



Anfevi

Informe Sectorial 2013



Índice

1. Introducción	05	4. Sector fuertemente implicado en la sociedad	21
1.1. El vidrio como material de envasado	06	4.1. Con la Administración.....	22
1.2. El proceso de fabricación de los envases de vidrio	07	4.2. Con el medio ambiente.....	23
1.3. La industria española de fabricación de envases de vidrio, ANFEVI.....	09	4.3. Con las cadenas de envasado	24
2. El vidrio como material idóneo	11	4.4. Con la sociedad en general	25
2.1. Parte de materias primas naturales y renovables	12	5. Un sector que cree en su futuro	27
2.2. Es químicamente estable. No contamina ni el contenido ni el entorno.....	13	5.1. Un sector financieramente estable.....	28
2.3. Es 100% reciclable	14	5.2. Un sector que planifica a largo plazo	29
2.4. Es el material de envase más próximo al ideal. Aporta valor y garantía	15	5.3. Un sector que trabaja codo con codo con los envasadores	29
3. El empleo	17	5.4. Un sector que impulsa las acciones de I+D+i.....	30
3.1. Puestos de trabajo estables, posibilitando su desarrollo vital, generalmente de origen local	18	5.5. Tres razones importantes por las que creer en el envase de vidrio	31
3.2. Cursos de formación de manera continua favoreciendo el desarrollo profesional.....	18	6. Estudio de materialidad de ANFEVI	33
3.3. Especial empeño en la calidad de vida de los trabajadores con puestos de trabajo con condiciones cada día mejores	19	6.1. Metodología desarrollada en el Estudio.....	35
3.4. Meta cero de accidentes y para ello se trabaja de la mano con los organismos para la prevención de riesgos laborales y con los representantes sindicales.....	19	6.2. Referencias en los medios de comunicación	36
		6.3. Referencias en el entorno web.....	37
		6.4. La materialidad de ANFEVI. Resultados globales.....	38
		6.5. Los grupos de interés de ANFEVI	40
		6.6. Conclusiones del Estudio	42



1. Introducción

A word cloud graphic centered on the page. The most prominent words are 'ANFEVI' and 'PROCESO DE FABRICACIÓN', both in large, bold, teal capital letters. Other words in various sizes and orientations include: 'EXPERIENCIA', 'TARROS', 'DESARROLLO PRODUCTIVO', 'INDUSTRIA VIDRIERA ESPAÑOLA', 'PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL', 'BOTELLAS', 'TECNOLOGÍA', 'HISTORIA', 'INVESTIGACIÓN', and 'RECICLADO'. The words are arranged in a roughly circular pattern around the central terms.

TECNOLOGÍA
HISTORIA
EXPERIENCIA
INVESTIGACIÓN
RECICLADO
TARROS
DESARROLLO PRODUCTIVO
INDUSTRIA VIDRIERA ESPAÑOLA
PROCESO DE FABRICACIÓN
ANFEVI
PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL
BOTELLAS

Anfevi

1. Introducción

1.1. El vidrio como material de envasado.

6

El vidrio es un material inorgánico que se ha enfriado hasta alcanzar un estado rígido sin experimentar cristalización. Se encuentra en la naturaleza aunque también puede ser producido de forma intencionada, y a lo largo de la historia, el vidrio fue incorporándose a la cultura de las diferentes civilizaciones. Es un material que desde sus orígenes ha estado siempre vinculado al hombre cumpliendo una doble función: como elemento de utilidad para el progreso de las distintas sociedades y como motivo decorativo y artístico. Gracias a sus cualidades específicas, es junto a la cerámica el material más antiguo y más utilizado por el hombre para la conservación y almacenamiento de productos.

El vidrio cuenta con más de 5.000 años de experiencia, ha estado presente desde el año 3.000 AC y sigue pasando la prueba del tiempo atendiendo a las necesidades de los productores y consumidores.



Como envase, el vidrio aporta unas cualidades extraordinarias. Es químicamente inerte, aséptico, transparente, moldeable con infinidad de diseños, indeformable, impermeable al paso de los gases, resistente al calor, con la posibilidad de albergar cierres que permitan abrir y cerrar repetidas veces y cien por cien reciclable. Estas características hacen del envase de vidrio el más universal de los envases sin ninguna contraindicación de uso, estando presente en la práctica totalidad de los sectores y en alguno de ellos en exclusiva. Así, se envasan en vidrio productos neutros -como el agua-, y productos fuertemente ácidos o básicos, desde líquidos sin gas, a aquellos que, como los cavas y refrescos, mantienen una alta presión interna. Desde el vino, que debe permitir el milagro de su evolución, a aquellos productos que precisan de una hermeticidad total. Desde los que se utilizan a diario, a los de las grandes ocasiones. De los líquidos más fluidos, a los sólidos con mayor densidad, pasando por sustancias pastosas como la mermelada o la miel. A todos ellos, el vidrio ofrece sus virtudes como envase y aporta su imagen de prestigio y calidad. Los consumidores lo valoran en todos los estudios de mercado como el envase más próximo al ideal.

El envase de vidrio es el más universal de los envases.

¿Sabías qué...?

En la edad media, el oficio del vidriero estuvo en manos de unos pocos privilegiados, de hecho, fue el único al que la nobleza podía entregarse en Francia durante este tiempo. Este material se convirtió en objeto de lujo para la decoración.

1.2. El proceso de fabricación de los envases de vidrio.

Las materias primas que se emplean en la fabricación del vidrio son fundamentalmente arena de sílice, carbonato de sodio y caliza, todas ellas se encuentran abundantemente en la naturaleza y su proceso de extracción es sencillo, lo que asegura un futuro sin fin y con la mínima alteración ecológica. El proceso de fabricación de los envases de vidrio comienza cuando las materias primas (arena de sílice, carbonato de sodio, caliza, componentes secundarios y casco) son fundidas en hornos, a una temperatura de 1.500 grados centígrados, aproximadamente.



Clasificación de las materias utilizadas en la fabricación de los envases de vidrio:

- **VITRIFICANTES** (sustancias que suponen el principal componente y, básicamente, son los responsables de la creación de la red vítrea): **ARENA DE SÍLICE**
- **FUNDENTES** (componentes que favorecen la formación del vidrio, rebajando su temperatura de fusión y facilitando su elaboración): **CARBONATO DE SODIO**
- **ESTABILIZANTES** (elementos que ayudan a reducir la tendencia a la desvitrificación): **CALIZA**
- **COMPONENTES SECUNDARIOS: AFINANTES, COLORANTES, DECOLORANTES, OPACIFICANTES, ETC.**
- **CASCO:** vidrio reciclado que ha pasado a ser materia prima que ahorra energía al necesitar menos temperatura para fundirse.

