradicionales. No es un proceso que se pueda aplicar de la noche a la mañana. En este sentido, queremos hacer valer el lema de este informe, especialmente en el ámbito de la igualdad de oportunidades y la promoción de la mujer: ¡Quién, sino nosotros!



Diseñar el futuro

Convertirse en una empresa sostenible en los ámbitos del clima, la economía circular y las personas no es un paseo dominical, sino más bien un maratón. Somos muy conscientes de la magnitud de las tareas que tenemos por delante. Pero tenemos un plan y queremos alcanzar nuestro objetivo. Y lo alcanzaremos. La razón más importante de este optimismo realista es que la sostenibilidad en Greiner es tanto una parte integral de la gestión como una cuestión transversal que se piensa y se practica en todas las áreas. Combinamos la responsabilidad con el cambio. Y no solo de forma selectiva, sino exhaustiva y a largo plazo. Lo hemos demostrado una y otra vez en el pasado y lo seguiremos demostrando en el futuro.



Podrá encontrar nuestro Informe de sostenibilidad 2020 completo aquí:
sustainability.greiner.com

«La clave estará en entender el cambio como una oportunidad».

Stefan Grafenhorst (Greiner AG)
Head of Sustainability



Greiner AG

Headquarters
Greinerstraße 70
4550 Kremsmünster
AUSTRIA

T: +43 50541-60301
F: +43 50541-60304
office@greiner.com
greiner.com



Más información
sustainability.greiner.com

