



El cuidado personal sostenible

El cuidado personal sostenible	04
Nuestra visión sobre la sostenibilidad	08
Nuestro comité de sostenibilidad y ESG	12
Nuestras metas y nuestras estrategias 2030	16
Nuestros resultados 2022	44



El cuidado personal sostenible

Estimado lector:

El hecho de que esté leyendo todo esto ya es una prueba de que le interesa el cuidado...

Le interesa la salud, la dignidad y el bienestar de las personas, ya sean de su familia, de la sociedad en la que vive, de sus pacientes o, incluso, de sí mismo.

Le interesan las prestaciones de salud pública que hacen posible ofrecer productos dedicados a la higiene de forma eficaz y asequible.

Y le interesa formar parte de algo más grande a medida que las empresas, los consumidores y la sociedad avanzan unidos en el desarrollo de los arquetipos del desarrollo sostenible.

Se lo agradecemos, y además, pensamos exactamente lo mismo.

Gracias a los productos que fabricamos y donde trabajamos, no olvidamos nunca lo mucho que nos parecemos. Da igual de qué color sea nuestra piel, la fe que profesemos en nuestros corazones, los ideales políticos, las personas a las que amamos o la ubicación de nuestro hogar: todos necesitamos el cuidado personal en nuestra vida.

Las necesidades esenciales del ser humano refuerzan la realidad más básica de las personas.

La «sostenibilidad» no consiste en un conjunto básico de soluciones ya preparadas para ofrecer más de mil millones de productos imprescindibles cada año en 20 países. Es, en cambio, un marco que nos permite tomar decisiones, con el objetivo de optimizar el diseño y la distribución de productos capaces de desempeñar su función y proteger al individuo, que sean asequibles, que consigan reducir el impacto medioambiental y que satisfagan las expectativas del cliente, que se encuentran en continua evolución.

Los factores que hay que tener en cuenta en cuanto a sostenibilidad indican lo que hacemos, cómo lo hacemos y las medidas que tomamos.

La alineación de nuestro Programa de sostenibilidad 2030 con los Objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas contribuye a reforzar los objetivos que compartimos con nuestros clientes, nuestros consumidores y nuestra sociedad. También fomenta la transparencia y brinda oportunidades para que aprendamos los unos de los otros.

Creemos que es tremendamente estimulante formar parte de algo mucho más grande que nosotros mismos.

También pensamos que entra dentro de las prácticas recomendadas reflejar de forma periódica y comunicar el modo en que la implantación de nuestros recursos financieros, naturales y humanos impulsan el avance en nuestro programa y nuestra estrategia de innovación en cuanto al crecimiento sostenible.

De hecho, el proceso mismo de elaborar este informe ya es una recompensa.

La definición de nuestra visión sobre la sostenibilidad, la determinación de los objetivos y las estrategias de cara al año 2030 y en adelante y la creación de un marco de trabajo para cuantificar y elaborar informes sobre nuestra evolución hace posible que la empresa en su totalidad encuentre el compromiso y la motivación necesarios para crear un valor sostenible que brindar a las personas y las sociedades en las que trabajamos.

Gracias por acompañarnos en este camino del cuidado personal.



Michael Fagan
President and CEO



Nuestra visión sobre la sostenibilidad

Nuestro compromiso de cara a avanzar en el desarrollo de la sostenibilidad a nivel mundial consta de tres partes:

Lo que hacemos.
Cómo lo hacemos.
Las medidas que tomamos.

Nuestra visión sobre la sostenibilidad

Nuestra labor de desarrollo de soluciones sostenibles se fundamenta en los Objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas.

Procuramos que nuestra labor esté alineada con los intereses sostenibles de nuestros clientes y consumidores.

Nos responsabilizamos, junto con nuestros proveedores, de la definición de los objetivos, de la evaluación comparativa y de la elaboración de informes con total transparencia.



Nuestra visión sobre la sostenibilidad

A young woman with blonde hair, wearing a white lab coat, is leaning over an elderly woman with grey hair who is sitting in a wheelchair. Both women are smiling and looking out a window. The background is bright and slightly blurred, suggesting an indoor setting with large windows.

Adoptar una visión a largo plazo en la toma de decisiones supone una ventaja a la hora de acceder a los recursos financieros, naturales y humanos.

La innovación se agiliza cuando se nutre de oportunidades para conseguir que nuestros productos y nuestras operaciones sean más sostenibles.

Nuestra sociedad, los clientes y los consumidores se transforman en defensores y embajadores de nuestro negocio cuando son conscientes de que estamos centrados en un bien común más amplio y a largo plazo.

Nuestro comité de sostenibilidad

Integrar la sostenibilidad en el tejido de nuestra empresa supone implicar cada una de las piezas que componen el engranaje de Attindas Hygiene Partners.

Por ese motivo, nuestro comité de sostenibilidad está formado por compañeros que desempeñan diversas funciones, provienen de diferentes trasfondos y lugares geográficos y que cuentan con experiencias distintas.

La integración de puntos de vista nuevos y diversos nos permite pensar de forma más estratégica, tomar medidas con más rapidez y compartir los beneficios que aporta nuestro trabajo de forma más amplia.



AVIA GRAVES
VP, Global Human Resources

Avia nació en Cincinnati (EE. UU.) y cuenta con una licenciatura en Relaciones laborales y empleo.

Avia lleva más de 20 años de experiencia continua en Recursos humanos y, en la actualidad, es la responsable del departamento de Recursos humanos a nivel mundial.

Le encantan la jardinería, la cocina, el senderismo, ir de camping, viajar y pasar tiempo con la familia y los amigos.



JOSÉ HIDALGO QUEIPO DE LLANO
Director Legal and Compliance

José nació en Madrid (España). Cuenta con una licenciatura y un máster en Derecho y otra licenciatura en Filosofía y letras.

José lleva trabajando en el sector del cuidado personal más de 25 años.

Es voluntario en la asociación Oxfam Intermon. Es un ávido lector y disfruta jugando al tenis y al ajedrez.



SAVANNAH SOCHA
Business Strategy Manager

Savannah nació en Carolina del Norte (EE. UU.). Cuenta con una licenciatura en matemáticas.

Savannah se encarga de aumentar nuestra capacidad de evaluar el ciclo de vida medioambiental de los productos que fabricamos. También contribuye a planificar nuestras colaboraciones con Diaper Bank of North Carolina y con otras organizaciones benéficas.

A Savannah le encantan las actividades al aire libre. Es una apasionada del senderismo, que practica con su marido y sus perros, del kayak, del ciclismo de montaña, de la cata de cervezas, del camping y de viajar por todo el mundo.



FREDRIK GUSTAVSSON
Environmental Specialist

Fredrik vive en Tranås (Suecia). Estudió Gestión medioambiental.

Fredrik lleva 25 años trabajando en el sector del cuidado personal y desempeña una labor fundamental en la definición y la consecución de nuestros objetivos de rendimiento en medio ambiente.