ESQUEMA DE FABRICACIÓN

FABRICACIÓN DE ENVASES DE VIDRIO

Materias primas

- Arena de sílice
- Carbonato de sodio
- Caliza

- Casco (vidrio reciclado)

Proceso

- Horno: fusión

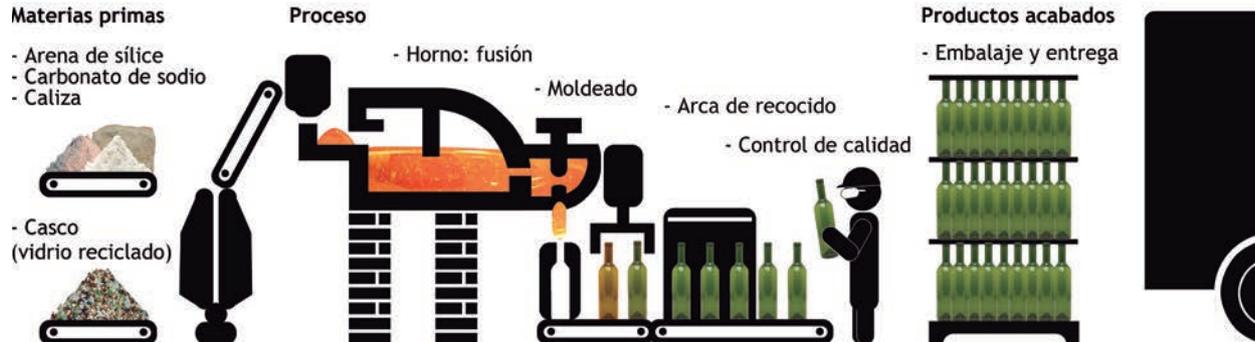
- Moldeado

- Arca de recocido

- Control de calidad

Productos acabados

- Embalaje y entrega



En el momento en que los componentes alcanzan la fusión, el vidrio producido es afinado y homogeneizado hasta obtener una masa acondicionada de vidrio dispuesta para la elaboración del envase. El vidrio obtenido, en estado fluido y a una temperatura de unos 1.100 °C, se distribuye, mediante unos canales de alimentación a los moldes dispuestos en las máquinas de conformación: máquinas IS. El vidrio llega en forma de gotas, cuyo peso y forma están calculados en función del envase que se va a fabricar. Las gotas llegan a las máquinas IS y se produce el moldeado del envase (botellas o tarros), mediante una de las dos técnicas principales: el soplado-soplado, consistente en realizar un primer esbozo mediante aire comprimido antes de soplarla, y el prensado-soplado, en donde se utiliza previamente un punzón.

Los envases formados son trasladados a un horno de recocido, donde se realiza un nuevo tratamiento a unos 550°C y posteriormente se enfrían lentamente. Este proceso elimina tensiones internas y aumenta el grado de resistencia del vidrio. Además se les aplica un tratamiento superficial en dos fases: en caliente (a la salida de la máquina de conformación) y en frío (a la salida del horno de recocido). Este tratamiento evita la aparición de microfisuras ante el roce de los envases entre sí o con elementos externos.

A continuación, y con el fin de verificar la correcta fabricación tanto en su configuración geométrica como en sus características técnicas, se realizan unos exhaustivos controles de calidad mediante máquinas automáticas de control y por procedimientos manuales de inspección. Los envases que no superen dichos controles son desechados e incorporados nuevamente al proceso de fusión.

La fase final consiste en el embalado y apilamiento en paletas, y su recubrimiento con fundas de plástico que son colocadas y retractiladas térmicamente, para luego trasladarlos al almacén de productos acabados para su posterior distribución.

Es importante señalar que el proceso anteriormente descrito es continuo, lo que significa que el horno trabaja ininterrumpidamente las 24 horas del día durante los 365 días del año.

¿Sabías qué...?

La diferencia entre cristal y vidrio es estrictamente de orden. Mientras en un cristal las moléculas y los átomos se disponen en el espacio siguiendo unas leyes perfectamente establecidas, lo que da lugar a formas definidas con ejes y planos de simetría (sistemas cristalográficos: cúbico, rómbico, ...) en el vidrio la disposición es aletrópica (es decir, al azar, no sujeta a reglas). Es importante señalar la naturaleza puede crear cristales (cuarzo, cristal de roca) y vidrio (obsidiana), pero en los hornos de las empresas asociadas a ANFEVI sólo se hace vidrio. Por lo tanto los envases de alimentos y bebidas son de vidrio y no de cristal.



1.3. La industria española de fabricación de envases de vidrio, ANFEVI.

Durante la década de los sesenta, el sector de envases en general y el del vidrio en particular, sufrió una transformación. Por un lado, el mercado se hacía cada vez más competitivo y, por otro, las ventas de productos a granel experimentaron un descenso a favor de productos envasados.

Estas dos circunstancias, hicieron que las principales compañías españolas dedicadas a la fabricación de envases de vidrio - vidrio hueco - decidieran asociarse creando ANFEVI, la Asociación Nacional de Empresas de Fabricación Automática de Envases de Vidrio, con el objetivo de representar y defender los intereses de la industria vidriera española, así como para difundir e impulsar el empleo de los envases de vidrio ante los diversos sectores implicados.

Una asociación en defensa del envase de vidrio y comprometida con el medio ambiente.

Desde su creación, ANFEVI siempre ha tenido entre sus prioridades integrar los conceptos de desarrollo productivo y protección medioambiental. Esta inquietud se ha materializado, por una parte, en la incorporación de la tecnología más avanzada del sector a través de importantes departamentos de investigación y desarrollo; y por otra, poniendo en marcha, gestionando, y después fomentando el reciclado de envases de vidrio creando en 1980 el Centro de Envase de Vidrio como órgano de comunicación de ANFEVI para impulsar el reciclado y difundir las cualidades del vidrio como envase.

Así, ANFEVI comunica las virtudes del envase de vidrio a todos los consumidores y fomenta su uso en todos los sectores que necesiten un envase de garantía, higiénico y saludable.

Las empresas que integran ANFEVI cuentan con certificaciones que avalan el estricto control de calidad:

- Sistema de calidad ISO 9001:2008
- Sistema de gestión medioambiental ISO 14001:2004
- Sistema de gestión de la calidad alimentaria ISO 22000:2005

Tras más de tres décadas de existencia, ANFEVI ha alcanzado un enorme grado de madurez y de implicación con la sociedad. Así aspectos como la sostenibilidad, la seguridad y la mejora de las condiciones de los trabajadores, las relaciones con las Administraciones o el cambio climático, la participación en las redes sociales, son únicamente algunos ejemplos de asuntos esenciales para la asociación y que por tanto forman parte de su día a día.

¿Sabías qué...?

La producción anual en España es de más de 6.500 millones de envases de vidrio. Puesta una delante de otra permitirían recorrer la distancia de la tierra a la luna ¡5 veces!





2. El vidrio como material idóneo

Calidad y garantía
Materias primas naturales
TRANSPARENCIA
AHORRO DE ENERGÍA
Respeto por el medio ambiente
Ecología
Sostenibilidad
Naturaleza
Óptima conservación
Prestigio e imagen
RECICLADO INTEGRAL

Anfevi

2. El vidrio como material idóneo.

2.1. Parte de materias primas naturales y renovables.

12

El vidrio es parte de la naturaleza y existe en ella desde que se formó la Tierra. Si calentamos arena con un soplete obtenemos vidrio. De hecho se cuenta que fueron los fenicios los que habiendo arribado a una playa, cuando calentaron su comida utilizaron como combustible parte de su mercancía que contenía una combinación de carbonato y bicarbonato sódico, que cuando fundió y se mezcló con la arena, dio lugar a un líquido transparente que fue el origen del vidrio.

El envase de vidrio es el más natural que existe, un don de la madre naturaleza.

La naturaleza elegiría al vidrio como material de envasado, se crea esencialmente con minerales naturales y abundantes (arena de sílice, carbonato de sodio y caliza) mediante un proceso de extracción y transformación sencillo y poco contaminante. Para su fusión se puede emplear energía de cualquier fuente de procedencia, no teniendo por tanto que depender de las reservas de hidrocarburos, y pudiendo adecuarse a la política energética que más convenga en cada caso en función de las circunstancias.

Ante todo, el vidrio es un material ecológico que seduce por su nobleza y pureza. Además en su fabricación, se utilizan grandes proporciones de vidrio reciclado (casco) cuyo uso permite la reducción del consumo tanto de materias primas como de energía siendo por ello un material sostenible. Por tanto el vidrio surge de la naturaleza y es respetuoso con sus orígenes.

¿Sabías qué...?

El vidrio existe en la naturaleza desde que se creó la Tierra. La roca vítrea más importante es la obsidiana, cuyo origen es volcánico y ya era empleada por el hombre prehistórico.



