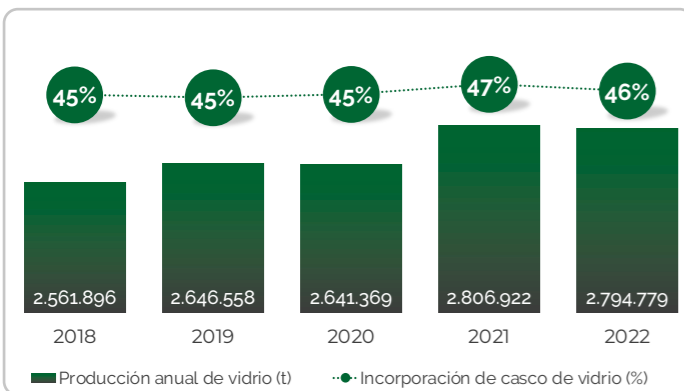


Anfevi

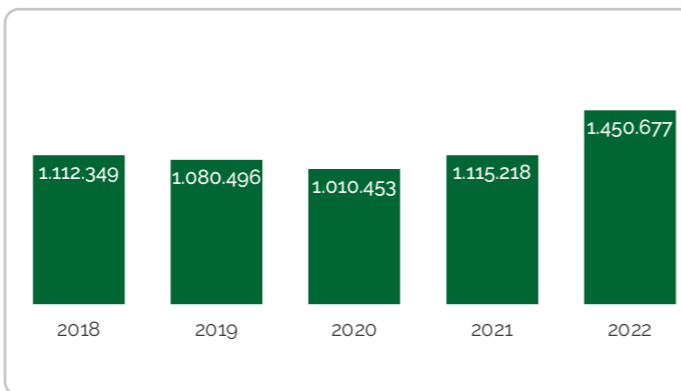
Contribución económica, ambiental y social en el periodo 2018 - 2022



Gráfica 1. Producción anual de vidrio para envases (t) y tasa de incorporación de casco de vidrio (%)



Gráfica 2. Evolución de la cifra de negocio total (miles de euros)



La producción anual de envases de vidrio ha mantenido un nivel similar al del ejercicio anterior, manteniendo el compromiso de incorporar tanto casco de vidrio como sea posible, y teniendo en cuenta que España es un país netamente exportador de envases de vidrio.

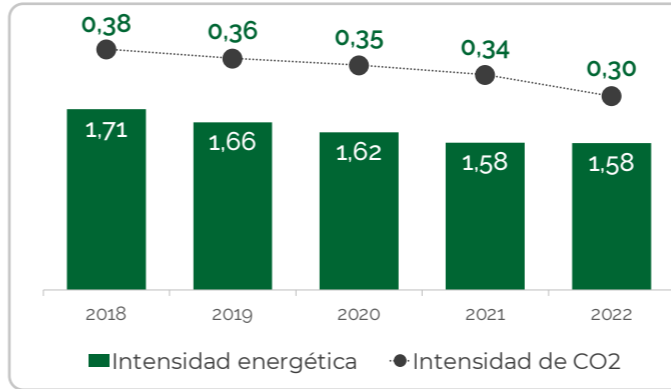
Aún en estas circunstancias, el crecimiento del negocio ha sido mayor, mientras que las cifras de intensidad energética e intensidad en las emisiones de CO₂ son las más bajas de los últimos años. Esto ha sido posible gracias al compromiso de todas las empresas por descarbonizar de forma progresiva la fabricación de envases de vidrio.

En el ámbito social, las empresas de Anfevi han mantenido un nivel de empleo indefinido cercano al 100%. Las magnitudes de gasto anual han sido las más altas del periodo, así como las cifras de contribuciones sociales. Todo ello repercute en el desarrollo de los territorios en que se ubican las plantas de fabricación de vidrio, desarrollando las comunidades locales y favoreciendo la creación de empleo y riqueza estable a lo largo del tiempo.

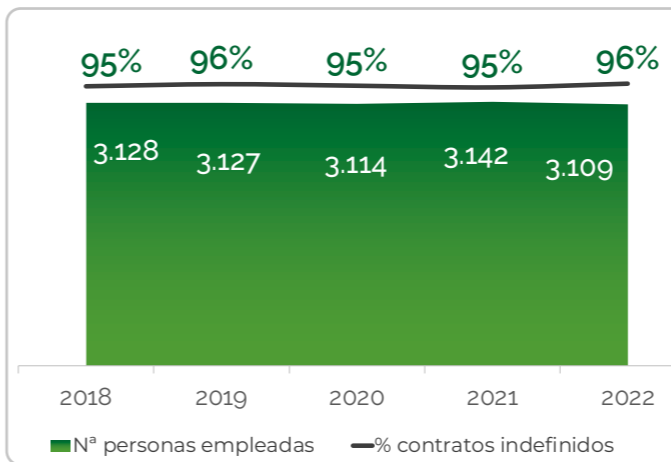
El sector de fabricación de envases de vidrio ha logrado encadenar una reducción progresiva de la intensidad de sus emisiones de CO₂ así como de la intensidad energética.

El impacto económico de Anfevi favorece el desarrollo de los territorios en los que se encuentran localizadas las plantas vidrieras.

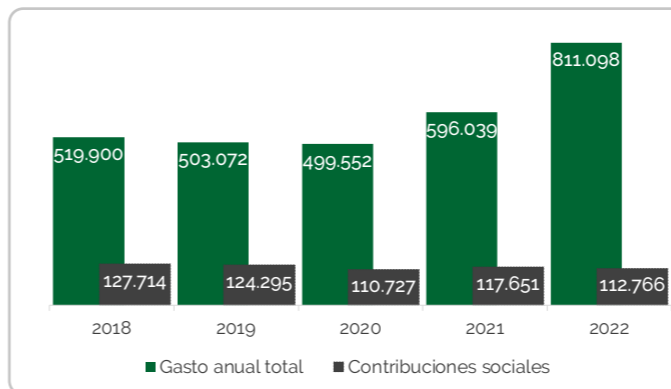
Gráfica 3. Intensidad energética (MWh/ t de producto) e intensidad de CO₂ (t emitidas / t de producto)



Gráfica 4. N° de empleos directos y empleos indefinidos (total y %)



Gráfica 5. Gasto anual (miles de euros) y contribuciones sociales (miles de euros)



Impactos sociales en 2022



15 años de antigüedad media de los contratos



20 horas al año de formación ofrecida de media a cada persona trabajadora



81% de materias primas y subproductos adquiridos en territorio nacional



72% de materias primas y subproductos adquiridos en un radio de 300km



62% de producto vendido en territorio nacional



44% de producto vendido a clientes situados a un radio de 300 km