Fredrik es socio de Swedish Society for Nature Conservation (Asociación sueca en favor de la conservación de la naturaleza). Es un gran aficionado al estudio de las aves y disfruta pasando tiempo entre la naturaleza y fotografiándola.



SUSANA BLANCO
Communications Manager

Susana nació en Madrid (España). Estudió Empresariales.

Susana lleva más de 20 años trabajando en el sector del cuidado personal. Es la responsable de la estrategia de comunicación tanto a nivel local como internacional.

Susana es voluntaria en una asociación de niños autistas. Le encanta leer, cocinar, hacer senderismo, viajar y escuchar música.



DAVID STRUHS
SVP, Global Corporate Services

David nació en Indiana (EE. UU.) y actualmente vive en Carolina del Norte. Cuenta con una licenciatura en Periodismo, ciencias políticas y administración pública.

Ha dirigido diversas instituciones públicas en relación con el medio ambiente y ha trabajado con empresas de servicios públicos de energía y en el sector de los productos forestales.

David trabaja para asegurarse de que todos sus nietos, que no son pocos, tengan siempre pañales fabricados por Attindas.



GEORGE GURKIN
Facilities Manager

George nació en Carolina del Norte (EE. UU.). Cuenta con una licenciatura en Ingeniería eléctrica. George lleva unos 20 años trabajando en el sector del cuidado personal. Se encarga de asumir todas las responsabilidades relacionadas con las instalaciones de Greenville, en el centro de Carolina del Norte.

Es también técnico médico certificado en emergencias. Le encanta ir en barco, pescar, cocinar, lanzarse en tirolinas, viajar y escuchar música.



MARIANNE BARUTEL
Director, Global Category & Cross-Category Marketing

Marianne nació en Francia y actualmente vive en Carolina del Norte (EE. UU.).

Marianne cuenta con una licenciatura en Administración de empresas con especialidad en Auditoría y finanzas. Comenzó a trabajar en el sector del cuidado personal hace seis años.

Marianne trabaja como voluntaria en Diaper Bank of North Carolina. Le encanta pasar tiempo con su familia, hacer senderismo y yoga.



JOSÉ CASTELLANOS
Business Support Director

José nació en Madrid (España). Cuenta con una licenciatura en Química industrial y otra en Gestión de producción y logística. José lleva 24 años trabajando en el sector del cuidado personal.

Le encanta el fútbol y es un aficionado del Real Madrid desde hace mucho tiempo. José también dedica su tiempo libre a hacer senderismo y a tomar cervezas con los amigos.



MIKAEL HAKANSSON
Senior Product Designer

Mikael nació en Örnsköldsvik, una provincia de la región sueca de Ångermanland.

Cuenta con una licenciatura en Ingeniería química, con especialización en celulosa y papel, que estudió en Royal Institute of Technology.

Mikael forma parte del programa de búsqueda de oportunidades de negocio en Suecia. Le encantan las actividades en familia, como la pesca, el senderismo y el bádminton.



AHSAN YASIN
Parts Coordinator

Ahsan nació en Paquistán y en la actualidad vive en Suecia. Cuenta con una licenciatura en Gestión de cadena de suministro y está estudiando otra sobre Producción sostenible.

Ahsan dirige también una asociación sin ánimo de lucro que imparte seminarios sobre el cambio climático y la responsabilidad social.

Le encanta leer y acude todas las semanas a la biblioteca. También disfruta escuchando música y dando largos paseos.

Nuestras metas y estrategias

Una vez definida la visión de Attindas en cuanto a la sostenibilidad, se fijaron los objetivos y las estrategias que se recogen en las páginas sucesivas.

Pero primero nos gustaría decir algo sobre la forma en la que establecimos estos objetivos, nuestras expectativas en cuanto a las estrategias y el trabajo que nos queda por hacer de cara a poder cuantificar y comunicar nuestra evolución.

Durante las primeras etapas en la definición de nuestra visión en términos de sostenibilidad, nos encontramos con diferentes localizaciones y escenarios que tuvimos que analizar y quedó claro que la exhaustividad y la transparencia eran objetivos por derecho propio. Esto está empezando a cambiar y nos alegramos mucho.

En la actualidad, hay un consenso entre el público preocupado por la sostenibilidad que dicta que las empresas deben centrar tanto su tiempo como su labor en aquellas oportunidades y riesgos más importantes y que puedan abordar de forma práctica. Ciertos líderes de opinión destacados, como Global Reporting Initiative y Sustainable Accounting Standards Board, animan a las empresas a centrar su labor en aquellas áreas en las que pueden tomar medidas para conseguir un bien común, ya sea al reducir los efectos nocivos de sus operaciones o al agilizar y ampliar los beneficios medioambientales y sociales positivos del negocio.

Como miembro del Pacto Mundial de Naciones Unidas, Attindas ha logrado todo esto mediante la adopción de los Objetivos de desarrollo sostenible de la ONU que resultan más importantes en nuestra empresa y que se ajustan a los programas de sostenibilidad de nuestros clientes.

En algunos círculos se emplea el término «materialidad» para enfatizar el hecho de que las empresas deben centrar su labor en cuanto a sostenibilidad en aquello que les resulta más relevante en su situación. Si bien apoyamos esta idea, nos abstenemos de utilizar la referencia a la materialidad, ya que el término está cargado de un significado jurídico y financiero. No queremos sugerir de forma involuntaria que cada uno de los pasos que decidamos dar para fomentar la sostenibilidad deba superar un obstáculo específico de relevancia financiera.

Pongamos como ejemplo el trabajo que se lleva a cabo para someter los nuevos materiales a pruebas y asignarles una calificación; para crear equipos que descubran información importante sobre la repercusión de unir a personas de diferentes procedencias; o la labor que supone fabricar pañales más asequibles abogando por que no estén sujetos a impuestos sobre las ventas. El retorno de la inversión (ROI) de labores como estas, a pesar de no ser del todo cuantificables, es, no obstante, extremadamente significativo a la hora de aumentar el rendimiento de nuestros productos, el desempeño de nuestro personal y el acceso de la sociedad a productos imprescindibles para la salud.

Las estrategias que se presentan en este informe, orientadas a lograr nuestros objetivos, se han estudiado con total minuciosidad y creemos firmemente que resultan realistas de cara al horizonte de planificación para 2030. Asimismo, somos conscientes de que todas las estrategias que desarrollamos deben seguir siendo un trabajo en curso. El logro de nuestros objetivos va a exigirnos aprender sobre la marcha y ser flexibles para poder innovar y responder a las nuevas oportunidades y desafíos que tengamos que afrontar en lo que queda de década.