2.2. Es químicamente estable. No contamina ni el contenido ni el entorno.

El Código Alimentario Español define el envase como “todo recipiente destinado a contener un alimento con la misión específica de protegerlo de su deterioro, contaminación o adulteración”, y las características propias del vidrio garantizan perfectamente esta misión.

El vidrio es químicamente inerte, nunca interfiere con aquello que contiene, conservando su sabor, aroma, propiedades nutricionales y calidad.

La naturaleza del vidrio proviene de su estabilidad. Soporta bien las condiciones de frío o calor; inerte e inalterable, resiste de manera ejemplar a los agentes atmosféricos o químicos. Estas cualidades naturales hacen del vidrio un material sano y la respuesta ideal a las exigencias del envasado en la industria alimentaria. Impermeable a los gases, vapores y líquidos lo que garantiza la conservación y vitaminas del alimento incluso en almacenamientos prolongados. Además cuenta con la posibilidad de utilizar vidrio anti-uv que impide que las radiaciones ultravioletas puedan perjudicar al producto. Barrera por excelencia frente al exterior, el envase de vidrio, como continente, no interfiere sobre el contenido y así no altera su gusto, olor o composición. El vidrio no sabe ni huele a nada. El envase de vidrio asegura una conservación óptima y duradera de las calidades y virtudes originales de un alimento. Posee unas características físico-químicas que hacen que además de no interferir con las propiedades de los productos que contiene, su degradación química y su erosión física sean muy lentas y no liberen ningún tipo de sustancias que puedan resultar perjudiciales para el medio.

¿Sabías qué...?

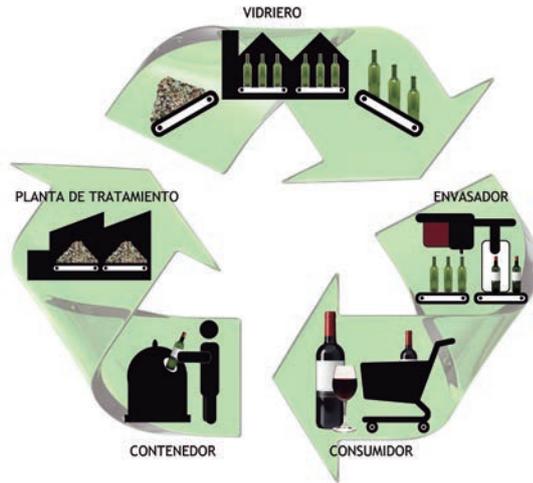
La mejor prueba de la estabilidad química del vidrio es que en todos los paneles de cata se emplea este material. El vidrio no altera las características organolépticas de los productos. Nada sabe ni huele a vidrio.



2.3. Es 100% reciclable.

El vidrio, respetuoso con el medio ambiente, reciclable al 100% y al infinito. Contribuye así a la protección del medio ambiente: un envase usado al reciclarse permite la fabricación de uno nuevo sin pérdida de calidad ni de cantidad, y el ciclo puede extenderse hasta el infinito. Esto es lo que se llama Reciclado Integral, el cual posibilita un importante ahorro de energía y una reducción de la huella de carbono por la doble vía de menos empleo de materias primas y de energía.

RECICLADO INTEGRAL



A través del reciclado de un envase usado surge uno nuevo con exactamente las mismas características.

Una vez es utilizado, el envase de vidrio puede depositarse en alguno de los contenedores que desde hace años se ubican en las calles de los municipios españoles. El sector de vidrio es pionero en España en la implantación de un Sistema

Integral de Recogida de envases en el que colaboran las administraciones públicas y las empresas fabricantes pero que, sin la participación ciudadana, no tendría sentido. Y es que, un gesto que ya es habitual como depositar los envases en los iglúes verdes, permite que se inicie de nuevo el ciclo de vida, dando lugar a una nueva botella o tarro. Gracias a la sensibilización lograda a lo largo de los años, actualmente se ha conseguido que uno de cada dos envases que se ponen en el mercado, vuelva a dar lugar a un envase de vidrio nuevo.

El reciclado de los envases de vidrio es una realidad contrastada y en algunos países llegan a superar la tasa del 90% de recogida y reciclado. Actualmente en España se siguen haciendo campañas de concienciación para que los ciudadanos depositen el mayor número de envases en los iglúes ya que la industria vidriera española está preparada para reciclar cuantos envases se puedan recuperar, lo cual demuestra su enorme grado de sensibilidad social, logrando poner en marcha un circuito de reciclado integral que es considerado modélico y que permite conjugar progreso con calidad de vida, evitando el deterioro de nuestro entorno.

¿Sabías qué...?

El reciclado del vidrio en España comenzó en Madrid. Palabras de D. Enrique Tierno Galván, alcalde de Madrid: "Yo soy optimista, como siempre. Creo que los vecinos de Madrid van a responder, porque otras veces les hemos pedido que respondan a principios parecidos y lo han hecho bien. Creo que van a responder como yo voy a responder. También cogeré mis vidrios y los llevaré donde haya que llevarlos."

2.4. Es el material de envase más próximo al ideal.

Las cualidades propias del vidrio hacen que el envase de este material aporte calidad y garantía.

- **Un escaparate ideal para resaltar los productos:** No solamente protege, sino que el envase de vidrio valoriza también al producto. La transparencia del vidrio, coloreado o no, permite visualizar el contenido y destacar su calidad, permitiendo un control directo y la aproximación del consumidor hacia su producto.
- **Diseño personalizado:** Cada envase puede tener una personalidad propia, proporcionando innovación y diferenciación a través del color, la forma y la decoración. Del envase estándar a la forma más originales. La maleabilidad del vidrio durante su conformación garantiza la fabricación de una amplia gama de envases enriquecidos por un gran panel de colores e infinitas posibilidades de formas. Permite sobrepasar límites creativos para dar vida a las ideas más originales y a la personalización que cada marca quiere imprimir a su producto.
- **Facilita y favorece la experiencia de consumo:** El envase de vidrio se puede calentar directamente en el microondas y reutilizar para múltiples fines. No se deforma, permitiendo aprovechar todo el producto sin dejar restos en el envase. Además, transmite prestigio y buena imagen, pudiendo presentarse directamente en la mesa.
- **El vidrio, un material de futuro:** Natural, resistente, neutro, respetuoso con su contenido, objeto de las innovaciones más prometedoras, reciclable al infinito... las cualidades del vidrio han contribuido a que este envase sea el preferido por los consumidores.

¿Sabías qué...?

Los puntos en relieve grabados en la mayoría de los envases de vidrio son elementos de trazabilidad y sirven para asegurar la calidad del envase. Para llevar un control exhaustivo de calidad de los lotes de fabricación, cada molde tiene una serie de protuberancias (puntitos) dispuestos de manera diferente en cada uno. En caso de salir alguno defectuoso, rápidamente se puede controlar a qué lote/molde pertenece.





3. El empleo

Integración social
CURSOS DE
FORMACIÓN Desarrollo profesional
Equipo de trabajo
PERSONAS
TRABAJADORES
PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
Integridad
salud y bienestar
Calidad de vida
Trabajo estable
Comunidad local

Anfevi

3. El empleo

3.1. Puestos de trabajo estables, generalmente de origen local, posibilitando su desarrollo vital.

La fabricación de envases de vidrio está soportada por cerca de 4.000 puestos de trabajo fuertemente arraigados a la comunidad local en que se ubican cada una de las 12 plantas que integran ANFEVI. Estas diferentes plantas de fabricación de vidrio son, en cierta manera, parte de la historia de los municipios en que se encuentran. Están implicadas con las personas de su entorno, mejorando sus condiciones de vida, desarrollando su territorio y ayudando al crecimiento de su comunidad gracias al establecimiento de acuerdos que aseguren la empleabilidad de mano de obra local.

