

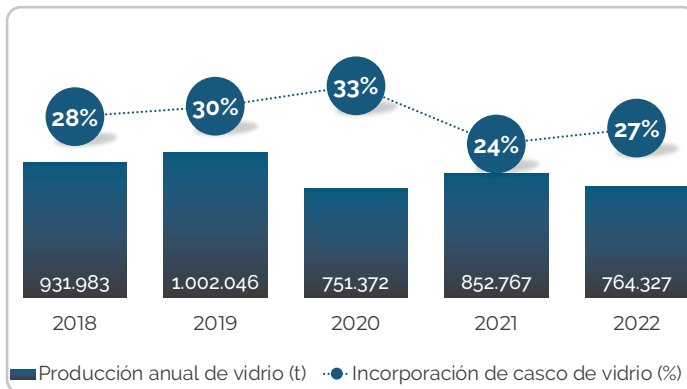
FAVIPLA

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 (%)



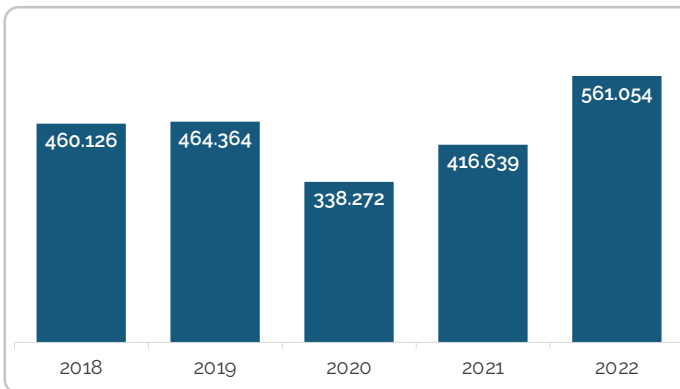
Las empresas fabricantes de vidrio plano en España han contribuido de forma notable a la generación de riqueza, tanto a través del crecimiento económico como gracias al incremento del nivel de gasto anual y contribuciones sociales respecto al año anterior.

La industria ha incrementado también la tasa de incorporación de vidrio reciclado a la fabricación de nuevos productos, lo que permite mantener una intensidad energética y de emisiones en línea con los niveles medios del periodo.

Las contribuciones sociales de las empresas integrantes de Favipla son notables en materia de formación, alcanzando una media de 40 horas al año por persona. También repercute positivamente que el 92% de las adquisiciones se realicen a empresas del ámbito nacional y casi ocho de cada diez lo sean a empresas locales en un radio de 300km. Esto beneficia a la reducción de huella de carbono ligada a las actividades de transporte, tanto de materias primas como de producto terminado.

Gráfica 2.

Evolución de la cifra de negocio total (miles de euros)

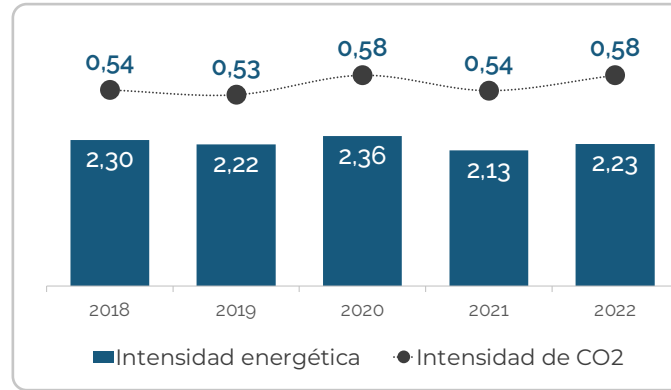


La cifra de negocio total ha conseguido recuperar niveles previos a la pandemia, incluso superarlos.

El sector de fabricación de vidrio plano contribuye a un escenario de descarbonización en sectores clave, como la rehabilitación energética, la movilidad o la construcción sostenible.

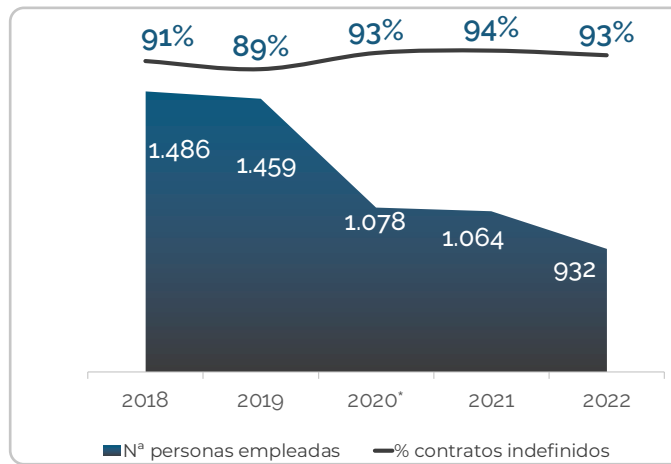
Gráfica 3.

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



Gráfica 4.

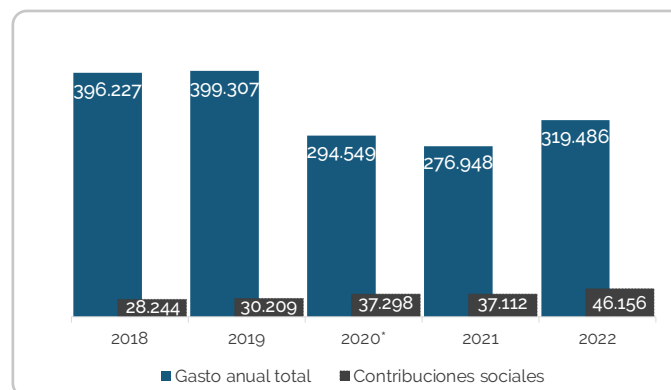
Nº de empleos directos y empleos indefinidos (total y %)



*En 2020, una de las empresas de Favipla vendió una división de automoción a un grupo empresarial que no forma parte de Vidrio España.

Gráfica 5.

Gasto anual (miles de euros) y contribuciones sociales (miles de euros)

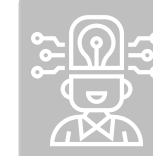


Impactos sociales en 2022



16 años

de antigüedad media de los contratos



40 horas al año

de formación ofrecida de media a cada persona trabajadora



92%

de materias primas y subproductos adquiridos en territorio nacional



78%

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



56%

de producto vendido en territorio nacional



23%

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