No obstante, lo que debemos unificar es la capacidad de recoger datos, organizarlos, compararlos, integrarlos e interpretarlos con el objetivo de fundamentar nuestras estrategias durante este recorrido y de obtener conocimientos detallados fomentando la responsabilidad de ser transparentes. Afirmar que las empresas se dedican a medir lo importante se ha convertido en un tópico. Lo que en muchas ocasiones no se dice es lo compleja que resulta esa medición. Como sucede con otras muchas empresas, Attindas está condicionada por los retos que plantean los cambios que se producen en los activos, los productos o los métodos de elaboración de informes, entre otros factores. Por ese motivo, este informe queda vinculado a nuestros planes de establecer una plataforma de gestión de datos de sostenibilidad moderna que contenga evaluaciones del rendimiento medioambiental y social de nuestros propios proveedores.

Estamos deseando compartir nuestra evolución y todo lo que hemos aprendido en futuros informes que elaboraremos de forma periódica.

Fomento de la salud, la dignidad y el bienestar de la sociedad

Fomentamos la salud, la dignidad y el bienestar de la sociedad mediante el suministro de soluciones absorbentes que protejan el bienestar de la sociedad en más de 20 países. Nuestros programas de innovación en los productos y de sostenibilidad están vinculados entre sí, ya que trabajamos para conseguir resultados cada vez mejores para la salud y que estén a disposición de las poblaciones que se encuentran en pleno crecimiento o en la etapa de envejecimiento.

Nuestro punto de partida es pensar en las personas a las que brindamos nuestros servicios cuando se trata de encontrar el equilibrio entre el tipo y la cantidad de materiales que necesitamos para fabricar nuestros productos, el rendimiento de nuestros productos tanto en los hogares como en las instituciones sanitarias, el coste de las soluciones esenciales y el acceso a ellas que brindamos a la sociedad en todas las etapas de su ciclo de vida útil.

Hablamos con profesionales sanitarios y colaboramos con ellos, así como con cuidadores, padres, instituciones públicas de salud y con nuestros proveedores para comunicarles nuestros avances hacia la innovación sostenible.

Attindas comenzará a desarrollar una labor continua en 29 estados de Estados Unidos con el objetivo de formar a los líderes políticos sobre las importantes ventajas de salud pública que supone el acceso a los pañales asequibles para los bebés y a los productos dirigidos a la incontinencia en adultos y para defender la eliminación de los impuestos sobre la venta en estos productos.

Attindas se dedicará a coordinar estas labores, según proceda, con las organizaciones no gubernamentales y los clientes oportunos

Attindas invitará a otros proveedores de productos higiénicos absorbentes a unirse y prestar su voz a esta defensa de la salud pública.

Attindas ampliará estas labores a fin de ayudar a los usuarios de estos productos a seleccionar y recibir los productos que mejor se adapten a sus exclusivas necesidades durante cada una de las etapas de la vida y de garantizar un rendimiento óptimo y asequible generando la menor huella medioambiental posible.

La necesidad de pañales supone un problema fiscal

Más de la mitad de los estados de Estados Unidos cobran impuestos sobre la venta de pañales. En determinados estados, ciudades y condados se cobran impuestos adicionales con la venta de este tipo de productos esenciales.

Puede parecer intrascendente hasta que uno se da cuenta de que una de cada tres familias norteamericanas no puede permitirse comprar los pañales que necesitan para que su bebé esté siempre limpio, seco y sano. De este modo, los bebés son más vulnerables a sufrir dolorosas erupciones cutáneas e infecciones de las vías urinarias, lo que implica un mayor número de visitas al médico y, por tanto, facturas de instituciones médicas más elevadas.

Según National Diaper Bank Network, esta necesidad de pañales que no llega a satisfacerse significa que tres de cada cinco padres faltarán al trabajo o al colegio porque no pueden permitirse comprar los pañales que necesita el bebé para quedarse en la guardería y, en consecuencia, los niños y las familias tendrán menos posibilidades de alcanzar su pleno potencial.

Por eso abogamos por la eliminación de los impuestos sobre la venta de los pañales en 29 estados de Estados Unidos. Por ese motivo también apoyamos el trabajo de los bancos de pañales y de otras organizaciones sin ánimo de lucro que se dedican a conseguir pañales para las familias que los necesitan.

¿Cómo podemos ayudar?

Defendemos la eliminación de los impuestos sobre la venta de pañales para bebés y de productos para la incontinencia en adultos.

Apoyamos a National Diaper Bank Network para defender esta medida totalmente lógica.



« Durante mi trabajo con el banco de pañales líder del sector, he visto en primera persona cómo afecta la escasez de pañales a las familias, que terminan lidiando con problemas todavía más graves de salud y económicos. Por eso me apasiona este desafío».

Marcy Lemieux, Chief Financial officer, Attindas Hygiene Partners, and Board of Directors member at the Diaper Bank of North Carolina



Elegir el producto adecuado mejora la salud y genera una menor huella medioambiental

Cuando empeora la salud pública, los costes de atención sanitaria se elevan. Y cuando los costes de la atención sanitaria se elevan, disminuyen las oportunidades económicas y el avance social se ve mermado.

¿Cómo puede ayudar un fabricante de pañales a abordar este problema tan complejo? ¿Y cómo puede todo esto afectar positivamente al medio ambiente?

La respuesta es de una sencillez sorprendente: Hay que garantizar que los usuarios eligen los productos que mejor satisfacen sus necesidades.

El uso de productos con tamaños más grandes o más pequeños de lo necesario puede terminar elevando los costes que asume el consumidor, exigirá una mayor frecuencia de cambio, reducirá la protección de la piel y se consumirán más recursos naturales. Básicamente, emplear un producto que no se adecua a las necesidades de una persona, que no tiene la forma oportuna o no desempeña la función correspondiente no aporta ninguna ventaja.

Por eso, en Attindas Hygiene Partners estamos tomando medidas prácticas para formar a los cuidadores y ayudarles a elegir el producto óptimo.

También por ese motivo nos enorgullece que un estudio independiente publicado

en British Journal of Nursing (vol. 32, n.º 9) haya confirmado que la herramienta de selección de productos Attends en entornos de atención geriátrica ha conseguido reducir las incidencias de pérdidas, los costes y el impacto medioambiental.

El estudio concluyó que una de las causas de las pérdidas es la selección de un tamaño o nivel de absorción incorrectos. El artículo también recordaba que ambos productos, los que tienen una capacidad reducida de absorción y los que tienen una capacidad demasiado grande, pueden contribuir al aumento del riesgo de sufrir lesiones cutáneas.

Además de obtener mejores resultados sanitarios, también se reduce la carga de trabajo del personal cuando disminuye la cantidad de cambios innecesarios. El uso de productos que tienen un tamaño que se corresponde con la capacidad para la que se han diseñado también reduce la carga sobre el planeta.

Los consumidores en casa también se darán cuenta de las ventajas que aporta llevar a cabo una selección de productos fundamentada. Nuestro personal profesional del centro de asistencia HDIS (1-800-2MY-HOME) ofrece asesoramiento especializado y personalizado con total discreción a la hora de elegir las soluciones adecuadas para proteger la salud y brindar dignidad.