El sector en España no es variable geográficamente, ya que es necesario asumir un gran coste económico para la puesta en marcha y el mantenimiento de cada una de las fábricas. Por esta razón la industria del vidrio, allí donde existe, lo hace de forma permanente en el tiempo.

En 2011, el sector ha dado empleo a 4.000 trabajadores, la gran mayoría de de ellos procedentes del entorno local. Además, más del 95% de estos empleados disponen de un trabajo estable que les permite desarrollar sus carreras profesionales y personales basadas en contratos indefinidos.

3.2. Cursos de formación de manera continua favoreciendo el desarrollo profesional.

El capital humano se erige como el principal factor estratégico de las empresas por lo que la forma en la que éstas gestionan este capital y su mejora es a través de la formación que se proporciona a los empleados.

En el caso de la industria del vidrio se caracteriza por plantillas muy especializadas y equipos formados: salvo en contados puestos, el personal del sector es de gran especialización con su propia tecnología, lo que hace que necesariamente su implicación tanto con el producto como con la industria sea muy fuerte siendo aún frecuentísimo el haber estado toda la vida laboral dentro del sector; por otra parte esta gran especialización obliga a cursos de reciclado y formación continuos por lo cual las empresas invierten gran cantidad de sus recursos en lograr que sus empleados cada vez estén más formados, conscientes que este hecho contribuye no sólo a mejorar la empleabilidad de las personas, sino que ayuda a alcanzar ese objetivo de cero accidentes. El desarrollo profesional en el sector se lleva a cabo de manera continua, ofreciendo cursos de formación de manera periódica.

Gracias a las acciones formativas llevadas a cabo por la industria vidriera, los profesionales del sector mejoran día a día sus competencias y cualificaciones evitando su estancamiento y mejorando su situación laboral.

De promedio, los programas de formación puestos en marcha por el sector van orientados a todas las personas que componen su equipo humano, dedicando más del 2% del tiempo total de trabajo a acciones formativas y de desarrollo de sus trabajadores. En concreto, durante 2011, se han incrementado las horas de formación a todo el personal, especialmente al personal de producción donde cada trabajador ha recibido una media de 38 horas de formación.

3.3. Especial empeño en la calidad de vida de los trabajadores con puestos de trabajo con condiciones cada día mejores.

Uno de los objetivos del sector es permitir que sus trabajadores desarrollen sus carreras profesionales y personales. Para ello, la industria apuesta por mejorar sus condiciones de trabajo.

Difícilmente se podrá encontrar un objetivo más incuestionable para el bienestar de las personas, en su enriquecimiento y desarrollo, que la preservación de su vida, su integridad y su salud.

Posiblemente es el área social donde se han alcanzado los mayores avances con puestos de trabajo menos duros y con menos riesgos de accidente. En este terreno muchos de los proyectos realizados, con el propósito de conseguir la máxima eficacia, han sido abordados de manera colegiada. El “Manual de Normas e Instrucciones Técnicas Preventivas” y la “Guía de Vigilancia de la Salud” son dos ejemplos de trabajos financiados por la Fundación para la Prevención de Riesgos Laborales y elaborado conjuntamente con los representantes sociales, sindicales y empresariales bajo la asesoría de una consultora especializada.

Todo ello unido a los programas de formación continua que proporcionan oportunidades de ascenso y aseguran la igualdad de condiciones en el empleo.

El desarrollo de las capacidades personales, la formación de equipos y la integración social, han permitido que en el sector de fabricación de envases de vidrio la conciliación de la vida laboral y social sean una realidad cada día más asentada.

3.4. Meta cero de accidentes y para ello se trabaja de la mano con los organismos para la prevención de riesgos laborales y con los representantes sindicales.

Desde todas las empresas del sector se impulsa un empleo de calidad, para lograr que el concepto de calidad no vaya ligado únicamente al producto, sino que se traslade también al empleo, trabajando de la mano de los organismos para la prevención de riesgos laborales y representantes sindicales en lograr una meta muy concreta: cero accidentes laborales y tratar de conseguir, día tras día, unos puestos de trabajo con mejores condiciones. Las actividades preventivas son un proceso dinámico, que debe adaptarse a las situaciones cambiantes de los procesos productivos y organizacionales. Para contribuir con su desarrollo, es fundamental la puesta en marcha de una serie de medidas que demuestren su eficacia, mediante la mejora de las condiciones de trabajo así como la disminución de la siniestralidad en las empresas. La implantación efectiva de estas medidas de prevención pasa, ineludiblemente, por la información y la formación a los trabajadores. En este sentido, la industria de envases de vidrio ha promovido campañas de formación continuada, manuales de prevención elaborados por los trabajadores y programas de difusión interna que garantizan la preparación de los trabajadores.

En empresas con un marcado carácter industrial no se puede descuidar la salud de los trabajadores por lo que las empresas del sector invierten todos los recursos humanos, técnicos y económicos necesarios a fin de garantizar el mejor desempeño posible en esta materia.

Como ejemplo, una de las inversiones más importantes que el sector ha realizado durante el año 2011 ha sido la correspondiente a prevención de riesgos laborales.



4. Sector fuertemente implicado en la sociedad



4. Sector fuertemente implicado en la sociedad.

4.1. Con la Administración.

Con la Administración Pública en el terreno ambiental, ya en el año 2007 todo el sector vidriero redactó una Guía de las Mejores Técnicas Disponibles, desarrollada en colaboración con el Ministerio de Medio Ambiente, que recoge el compromiso de todas las instalaciones en la adopción de las Mejores Técnicas Disponibles – MTDs, de forma que el proceso productivo se desarrolle de forma más eficaz y más eficiente, a la vez que se alcanza un mayor nivel de protección ambiental en conjunto, tanto a nivel de emisiones atmosféricas como de reducciones de consumos energéticos y de materias primas.

La guía de las mejores técnicas disponibles o el acuerdo voluntario son sólo algunos ejemplos representativos de la buena relación y colaboración con la administración.

Tras contar con este documento de referencia, el sector ha querido avanzar un paso más, desarrollando y firmando un Acuerdo Voluntario para la Prevención y Control de la Contaminación entre la Administración (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, y Comunidades Autónomas) y el propio sector. Este Acuerdo Voluntario recoge los compromisos en materia ambiental que el sector asume para los próximos años, mostrando su voluntad de ir un paso por delante en la garantía de cumplir con el trabajo realizado de una forma más sostenible.

En 1985 apareció la Directiva del Consejo 339/85 relativa a envases para alimentos líquidos. Esta Directiva permitía a los Estados miembro un amplio abanico de opciones. Esto ha motivado que el Consejo redacte la nueva Directiva 62/94,

más concreta y que abarca a todos los envases y embalajes y a todos los segmentos. Esta Directiva tiene por objeto armonizar las medidas nacionales sobre gestión de envases y residuos de envases para prevenir o reducir su impacto sobre el medio ambiente. El estado español traspuso esta Directiva a su ordenamiento jurídico mediante la “Ley de Envases y Residuos de Envases”. Es importante señalar que en España existe una complejidad añadida en este campo.

En primer lugar la Directiva obliga al conjunto del Estado, las responsabilidades medioambientales están transferidas a las Comunidades Autónomas, que son zonas regionales que cuentan con competencias en esta materia, y los Entes Locales se ocupan de la recogida y tratamiento de los residuos sólidos urbanos.

La Ley española contempla un sistema obligatorio de depósito, devolución y retorno, del que es posible eximirse participando en un Sistema Integrado de Gestión.

Los Sistemas Integrados de Gestión se financian mediante la aportación de los envasadores de una cantidad por cada producto envasado puesto por primera vez en el mercado nacional, acordado en función de los tipos de envase. Su abono da derecho al uso en los envases del símbolo acreditativo de pertenecer al sistema.

Con la recaudación obtenida, se hace frente a los sobrecostes que han de soportar las Entidades Locales debidos a la recogida selectiva, así como de financiar las campañas divulgativas y actuaciones de I + D, además de costear sus propios gastos de gestión.

En España se han constituido dos Sistemas Integrados de Gestión: ECOEMBES, de carácter multimaterial, y ECOVIDRIO, para este material y basado en el programa de reciclado. Entre los dos existe firmado un acuerdo de colaboración y emplean el mismo símbolo identificativo.

4.2. Con el medio ambiente.

En cuanto al medio ambiente podemos decir que el sector del vidrio se caracteriza por tener un alto grado de homogeneidad tanto de proceso como de instalaciones y productos. La complejidad del proceso podríamos decir que es baja así como la peligrosidad de las materias primas y sustancias utilizadas, producidas y emitidas. Todas las fábricas disponen de la correspondiente Autorización Ambiental Integrada y todas operan desde los parámetros establecidos por la Guía de las Mejores Técnicas Disponibles.

Todos los indicadores vienen mejorando: emisiones, reciclabilidad, prevención de residuos, consumo de agua, eficiencia energética...

Al ser la fabricación de envases de vidrio una actividad muy intensiva en energía, la mayor parte de sus impactos ambientales vienen ligados a ese consumo. Por este motivo

una gran parte de los esfuerzos se han dirigido y se dirigen a la reducción de los consumos energéticos mediante el empleo de materiales refractarios de última tecnología, optimización de la combustión, mejoras en aislamiento y en ingeniería de procesos, mayor aprovechamiento del calor de los humos, precalentamientos, etc. Todo ello ha llevado a que el consumo energético de hace 20 años se situara en el entorno de 6,5 Giga julios por tonelada de vidrio fundido y hoy en día nos movemos en el entorno de 4,7.

Gracias a estas iniciativas, de forma general, los indicadores que muestran el desempeño ambiental de las empresas asociadas a ANFEVI mejoran año tras año. Entre otros, se han reducido los niveles de emisiones atmosféricas y su carga contaminante, se han incrementado las tasas de reciclado y el consumo del casco de vidrio, se ha reducido el consumo de agua y de los niveles de generación de residuos, al tiempo que se ha mejorado la eficiencia energética de los procesos de fabricación de los envases de vidrio.

23

Una tonelada de envases funcionalmente equiparables (0,75 cl):

	1990	2010
Nº envases	2,2 millones (450 gramos)	2,8 millones (350 gramos)
Consumo energético	6,5 Giga julios / Tonelada vidrio	4,7 Giga julios / Tonelada vidrio
Tasa de reciclado	26,8%	60%
Emisiones CO ₂	535 kg / CO ₂	404 kg / CO ₂
Precio por envase	0,092 €	0,065 € (deflactado)

4.3. Con las cadenas de envasado.

Se trabaja con las cadenas de envasado poniendo énfasis en la normalización de forma que se garantice la perfecta conexión entre las partes: paletas, intercaladores, códigos de barras, trazabilidad, normas de modelos y de bocas...

Las empresas desarrollan acuerdos e iniciativas de innovación, por ejemplo, con la cadena de envasado, a través de todo el proceso que garantiza la perfecta conexión entre los diferentes eslabones de la misma. Entre otros, se ha puesto en marcha:

- **El desarrollo de un sistema de retorno de paletas e intercaladores, como forma de gestión integral del transporte y envasado.** Desde hace más de 20 años estos embalajes están estandarizados de tal forma que puedan ser intercambiables entre todos los vidrieros sin más que recogerlos en las plantas de envasado. Este sistema permite la prevención en la generación de residuos tal y como se recoge en el Plan Empresarial de Prevención elaborado sectorialmente.
- **La normalización de códigos de barras y la creación de sistemas que permiten la trazabilidad completa de las partidas de envases fabricados.** Realizado en colaboración con AECOC, hay una “Guía para la implantación del códigos de barras en el sector de envases de vidrio”, en la que se establecen los criterios para garantizar el correcto control de los envases.

- **La creación de normas relativas a los modelos de envases y de bocas de los envases de vidrio.** La mejor prueba de importancia que se da a la normalización en el sector es que desde siempre ANFEVI viene ostentando la Secretaría del Comité de Trabajo 126 “Envases de Vidrio” de AENOR. Este comité trabaja en permanente colaboración con todos los intervinientes de la cadena de envasado y en perfecta sintonía con los organismos de normalización internacionales. Así están normalizados aspectos como la terminología, los ensayos y las dimensiones tanto del envase como de la boca.



4.4. Con la sociedad en general.

La sociedad evoluciona y con ella las necesidades de los consumidores: al cambiar los estilos de vida los consumidores son cada día más exigentes y quieren productos que ofrezcan mejor imagen, calidad y comodidad; les preocupa cada vez más el tema de la salud y la dietética y demandan productos higiénicos y libres de aditivos químicos; la cada vez mayor diversidad en el concepto de familia hace que requieran más variedad de tamaños; el alto nivel de contaminación global que se está alcanzando está trayendo como consecuencia una mayor sensibilidad hacia los problemas medioambientales y una mayor exigencia de envases ecológicos. El envase de vidrio se ajusta a todas estas necesidades de los consumidores.

Todos los avances en las redes sociales, página web, aplicaciones y concursos son sólo la punta del iceberg que muestra la voluntad del sector de implicarse con la sociedad.

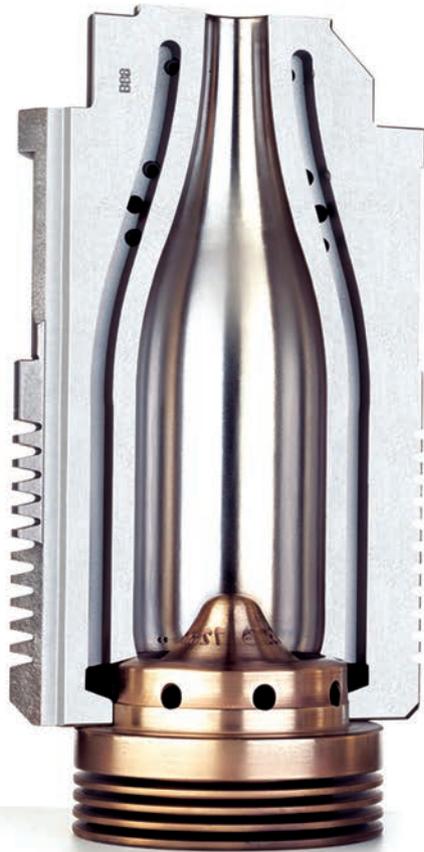
A la industria de fabricación de envases de vidrio le gusta escuchar todas estas necesidades y contactar abiertamente tanto con la comunidad local como con la sociedad en general. ANFEVI viene desarrollando una apuesta por optimizar el uso de la tecnología como forma de acercar su realidad a los ciudadanos así como abrir una vía de comunicación con ellos.

Acciones como el impulso de su nueva página web (www.anfevi.com), su presencia en las principales redes sociales, el desarrollo de aplicaciones móviles, o los concursos que realiza son sólo una muestra de la voluntad que la asociación tiene por implicarse en el que es su principal punto de atención: satisfacer las necesidades, con la máxima calidad, de una sociedad que consume y recicla vidrio.