Wellbeing Project - Córdoba NHS

Ángela Sierra es enfermera especializada en los productos dirigidos a la incontinencia que trabaja en el equipo de ventas de España, situado en Pozuelo (Madrid). Ha trabajado como enfermera en varios hospitales y residencias de ancianos y lleva trabajando en INDAS seis años.



Su objetivo es mejorar la calidad de vida de los pacientes con incontinencia, asesorándolos y formándolos en el uso correcto de los productos higiénicos absorbentes en función de las necesidades del paciente.

Como resultado de la iniciativa de Ángela se fundó el proyecto BIENESTAR: servicio nacional de salud de Córdoba. El proyecto Córdoba ha surgido como una solución que aborda la necesidad del cliente de ser consciente de que el uso correcto de los productos higiénicos absorbentes no solo se traduce en mejores resultados a nivel sanitario, sino que además esos mejores resultados son más asequibles.

Gracias a nuestro producto IncoPack Nature, Ángela pudo demostrar a nuestros clientes que era posible ahorrar hasta un 15 % y que el uso adecuado de los niveles de absorción hace que se presenten menos problemas de dermatitis asociados con la incontinencia. Durante cuatro años, este proyecto consiguió mejorar la salud de los pacientes de forma cuantificable, con una reducción de las dermatitis del 32 % a tan solo el 2 %.

El proyecto supuso un ahorro económico para el servicio de salud de la región de Córdoba en cuanto a la compra de productos de absorción y una reducción de los costes médicos que se asocian a los tratamientos para el cuidado de la piel.

Ángela llevó a cabo este proyecto a través del programa "Attincare", desarrollado por Antonio Rey (Hospital Sales Regional Manager) junto con Hariharan Kumaravel (Enterprise Architect & Global Systems Development Team Lead). Lo que hacemos y nuestra forma de trabajar son capaces de mejorar la calidad de vida de las personas de todo el mundo.

Aumento de la eficiencia de los recursos y los procesos

Trabajamos constantemente para conseguir que el uso de los recursos sea eficiente mediante determinadas mejoras en los procesos capaces de reducir el impacto medioambiental y los costes.

Nuestras selecciones de materias primas, el diseño de los productos y las decisiones que tomamos en cuanto a la fabricación y las elecciones que hacemos en la distribución tienen la intención de aumentar la eficiencia ecológica de nuestro negocio. Entre otros aspectos, tratamos de innovar en las soluciones de empaquetado y logística a fin de aumentar la eficiencia y la fiabilidad de los envíos de productos fundamentales para la población.



Estrategias

Queremos desarrollar una vía plausible para conseguir que nuestras instalaciones de fabricación terminen siendo inocuas para el medio ambiente en 2035, con las expectativas provisionales de reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero en un 60 % para el año 2030 (tomando como referencia los niveles de 2017).



Vamos a establecer e introducir un Precio interno sobre el carbono a fin de informar sobre la movilización de capital de larga duración, el diseño de productos y envases y las decisiones de la cadena de suministro, cuyo objetivo es conocer de forma sistémica los riesgos y oportunidades medioambientales.

Nuestra intención es fomentar las soluciones de empaquetado sostenibles que contengan materiales reciclados o que procedan de fuentes renovables. Nuestro objetivo es emplear un 80 % de materiales reciclados o procedentes de fuentes renovables en el empaquetado de productos de cara a 2030. Queremos fomentar una gestión responsable de los recursos naturales a través de certificaciones independientes de nuestras decisiones de compra.

Tenemos la intención de llegar a eliminar el 99 % de los vertederos de cara a 2030 en cuanto a la gestión de productos derivados de la fabricación. Nuestro objetivo es hacer un seguimiento del tipo de reutilización positiva de los productos derivados de la fabricación para marcar la diferencia entre reciclaje y recuperación de energía.

Suministro de aire

No exageramos ni un ápice cuando decimos que nuestras fábricas funcionan con aire. Nos referimos al aire comprimido.

Los compresores que hay en nuestros centros de fabricación producen el aire con el que funcionan nuestras cintas transportadoras, las pistolas de cola, los solenoides, con el que se limpian los sensores, se activan los sistemas de adherencia por ultrasonidos o se mantienen activados los sistemas de incendios, entre otros procesos. La pérdida de un compresor en este entorno se asemeja a perder un pulmón.

Eso es precisamente lo que sucedió a finales de 2021 en nuestra fábrica de Greenville, en Carolina del Norte, cuando uno de los tres compresores del centro dejó de funcionar. El director de las instalaciones y su equipo fueron capaces de transformar esta gravísima situación en una oportunidad para diseñar e instalar una solución de aire comprimido más sostenible.

En lugar de limitarse a sustituir la unidad que se había estropeado, el equipo de Greenville alquiló un compresor provisional que les ofreció un respiro y algo de tiempo para reflexionar.

Los tres compresores antiguos que había en la fábrica se han reemplazado con dos compresores más modernos y eficientes que tienen el tamaño perfecto para llevar a cabo todas las operaciones y aumentar el nivel de fiabilidad. Pero todo esto es solo una parte de la historia. El equipo también se dio cuenta de que la sustitución de los compresores les brindaba la oportunidad de reubicarlos. Esta idea fue crucial, dado que, con el aire comprimido, la distancia es un factor muy importante.

Al reubicar los compresores y ponerlos más cerca de las líneas de producción, se consumía menos energía, ya que el aire llega a las líneas con mayor rapidez. Todo ello se traduce en una reducción de la huella de carbono en la fábrica de Greenville.

La huella de carbono se reduce aún más a través de la instalación de unidades de velocidad variable (VSD). Sucede lo mismo que cuando se conduce un coche: al pisar a fondo el acelerador cuando el vehículo está parado consume una gran cantidad de energía, mucha más de la que se requiere para mover un coche que ya se encuentra en marcha. Los compresores, por lo general, necesitan un enorme consumo de energía para arrancar con rapidez. Sin embargo, el uso de las unidades de velocidad variable permite un arranque más gradual que requiere un consumo de energía significativamente menor. Todo ello se traduce en una reducción de las emisiones y de los costes.

No es de extrañar que el reemplazo de equipos antiguos con otros nuevos en ocasiones pueda redundar en una mejora en el rendimiento medioambiental y económico.

En nuestra opinión, la moraleja de toda esta historia es que, cuando nos enfrentamos a la oportunidad de reemplazar un equipo antiguo merece la pena pararse a pensar y decidir cuál es la solución óptima y más sostenible. No hay que desaprovechar la oportunidad de optimizar los beneficios.

Desde el punto de vista de la sostenibilidad, el resultado puede ser impresionante.



George Gurkin Greenville
Facilities Manager

«Si no cambias la dirección, puedes terminar donde has comenzado».

Esta observación tan evidente se atribuye al antiguo filósofo chino Laozi.

¿Tiene gracia? Un poco. ¿Es útil? Mucho más de lo que nos pensamos.

Hace años, nuestras instalaciones de producción de ambos lados del Atlántico se propusieron lograr el ambicioso objetivo de reducir al máximo y, en un momento dado, llegar a eliminar por completo los residuos de fabricación que se enviaban a los vertederos. Las fábricas de Suecia y Ohio, en particular, estaban firmemente comprometidas con esta vía. Era el tipo de recorrido al que hace referencia Laozi, y ambas fábricas estuvieron a punto de terminar en el lugar donde comenzaron.

Hasta que entre los líderes surgió la pregunta de si realmente ese era el destino al que se quería llegar. La perspectiva de cumplir con la promesa de eliminar los vertederos ¿nos estaba distrayendo y no nos dejaba ver que quizá existían resultados medioambientales y económicos incluso mejores? La respuesta fue afirmativa.

Ambas fábricas habían logrado eliminar casi por completo su dependencia de los vertederos, en gran medida gracias a la incineración de residuos. Cuando el viaje comenzó, todo ello tenía lógica. Las instalaciones de conversión de residuos en energía, bien diseñadas y muy reguladas, no solo habían conseguido reducir los residuos que llegaban al vertedero, sino que también eran capaces de producir energía eléctrica sin necesidad de conseguir ni consumir combustibles fósiles. En algunos casos, la transformación de los residuos en energía podía seguir suponiendo ventajas. Sin embargo, en Attindas hemos terminado creyendo que, a veces, el mejor camino no es el más recto. Hay otras salidas que pueden conducir a la obtención de resultados aún mejores. Por ejemplo, se puede optimizar

la cantidad de materiales necesarios para fabricar productos de la misma calidad. Hay que reducir los residuos mediante el aumento de la eficacia y la fiabilidad de nuestras líneas de producción. Y es necesario recuperar los materiales que no se utilizan a fin de volver a transformarlos en materias primas, lo que supone dar un paso hacia lo que algunos llaman «circularidad».

Cambiar de dirección exige modificar el comportamiento y este cambio es más sencillo cuando (1) cambia el entorno, (2) cuando las personas se apoyan mutuamente y (3) cuando se celebra la evolución. Nosotros estamos haciendo las tres cosas.

Actualmente, los cubos de recogida de los residuos que se dedican a la transformación en energía escasean en la fábrica. Se han sustituido por otros del tamaño adecuado y se han colocado en el lugar pertinente de forma que sea obvio y fácil separar los materiales para reciclarlos.

Los trabajadores de todas las áreas de las instalaciones, producción, mecánica y almacén, se reúnen para hablar de sus experiencias y compartir ideas que permitan avanzar en la reducción y gestión de residuos. Un auditor ISO independiente ha destacado recientemente este aspecto como uno de nuestros mayores puntos fuertes.

Definimos nuestros objetivos y lo celebramos cuando los logramos. Nuestro centro de Ohio ha conseguido reducir en un 60 % la cantidad de materiales que se envían a las instalaciones de conversión de residuos en energía en los últimos años y nuestra fábrica de Suecia va camino de reducirla en un 70 %. Seguimos comprometidos a terminar el viaje, pero ahora valoramos mucho más lo que aprendemos sobre la marcha y modificamos nuestra trayectoria en consecuencia.



Martina Jansson
Operator L15



Torbjörn Jacobsson
Operator
Environment



Thomas Olsson
TM Building/
Production

Las piezas forman parte de la solución

Es una práctica muy habitual entre las empresas seleccionar con mucha minuciosidad las materias primas que se utilizan para aumentar la sostenibilidad del negocio. Existen, además, incontables ejemplos de empresas que han vuelto a diseñar sus productos con el objetivo de reducir su huella medioambiental. Attindas Hygiene Partners es una de ellas.

Las máquinas que utilizamos son activos de larga duración que se dedican durante décadas a la fabricación de productos esenciales de salud pública. Por ese motivo, las inversiones periódicas que hacemos en su mantenimiento y su modernización suponen una posibilidad muy importante de avanzar en nuestro programa de sostenibilidad.

Hemos entablado relaciones comerciales con fabricantes de equipos que están tan comprometidos como nosotros con la innovación y nuestros procesos de diseño y de instalación de piezas nuevas ya no solo son un puntal en el mantenimiento del funcionamiento de nuestros activos, sino que también nos ayudan a aumentar la sostenibilidad de nuestras operaciones.

One of the parts suppliers that has been instrumental to our progress is Innovent GmbH. New material-screening technology.

Uno de los proveedores de piezas que ha resultado crucial en nuestra evolución en este sentido ha sido Innovent GmbH.

Rob Jenniskens, Vice President
Innovent GmbH



La nueva tecnología de cribado de materiales que ha diseñado Innovent para nuestras máquinas reduce la resistencia al aire presurizado que empleamos en la fabricación de los pañales. Es posible que parezca un ajuste insignificante. Sin embargo, ha dado lugar a una serie de mejoras en la eficacia que han supuesto una ventaja en cuanto al cuidado del medio ambiente y a los resultados.

Al mejorar el flujo del aire, hemos conseguido:

- Reducir los costes de mantenimiento y el tiempo de inactividad de las máquinas
- Aumentar la eficiencia energética
- Reducir el consumo de materias primas
- Aumentar el rendimiento del producto y Prolongar la vida útil de nuestro equipo

Y el fruto de nuestra colaboración no termina ahí. Juntos, hemos avanzado en el aumento de la eficiencia a la hora de pedir y transportar las piezas que Innovent nos fabrica en Alemania a nuestras instalaciones de producción en Suecia. La consecuente reducción de las emisiones asociadas al transporte aéreo refleja nuestro compromiso con los Objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas.

Ahsan Yasin, Parts Coordinator
Attends Europe



Laboratorios Indas impulsa la energía solar en Toledo

Hace mucho tiempo que España es un país líder en la generación de energía solar. No es de extrañar, dado que se trata de uno de los países europeos con más horas de luz. Más del 11 % de la generación de electricidad en España procede de la energía solar y se prevé que esa cifra se duplique durante los próximos años.

Nuestra fábrica en España, Indas, quiere formar parte de este crecimiento de cara a la preparación de la instalación de uno de los proyectos más importantes de generación de energía solar para consumo eléctrico local de nuestra fábrica de Novés, en Toledo, en la región de Castilla-La Mancha.

La instalación de energía solar contendrá paneles tanto en azoteas como a nivel del suelo. La instalación también será capaz de generar una gran parte de la electricidad necesaria para que la fábrica produzca los artículos higiénicos esenciales. Esta instalación generará unos 8,6 GWh de electricidad al año, una cifra que equivale a 2500 veces el consumo medio doméstico en España.