ANFEVI cuenta con la presencia en las redes sociales LinkedIn y Youtube. Además apoya a Friends of Glass, un foro de consumidores europeos que promueve el derecho de los

consumidores a elegir los alimentos y bebidas en envases de vidrio. Aúna a todos los que creen que el vidrio es la mejor elección para ellos, sus familias y el medio ambiente. Friends of Glass se creó en 2009 por la Federación Europea de Envases de Vidrio (FEVE) en respuesta a una encuesta pan-europea encargada por FEVE en septiembre de 2008 al instituto independiente de investigación InSites, el cual concluyó que el 74% de los consumidores europeos prefieren alimentos y bebidas envasados en vidrio. ANFEVI, coordina las acciones comunicativas a nivel nacional para promocionar las bondades del envase de vidrio, entre otras acciones, crea contenido multimedia, notas de prensa, concursos, gestiona redes sociales y planifica la presencia en eventos, como en el caso de la campaña “Pequeños Grandes Catadores” en la feria DABADUM, celebrada en Madrid del 5 al 9 de diciembre de 2012, donde más de 2.000 niños se acercaron al stand de Friends of Glass para participar en una cata infantil de aromas y sabores, cualidades de los alimentos que los envases de vidrio conservan perfectamente, sin alteraciones.





5. Un sector que cree en su futuro

A word cloud of business and industry terms in orange text. The most prominent word is 'ESTABILIDAD' (Stability) in the center. Other significant words include 'I+D+i' (Research and Development), 'Modernidad' (Modernity), 'Inversión en proyectos' (Investment in projects), and 'Capacidad técnica' (Technical capacity). The words are arranged in various orientations, including horizontal, vertical, and diagonal.

Planificación a largo plazo
Fabricación continua
Modernidad
I+D+i
ESTABILIDAD
Capacidad técnica
Solidez financiera
Inversión en proyectos
Oportunidades
Mejora de rendimientos
Campañas de marketing

5. Un sector que cree en su futuro

La característica más representativa de nuestro sector es la estabilidad. Estabilidad que supone una enorme ventaja para los trabajadores, para la cadena productiva y el conjunto de la sociedad:

- La estabilidad en el trabajo es un bien objetivamente indiscutible cuya importancia es cada día más patente.
- La estabilidad en la cadena productiva es la mejor garantía para la propia industria fabricante de envases de vidrio, pero también para los suministradores que la nutren y para los clientes, los envasadores, a los que atiende en sus necesidades.
- La estabilidad supone para el conjunto de la sociedad el contar con una infraestructura industrial que asegure su correcto funcionamiento.

5.1. Un sector financieramente estable cuyo beneficio nunca es especulativo.

Pese a la realidad actual y al complejo entorno en que las empresas se encuentran inmersas, el futuro del sector viene respaldado por un enfoque financiero estable.

Esta estabilidad es el resultado de una apuesta por basar los beneficios en el incremento del volumen de ventas, y no en los márgenes de beneficio, como ocurre en otro tipo de bienes o servicios. Sirva como referencia la comparación, en términos porcentuales, de las últimas dos décadas: mientras que la inflación ha crecido un 86%, el precio de venta de los envases lo ha hecho en un 46%.

Un sector cuyo beneficio se basa en mejoras continuas. Mientras que en los últimos 20 años la inflación ha crecido un 86% el precio de venta de los envases sólo lo ha hecho en un 46%.

Como consecuencia de la fuerte inversión en inmovilizado, las amortizaciones tienen una gran incidencia en los costes¹, circunstancia que unida al hecho de que el envase de vidrio sea funcionalmente muy indiferenciado hace que el precio sea muy ajustado y que los beneficios provengan más del volumen que del margen. Razón por la que una parte muy importante de los esfuerzos se dirijan a mejorar los rendimientos para reducir los costes y diluir los gastos fijos en una mayor producción.

Debido a su bajo coste unitario, la incidencia que en el precio final tiene el coste de transporte cuando el envase se vende vacío, es muy importante. Esto hace que se diga que el envase de vidrio “viaja mal”; por eso se prefiere, en la medida de lo posible, vender en el mercado nacional. Esta misma razón, hace que los principales mercados internacionales sean los de nuestro entorno próximo como Bélgica, Francia, ... incluyendo entre ellos el Norte de África.

No puede decirse lo mismo cuando lo que se transporta es un producto envasado, de ahí que uno de los objetivos de la industria vidriera, sea conseguir que los graneles se envasen y después se expidan, logrando de esta forma que el valor añadido del mismo quede en el mercado nacional, con las garantías propias del envasado en origen y el marchamo de calidad que le aporta el envase de vidrio que, desde siempre, ha sido un magnífico embajador de nuestros productos.



1. Índice de rotación del capital ó MNA (Margen Neto de Autofinanciación)

5.2. Un sector que planifica a largo plazo.

La propia duración de las campañas, a veces más de 15 años, obliga a pensar a largo con todo lo que ello implica de garantías sociales.

La solidez financiera de las empresas hace que el futuro del sector sea planificado a largo plazo, aportando, por extensión, estabilidad también a la situación laboral de todos los trabajadores del sector del vidrio. La propia duración de las campañas, periodo comprendido entre la puesta en marcha de un horno y su reconstrucción, hace necesaria la planificación a largo plazo con todo lo que ello implica en lo referente al cumplimiento y garantías sociales.

Los envases de vidrio se fabrican en plantas que conllevan altísimas inversiones en inmovilizado y un índice de rotación muy bajo, donde las inversiones suponen una parte muy significativa de la cifra de ventas. Baste decir que la campaña de un horno puede durar 15 años, lo que hace que el retorno de la inversión siempre sea a medio y largo plazo y que consecuentemente los inversores tengan que estar muy convencidos tanto del proyecto como de la sociedad en la que se va a efectuar.

El proceso de fabricación de los envases de vidrio es continuo, lo que significa que el horno trabaja ininterrumpidamente durante la campaña todas las horas del día y todos los días del año sin excepción. Esta continuidad del proceso afecta a todos los aspectos, precisando de gran regularidad en su funcionamiento.

Una consecuencia de estas características, en especial de la necesidad de grandes inversiones, es la fusión entre empresas que posibilitan el alcanzar la escala adecuada, pero que sobre todo han dotado al sector de estabilidad financiera, un alto grado de capacidad técnica y un destacable nivel de investigación y desarrollo propio.

5.3. Un sector que trabaja codo con codo con los envasadores.

Junto con los envasadores se desarrollan proyectos en los que todos los elementos del marketing están presentes.

De manera general puede decirse que la industria vidriera a partir de la década de los 80 inició una serie de cambios que han conducido a poder contar con unos envases más competitivos y una industria más preparada y más eficiente que ha mejorado en los más diversos frentes: calidad, precio, servicio, marketing, seguridad y medio ambiente.

Las mejoras de calidad, precio, servicio y marketing son el reflejo del cambio de actitud de la industria vidriera, que pasó de ser meramente industrial a abrirse al mercado colaborando con los envasadores prestando especial cuidado a sus necesidades de producción, de marketing y de atención al consumidor.

El impulso de las acciones de I+D+i es un magnífico ejemplo del convencimiento del sector de cara al futuro. Un sector que ha sabido interiorizar con el paso de los años que la mejor forma de cumplir con las exigencias del mercado pasa, entre otros, por trabajar codo con codo con las empresas envasadoras, desarrollando proyectos en los que todos los elementos del marketing estén presentes.

El envase es un punto de encuentro en el que convergen los intereses del fabricante y del envasador por un lado, el de los canales de distribución y consumidores por otro y finalmente la sociedad en su totalidad que debe atender a necesidades de índole sanitario, económico, ecológico, etc. El envase debe cumplir una misión que podríamos denominar técnica: de conservación, de protección y servicio al contenido. Sin embargo, además de las funciones que hemos señalado anteriormente, el envase debe cumplir una misión de marketing. Se trata de un complemento y una aportación a las actividades globales de marketing de marca dirigido al

comerciante, a la percepción y a la aceptación de un producto por parte de los consumidores. Debiendo servir como medio de comunicación, venta e imagen. Esta característica está cobrando cada vez mayor importancia, sobre todo teniendo en cuenta la tendencia a incrementarse las ventas en autoservicios, donde el envase está solo y tiene que sustituir a las funciones que antes realizaba el vendedor.