David Félix, Operation & Plant Director de Laboratorios Indas, comentó: «Damos un paso más para lograr el objetivo de Attindas de neutralizar las emisiones de carbono en nuestras operaciones de cara a 2035 y marcamos un hito importante para Indas en el mercado Español».

Se prevé que el proyecto reduzca las emisiones de CO2 anualmente en 1446 toneladas. Esa cifra equivale, aproximadamente, a la cantidad de CO2 que absorberían 172.149 árboles de la atmósfera en un plazo de 30 años.

La producción de energía renovable de forma local es solamente una parte de la ruta que ha escogido Attindas para convertirse en una empresa inocua para el medioambiente de cara al año 2035.

Entre otras medidas que estamos dispuestos a tomar figuran aumentar la eficiencia energética, concienciar sobre las ventajas de una red eléctrica más ecológica en Norteamérica, adquirir energía de fuentes renovables y compensar las emisiones de carbono donde sea necesario.

Incorporación de las ventajas que suponen la inclusión y la diversidad

Nuestro objetivo es conseguir un aumento en la sostenibilidad de nuestro negocio mediante el fomento de una cultura que incorpore la diversidad, favorezca un entorno de inclusión y ofrezca un acceso equitativo a las oportunidades laborales. Nos dedicamos, de forma completamente deliberada, a contratar personas con talento que reflejen la diversidad de las sociedades en las que trabajamos.

Nos esforzamos para que todos nuestros compañeros participen y sean conscientes de lo mucho que su trabajo contribuye al objetivo que queremos lograr de fomentar la salud, la dignidad y el bienestar de la sociedad. Ofrecemos la autonomía necesaria a nuestro personal para que compartan sus ideas con el objetivo de que nuestro negocio sea mejor.

Estrategias

Al poner a disposición de todos nuestros trabajadores formación en función de las competencias, favorecemos la concienciación sobre la importancia que tienen la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo y somos más conscientes de los prejuicios inconscientes.



Establecemos colaboraciones con organizaciones de nuestras comunidades locales para favorecer el desarrollo profesional de las mujeres.

Fomentamos la igualdad de oportunidades mediante la formación, y la fidelización, de un equipo de compañeros diversos y muy comprometidos que, además, cuentan con las aptitudes oportunas y están siempre dónde y cuándo se les necesita para poner en práctica nuestras estrategias de negocio.



Favorecemos una cultura abierta, comprensiva y respetuosa que ofrece foros a los trabajadores donde pueden compartir sus experiencias, sus perspectivas y hacer sugerencias para fomentar la diversidad y la inclusión.



Entorno laboral acogedor

Attindas se enorgullece de ser una empresa responsable que está comprometida con el fomento de la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo. La empresa valora la importante contribución de los refugiados y los inmigrantes a la sociedad local y siempre está dispuesta a contratar personas que procedan de estos contextos sociales. Attindas ofrece a los refugiados e inmigrantes oportunidades profesionales con el objetivo de que consigan integrarse en la sociedad y lleguen a desarrollar su pleno potencial.

La empresa se enorgullece también de su liderazgo en cuanto al apoyo a la integración de refugiados e inmigrantes en el lugar de trabajo y se compromete a crear un entorno laboral acogedor e inclusivo para todos sus trabajadores.

Próximas generaciones

Como alternativa complementaria al sistema educativo tradicional y una excelente oportunidad para identificar futuros talentos profesionales, los estudiantes vienen a visitar la fábrica y a conocer lo que pueden ser salidas profesionales muy gratificantes en un entorno de fabricación moderno.



Seguridad ante todo

Nuestra fábrica de Attindas Novés ha recibido el distintivo HPR (Highly Protected Risk) de Factory Mutual Global.

La aseguradora norteamericana FM Global otorga este distintivo a las empresas e instalaciones industriales que consideran que gestionan de una manera excelente la mitigación de los riesgos inherentes a su actividad, que se centra especialmente en la prevención de daños materiales. El concepto de «Riesgo con alto nivel de protección» se fundamenta en la aplicación de los estándares más exigentes de prevención y protección a fin de reducir al máximo la probabilidad de que se produzca un accidente. Se trata del máximo reconocimiento a la prevención y protección sostenibles.





HDIS: una década de Top Workplace

Family Helping Families Culture Makes the Difference At HDIS.

La cultura de la familia que ayuda a otras familias es lo que marca la diferencia en HDIS.

Los resultados de la encuesta «Energage» de HDIS que se publicaron en 2022 podrían resumirse en dos palabras: familia y cuidado. Esas dos palabras han definido la cultura de HDIS durante décadas y han llevado a la empresa a su segundo reconocimiento nacional como mejor lugar de trabajo. En los últimos 12 años, HDIS ha participado en la encuesta local «Top Workplaces» de St. Louis, (Misuri), que organizan el periódico St. Louis Post Dispatch y Energage, y ha obtenido sendos reconocimientos. A fin de otorgar los reconocimientos a nivel nacional, Energage analiza los resultados de todo el país y otorga el distintivo al 3 % de las empresas que lideran el certamen gracias al compromiso de su personal y a su perspectiva de cultura que gira en torno a las personas. En esta distinción va también implícito el Premio nacional a la excelencia cultural en cuanto a Liderazgo, objetivos y valores, flexibilidad en la conciliación e innovación.

«En los dos últimos años hemos experimentado una gran cantidad de cambios. Cómo trabajamos. Dónde trabajamos. La perspectiva de nuestra empresa», afirma Mark Nedvin, Presidente de HDIS. «Pero lo que más me enorgullece es nuestra capacidad para adaptarnos y la firmeza con la que nuestra cultura ha resistido esta época de cambios. Es una verdadera prueba de la calidad humana de los trabajadores de HDIS y de nuestra pasión por lo que hacemos».

Un trabajador comentó: «Nuestro objetivo es facilitar la vida a nuestros clientes para que puedan disfrutarla plenamente y, al hacerlo, sentimos la plenitud también nosotros mismos. Hablar con un cliente y escucharle decir que le hemos devuelto la dignidad, la independencia y la vida es la única recompensa que nos hace falta recibir».



Compromisos genuinos y personales para lograr una conducta ética, responsable y respetuosa

Tenemos un firme compromiso para fomentar nuestros valores fundamentales en cuanto a la ética de nuestras operaciones, el abastecimiento responsable y la preocupación por nuestros trabajadores y la sociedad.

Nuestra visión está siempre centrada en la mejora continua a fin de que se pueda trabajar de forma segura en todas nuestras ubicaciones. Animamos a los empleados a que se formen y a que se apoyen mutuamente para trabajar de forma segura. Somos absolutamente transparentes en la recopilación de datos y experiencias, su evaluación y su intercambio y buscamos aprender de nuestros logros y nuestros fracasos en materia de seguridad.

Encomendamos claramente a cada uno de nuestros compañeros que entiendan los fundamentos éticos más estrictos del negocio y los pongan en práctica a diario y reforzamos nuestro empeño con sistemas extremadamente rigurosos.

Definimos nuestras expectativas con el objetivo de que nuestros proveedores adopten las prácticas éticas de negocio más exigentes y se comprometan a promover el desarrollo sostenible.



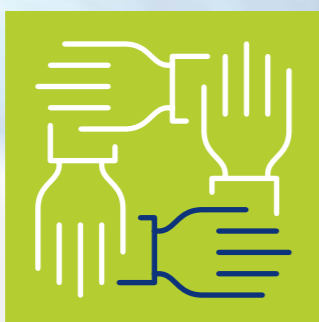
Estrategias

Tenemos la intención de desarrollar e implantar una plataforma de cara a aumentar la eficiencia y la eficacia de nuestras comunicaciones con nuestros proveedores en relación con sus labores dedicadas a fomentar las prácticas éticas, responsables y sostenibles.

Queremos exigir a todos nuestros proveedores que firmen el Código de conducta de Attindas y que los proveedores principales tengan que superar una evaluación relativa a la Iniciativa de conformidad social empresarial.

Nos planteamos desarrollar nuestra capacidad de auditoría interna para contribuir a respaldar la conformidad con nuestras normas y expectativas de gestión.

Attindas tiene la intención de aumentar la cantidad de colaboraciones con organizaciones no gubernamentales que ayudan a suministrar pañales y productos para la incontinencia en adultos a poblaciones desatendidas en las comunidades que consideramos nuestro hogar.



Ayuda en países en guerra y catástrofes naturales

El 6 de febrero de 2023, un fuerte terremoto cerca de la frontera de Turquía con Siria causó importantes pérdidas humanas y arrasó barrios enteros. Haciendo gala de nuestra cultura del cuidado, varias sedes de Attindas no pararon de trabajar a fin de hacer llegar productos higiénicos absorbentes fundamentales a las familias necesitadas en la región donde se produjo el terremoto. Queremos agradecer a nuestros equipos de Europa su trabajo en la colaboración con diversas ONG para garantizar que estos suministros llegaran a las personas que más los necesitaban.

Hemos donado más de 1.012.000 unidades de productos Indas (66 palés) a la asociación A.M.A.P. (Asociación Mundial de Ayuda a Personas Necesitadas), una ONG sin ánimo de lucro que dieron respuesta a la emergencia social en Siria y Turquía.

Todo el material que se donó a la asociación se envió directamente a través del consulado de Ucrania en España a los padres Redentoristas de la ciudad de Lviv (Ucrania), que se encargaron de llevar estos productos directamente a los hospitales ucranianos.

Campaña Chelino® contra el cáncer infantil en colaboración con la asociación El sueño de Vicky, donando productos dirigidos a familias de refugiados ucranianos que llegaron a España con hijos que sufren cáncer infantil. Se donaron 6000 unidades de de pañales Chelino Fashion & Love en todas las tallas.



World Central Kitchen

El 24 de febrero de 2022 Rusia lanzó una ofensiva militar a gran escala sobre la vecina Ucrania, invadiendo el país en varios frentes. Al día siguiente del comienzo del ataque de Rusia, WCK ha estado sirviendo comidas a miles de familias que trataban de escapar de la violencia en Ucrania y a las personas que permanecen en el país cada día. WCK se encarga de suministrar comidas calientes y cocina para ayudar a las personas necesitadas.

Los trabajadores de Attindas han colaborado con World Central Kitchen en esta campaña diseñada específicamente para ayudar al pueblo ucraniano.

Consuelo y atención en nuestras sociedades

En Raleigh colaboramos con Families Together. Nuestro President & CEO, Michael Fagan es miembro de su Junta directiva y es un placer comunicar que en la «Campaña de otoño de Families Together 2022», se superó con creces las expectativas.

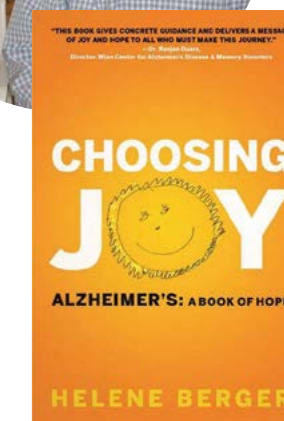
Con el apoyo de generosos donantes, muchos de nuestros compañeros de Attindas, ayudan a garantizar que cada vez más familias sin recursos puedan llegar a tener un hogar. Esta financiación marcará la diferencia en nuestro objetivo de cambiar la vida de las familias con niños, garantizándoles el acceso a la vivienda, algo que necesitan con urgencia, como en refugios de emergencia, viviendas provisionales y viviendas permanentes de alquiler asequible.



HDIS is Choosing Joy!

En ocasiones, la vida nos impone situaciones difíciles que nos marcan para siempre. En el caso de los trabajadores de HDIS, esto ha sucedido recientemente gracias al libro Choosing Joy de Helene Berger, que es clienta de HDIS desde hace muchos años. En el libro, Helene narra las historias que ha vivido y lo que ha aprendido durante la época en la que tuvo que cuidar a su querido marido, Ady.

En el libro hace referencia a su experiencia con nuestra empresa HDIS (HDIS forma parte de Attindas entregando a domicilio productos higiénicos directamente a los clientes). Comenta cómo HDIS le ayudó con expertos consejos que le dieron sobre productos de absorbentes de Incontinencia. Gracias a nuestros productos la pareja pudo mejorar su calidad de vida, ofreciendo una mayor protección durante toda la noche.



Espíritu Solidario

Con el fin de mantener el espíritu solidario de Attindas y nuestro compromiso de ayudar a la gente mejorando su vida, colaboramos con Diaper Bank of North Carolina con el objetivo de hacer llegar productos esenciales a las personas de ese estado que tienen dificultades para permitírselos..

Los empleados de Attindas se ofrecen voluntarios para empaquetar pañales y distribuirlos entre las familias necesitadas. Las actividades de trabajo en equipo son gratificantes y divertidas, pero, además, nos recuerdan la importancia que tienen los productos que fabricamos.



Una vez habíamos leído los primeros capítulos, nos dimos cuenta de que este libro iba a ser muy importante. Se convirtió en una fuente de inspiración. Nos recordó que podemos seguir aprendiendo, que podemos afrontar situaciones difíciles, que podemos encontrar soluciones y que nosotros también podemos 'elegir la alegría'.

«La historia de Helene y Ady es tan cercana como conmovedora», afirmó Mark Nedvin, presidente de HDIS. «Saber que hemos influido, aunque sea en pequeña medida, en su vida, es una verdadera lección de humildad. Nos ha inspirado a todos para seguir adelante y seguir marcando la diferencia en la vida de nuestros clientes».

El libro ha incidido tanto en HDIS, que hemos querido ayudar a más clientes a "elegir ser felices, a "elegir la alegría". Dedicamos un boletín dirigido a los clientes compartiendo su historia con otras personas que se encuentran en situaciones similares. Helene se enfrentó a una realidad que no había elegido y pasó de sentir un miedo terrible a comprender que tenía opciones. Eligió dar lo mejor de sí misma a su marido, asegurándose al mismo tiempo de satisfacer sus propias necesidades.