Aún más, es el único elemento de marketing que tiene una presencia continua a lo largo del año en nuestros comercios, constituyendo, desde esta perspectiva, un lazo privilegiado entre el productor y el consumidor. Desde otro punto de vista, es ciertamente el medio publicitario más económico, muchas veces con coste marginal cero.

Por tanto, la estrategia del envase se sitúa en un estadio diferente al de las simples funciones básicas que todo envase debe satisfacer. Se trata, de visualizar la personalidad del producto teniendo en cuenta la política de marca elegida, la situación de la competencia, el concepto de comunicación, las técnicas de producción y las características de la distribución y del mercado al que se va a destinar.

La competitividad de una industria vidriera fuerte en España ayuda a los envasadores a exportar sus productos. Vinos, cavas, aceites, conservas vegetales y licores son productos importantes dentro de las exportaciones españolas. En un mundo de competencias crecientes, el envase está llamado a jugar, desde el lado comercial, un papel cada vez más importante.

5.4. Un sector que impulsa las acciones de I+D+i .

La industria vidriera está preparada para afrontar a un mercado, como es el de la alimentación y bebidas, que está en constante evolución y que exige soluciones innovadoras. Centros de Investigación y Desarrollo, apoyados en las nuevas tecnologías, están dedicados en exclusiva a la evolución de los envases de vidrio frente a las exigencias de las marcas y los consumidores.

Este impulso es un magnífico ejemplo del convencimiento del sector de cara al futuro. Un material con más de 5.000 años de historia y muchos más de futuro.

El hecho de que el proceso para la fabricación del vidrio sea continuo hace de él un campo abonado para la introducción de toda clase de últimas tecnologías que posibiliten una mejor parametrización y control de las variables intervinientes. Así la microelectrónica, la cibernética, la robótica, la regulación automática o los procesos de control expertos que se retroalimentan tienen plena implantación en el sector.

Frente a todas las innumerables virtudes que adornan el envase de vidrio cuenta con dos puntos débiles, el peso y la fragilidad. En ambos se está trabajando y avanzando. Si en la década de los cincuenta una botella de vino de 75 cl tenía un peso de 650 gramos y en los años sesenta de 550 gramos, en la actualidad se puede bajar de los 300 gramos sin ninguna dificultad. Con carácter general podríamos decir que para envases funcionalmente equiparables en 20 años se ha conseguido una reducción en su peso del orden del 40% en envases para grandes capacidades y del orden del 50% en pequeñas capacidades. Y ello sin menoscabo, al contrario, de su resistencia a las solicitudes a las que puedan ser sometidos a lo largo de su vida, ya que durante estas dos décadas se ha mejorado notabilísimamente la resistencia de los envases en base a la evitación de microfisuras en su superficie, que suelen estar en el inicio de las posibles roturas.

Capítulo aparte merece el diseño. La posibilidad de moldeado en infinidad de formas supone una clara oportunidad para el envase de vidrio que así puede ofrecer un plus por encima de las meras exigencias, tanto expresas como implícitas, adelantándose a la inexorable ley del cambio. Diseño que abarca no solo a los aspectos estéticos, afectando también a los funcionales. En esta tarea son de extrema utilidad los denominados sistemas C.A.D. que permiten la representación

de los diseños en tres dimensiones y que en la actualidad están conectados con una máquina que produce la maqueta a tamaño real incluyendo elementos auxiliares e incluso color, para una mejor visualización y un más fácil test de mercado. Así en este momento la industria vidriera viene fabricando envases atractivos para nichos de mercado y envases de bajo costo para productos de alta rotación. Aportando siempre sus cualidades y su imagen.

Otro aspecto que también ha sufrido un cambio radical ha sido el de calidad. Un alto porcentaje de las inversiones realizadas por la industria vidriera, se dedica a medios de control automático de calidad, con el objetivo de garantizar

plenamente la adecuación de los envases a las exigencias de los envasadores. La calidad ha pasado a ser una variable fundamental, cuya orientación ha cambiado del proceso y el producto al cliente y el entorno, incorporando el concepto de calidad total para adaptarse a las exigencias tanto de las modernas y rapidísimas líneas de llenado como a la actual demanda social.

En cuanto al precio, baste decir que la mejora de la eficiencia ha tenido una repercusión inmediata en el precio posibilitando envases más competitivos cuyo precio crece mucho más lentamente que la inflación. Mientras que la inflación ha crecido un 86% en los últimos 20 años el precio de venta de los envases de vidrio sólo lo ha hecho un 46%.

5.5. Tres razones importantes por las que creer en el envase de vidrio.

El envase de vidrio es un envase con un magnífico futuro. Esta afirmación viene avalada por diversas razones:

Razones de mercado	Razones técnicas	Razones ecológicas
<p>El incremento de la calidad de vida está conllevando un crecimiento de la demanda en general y en particular del consumo de productos envasados. Pero esta demanda se dirige fundamentalmente hacia la calidad y es ahí donde el vidrio tiene más que decir.</p> <p>Según se desprende de diversos estudios de opinión realizados, los consumidores definen al “envase ideal”, como aquel que reúne las características de: ser higiénico, tener un buen sistema de cierre y apertura, otorgar prestigio al contenido, ser económico, ser atractivo y no contaminar o que sea reutilizable / reciclable. Todas estas características son aplicables en un amplísimo porcentaje al envase de vidrio como cualidades propias. Además los consumidores otorgan cada vez más importancia a los envases.</p>	<p>La primera de ellas de tipo tecnológico. El aligeramiento de los envases, la incorporación de moderna maquinaria y el mejor aprovechamiento de la energía, han conducido a una más alta productividad y eficiencia de la industria, que ha producido diversas derivadas, por ejemplo, y hablando en términos relativos nuestros envases son hoy mucho más baratos que hace 20 años.</p> <p>La segunda es la evolución de las empresas hacia una actitud de servicio integral para con sus clientes, prestando una particular atención a sus necesidades tanto de producción como de marketing. Calidad y servicio se han convertido así en dos de las claves competitivas de la industria vidriera.</p> <p>El tercer factor es el vuelco hacia el mercado. El sector vidriero ha pasado a tener una actitud más abierta hacia el mercado. Se han realizado estudios que han demostrado la fuerte asociación que hay entre vidrio y calidad; formando el eje central de las campañas de marketing, fuertemente orientadas hacia el consumidor. Todo ello apoyado por un notable esfuerzo en lo que se refiere al desarrollo de nuevos diseños.</p>	<p>Por lo que se refiere al medio ambiente, cuya importancia es cada vez mayor, puede decirse que los envases de vidrio se comportan con gran sentido de responsabilidad y respeto ecológico.</p> <p>Además de partir de unas materias primas abundantes, ser químicamente inerte, ser apreciado como sano y natural por el consumidor y presentar la opción de ser rellenable, posee un programa de reciclado ya consolidado que ha demostrado ser viable y eficaz.</p> <p>Este programa de reciclado debe ser un elemento fundamental del marketing y debe ser apoyado sin regatear esfuerzos. Hay que tener presente que únicamente los materiales que se reciclen sobrevivirán.</p> <p>Hoy en día reciclado es sinónimo de modernidad y ha permitido al vidrio ser percibido como un material con tradición que sabe vivir su tiempo contribuyendo de forma positiva a las grandes tendencias industriales, económicas y sociales de la actualidad.</p>



6. Estudio de materialidad de ANFEVI



Anfevi

6. Estudio de materialidad. Realizado por la consultora Cimas para ANFEVI.

Dentro del marco de referencia constituido por la integración del desarrollo productivo y la protección medioambiental, la mejora de la seguridad y condiciones de los trabajadores así como las relaciones con las Administraciones, la asociación y sus empresas se plantean seguir avanzando en este compromiso con sus agentes de interés y acuerdan elaborar su primer Estudio de Materialidad de ANFEVI. El estudio tiene por objeto identificar aquellas cuestiones relacionadas con la responsabilidad corporativa que son materiales para la asociación y para el sector. En definitiva se trata de ayudar a orientar futuras actuaciones relacionadas con la responsabilidad empresarial atendiendo a las características y peculiaridades del sector.