Nuestros clientes también han empezado a compartir sus propias experiencias con Choosing Joy. «Gracias por incluir el artículo sobre Helene en la newsletter. No hace falta estar cuidando de alguien con Alzheimer para sentirse identificado con el libro. Todos podemos aprender mucho de ella. Gracias por compartirla con nosotros», escribió Barb B.

Esperamos que la historia de Helene siga inspirando a los demás. Como ella misma dice: «Hay que ser consciente de que uno tiene el potencial para marcar la diferencia y que la esperanza, y hasta la alegría, se encuentran a menudo detrás de la próxima elección que hagamos».

Nuestros informes de sostenibilidad

Attindas Hygiene Partners, como otras muchas empresas, se enfrenta a los retos que son inherentes a la recopilación y a la comunicación de los datos que se convierten en el fundamento de nuestras labores en cuanto a sostenibilidad. Entre los desafíos que abordamos figuran los cambios en la propiedad de los activos, las adquisiciones, las consolidaciones de fábricas, las adaptaciones que requiere la comprobación de otros datos, y los métodos de elaboración de informes, la labor continua a fin de normalizar las métricas y los cambios que se producen en los métodos internos de elaboración de informes a lo largo del tiempo.

La parte positiva es que, desde que American Industrial Partners adquirió nuestra empresa en 2020, nos hemos centrado aún más en mejorar la gestión de datos en este ámbito. Attindas se encuentra en la actualidad en el proceso de establecer una plataforma en la que recoger y gestionar los datos de sostenibilidad, que logrará unificar nuestra labor de obtención de información y, lo que es más importante, nos permitirá combinar flujos de datos en nuevos análisis a partir de los que obtendremos otras perspectivas sobre la vinculación que hay entre los resultados de sostenibilidad y el éxito empresarial.

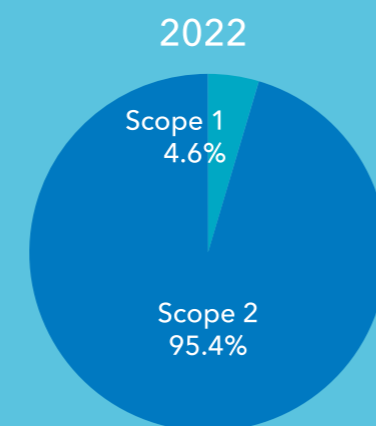
Los datos que recoge este informe reflejan los datos anuales más actualizados que se encuentran disponibles en nuestras sedes principales y, en la elaboración de nuestros informes, se toma el año 2022 como referencia. Estos datos se han sometido a un riguroso proceso de verificación interna. Dada la finalidad de estos datos, que tratan de orientar nuestras diversas estrategias de sostenibilidad, no creemos que en la actualidad sea buena idea, en cuestión de recursos, someter todos estos datos a una auditoría externa.

Lo importante es determinar qué datos elegimos recoger e incorporar a los informes sobre nuestra empresa. El fundamento principal son los intereses de nuestros clientes y nuestra participación en el programa Global Compact de las Naciones Unidas. Somos una empresa de transformación «B2B» y, por tanto, somos conscientes de que nuestras labores en el ámbito de la sostenibilidad son esenciales para los programas de sostenibilidad de nuestros clientes. Mantenemos esa alineación a través de comunicaciones regulares con nuestros clientes clave. Nuestro compromiso supone asimismo una ventaja en la perspectiva que tenemos sobre los datos de sostenibilidad, gracias a American Industrial Partners y su iniciativa Data Convergence Initiative. Esta colaboración entre diferentes interesados de capital privado contribuye a armonizar la recogida de datos sobre sostenibilidad y su comunicación en el sector de la inversión privada.



Indicadores clave de sostenibilidad

	UdM	2022
CONSUMO DE ENERGÍA		
Electricidad	MWh	160,966
Electricidad adquirida	MWh	92,319
Electricidad adquirida: renovable	MWh	68,647
Porcentaje de electricidad renovable	%	42.6%
Relación de la intensidad de la energía	MWh/mpcs	36.9
Calefacción		
Calefacción urbana adquirida	MWh	6,501
Combustibles		
Gas natural	m3	508,319
Aceite combustible	Liters	14,421
Combustible para transporte	Liters	181,597
Medios de refrigeración		
	kg	12
GESTIÓN DE RESIDUOS		
Residuos para vertedero	MT	376
Basura en general	MT	107
Polvo de producción	MT	269
Restos de producción	MT	-
Porcentaje de basura de vertedero	%	1.7%
Residuos reutilizados o reciclados	MT	21,643
Plástico	MT	3,751
Restos de producción	MT	5,779
Papel/cartón	MT	5,871
Metales	MT	67
Polvo de producción	MT	1,238
Madera	MT	569
Otros	MT	4,366
Porcentaje de reutilización o reciclaje positivos	%	98.3%
Residuos peligrosos	MT	42
Consumo de agua	m3	95,784
EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO		
Emisiones GEI directas: alcance 1	CO2e	1,599
Emisiones GEI indirectas: alcance 2	CO2e	33,014
EMISIONES DE GEI TOTALES en alcances 1 y 2	CO2e	34,613



28% ↓

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO:
Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en los alcances 1 y 2 desde 2017



43%

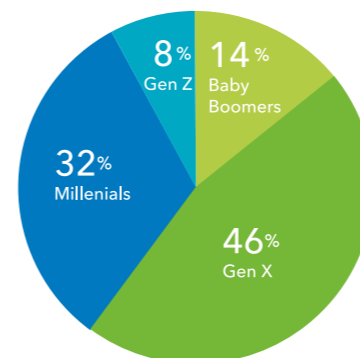
de nuestra **ENERGÍA** procede de fuentes renovables

98%

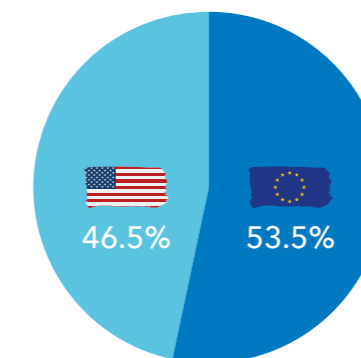
de los residuos se han derivado de los vertederos una **REUTILIZACIÓN** positiva



Trabajadores por generación



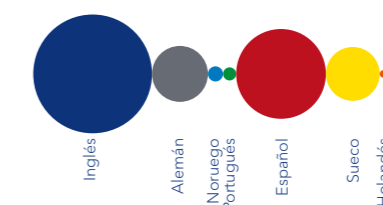
Trabajadores por continente



Trabajadores por género



Trabajadores por idioma





Making it personal

Attindas
HYGIENE PARTNERS



Attindas.com