ANFEVI, como punto de unión entre las diferentes organizaciones que integran la asociación, quiere aprovechar la transparencia que caracteriza el vidrio para trasladarla a su relación con la sociedad, encargando informes como éste, una herramienta más para lograr este objetivo: ser más transparentes, más responsables; avanzar en Sostenibilidad.

Previamente a entrar en detalle sobre el proceso de elaboración del informe y de sus resultados, cabe hacer una pequeña descripción de qué es la materialidad y por qué es interesante desarrollarla en una organización empresarial.

El concepto 'material' se venía contemplando anteriormente, si bien desde al año 2000, con la aparición de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad que publica Global Reporting Initiative (GRI), el término definitivamente cobra entidad propia y comienza a ser visto como un aspecto básico a la hora de desarrollar la Responsabilidad Social de las organizaciones. La confianza de todo tipo de entidades, públicas y privadas, en esta Guía, ha hecho que poco a poco

se haya convertido en el referente internacional en lo que a la publicación de informes relativos a la Sostenibilidad se refiere.

Como Guía, establece unas bases sobre las cuales las organizaciones pueden conocer cómo desarrollar la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social. Conceptos como equilibrio, claridad o fiabilidad acompañan al de materialidad en lo que se consideran los pilares básicos que deben guiar la relación que toda entidad establece con su entorno.

Materialidad podría equipararse a la importancia o relevancia de un tema o materia en concreto. Es un concepto que ayuda a las organizaciones a determinar el umbral a partir del cual los asuntos son lo suficientemente importantes como para que sean tenidos en cuenta.

En el diálogo de una organización con su entorno, pueden surgir varios aspectos que mejoran o empeoran las relaciones entre ellos. Este tipo de aspectos pueden derivar en riesgos y oportunidades reputacionales. Estos aspectos son considerados "materiales" para una organización.

En el caso de ANFEVI, la determinación de la materialidad ha servido para llevar a cabo la identificación de temas reputacionales que afectan a las empresas del sector, así como de sus Grupos de Interés.

El interés de determinar la materialidad en una asociación sectorial refleja cómo las diferentes organizaciones que la componen tienen en cuenta las implicaciones sociales y ambientales que genera su actividad y la percepción que la ciudadanía tiene de ellas.

6.1. Metodología desarrollada en el estudio de materialidad de ANFEVI

En el caso concreto de la metodología diseñada para elaborar el Estudio de Materialidad en ANFEVI, se basó en conocer esa percepción combinando dos tipos de acciones: el uso de herramientas informáticas y la realización de una búsqueda dirigida por expertos en la materia.

El primer paso seguido en la elaboración del estudio consistió en determinar el período temporal en el cual realizar la búsqueda de referencias. Puesto que se trata del primer estudio de materialidad, lo más conveniente es cubrir un período lo suficientemente amplio como para asegurarse que la captación de datos y percepciones es lo más completa posible. Por esta razón se decidió cubrir el período comprendido entre los años 2000 y 2011. Un alcance lo suficientemente amplio como para que la información más relevante ocurrida recientemente en torno a la asociación y las empresas integrantes, quedara reflejada.

1º BÚSQUEDA A TRAVÉS DE HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Acotado el marco temporal de análisis, se inició el estudio con una búsqueda en medios de comunicación. El espectro de medios analizados es amplio, de diversa tipología, a fin de garantizar una mayor probabilidad de encontrar referencias interesantes o relevantes para el ámbito del estudio. Por volumen de publicaciones y referencias, el foco principal de búsqueda recayó sobre la prensa, tanto en su versión escrita como digital, de ámbitos diversos: local, regional y estatal.

El objetivo de esta búsqueda es recoger los principales temas que, durante estos años, han sido noticia en los medios, extrayendo el Grupo de Interés que trataba ese tema, visualizar qué enfoque contemplaban, así como analizar si se trataba de referencias con un sentido positivo o negativo respecto a la labor desempeñada por ANFEVI o sus asociados.

A través del empleo de diversas herramientas informáticas, y dirigiendo la búsqueda a través de palabras clave, se pudo extraer el máximo de información existente en este ámbito del estudio.

2º BÚSQUEDA EN EL ENTORNO WEB

El siguiente paso en la elaboración de Estudio de Materialidad es ampliar el alcance de referencias y percepciones, a través de un análisis en el entorno web. Cabe aclarar que, el concepto 'entorno web', hace referencia a todas aquellas fuentes de información que, sin ser medios de comunicación en sentido estricto, sí que tienen un papel en la difusión de conocimiento y opinión, con un sentido mucho más amplio.

Por ello, en esta segunda etapa, se continuó con el uso de herramientas informáticas destinadas a captar la percepción, pero contemplando un mayor número de fuentes:

- Portales sectoriales del vidrio y otros relacionados.
- Asociaciones y federaciones europeas del vidrio.
- Blogs especializados y páginas web de información especializada.
- Portales financieros y boletines electrónicos de cámaras de comercio.
- Empresas envasadoras de productos de alimentación.
- Entidades responsables de gestión de residuos.
- etc.

La búsqueda de referencias en un campo tan amplio logra captar, de una forma directa, la percepción, los temas que detectan los grupos de interés sobre la organización y temas que afectan a la organización.



6.2. Referencias en medios de comunicación.

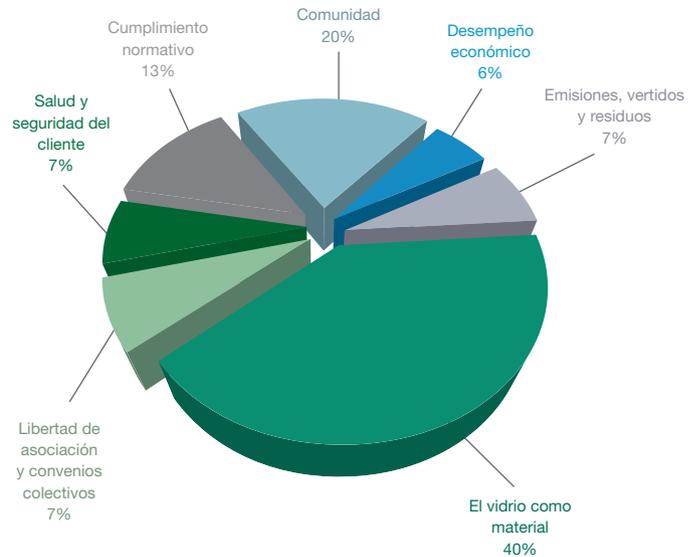
Fruto del análisis de la materialidad de ANFEVI, cabe hacer la distinción en cuanto a las referencias encontradas; comenzando por el análisis detallado de los resultados en Medios de Comunicación.

36

Del total de referencias encontradas en los Medios de Comunicación, la mayor parte de ellas tienen un carácter positivo. Destacan especialmente los siguientes temas:

- Ventajas del vidrio como material debido a su reciclabilidad y al elevado porcentaje de casco de vidrio en su composición.
- Implicación del conjunto de la sociedad (ciudadanos, hosteleros, comerciantes, empresas, etc.) en contribuir al incremento de los niveles de recogida selectiva de vidrio.
- Preferencia de los consumidores por la elección de este material para su consumo frente a otros, ya que se asocia la idea que los envases de vidrio son beneficiosos para la salud y el medio ambiente.
- Inversiones realizadas por las empresas integrantes de ANFEVI como forma de garantizar la modernización de sus instalaciones. De esta forma, se trabaja para garantizar la viabilidad y competitividad en el medio y largo plazo de las plantas españolas de producción de envases de vidrio.

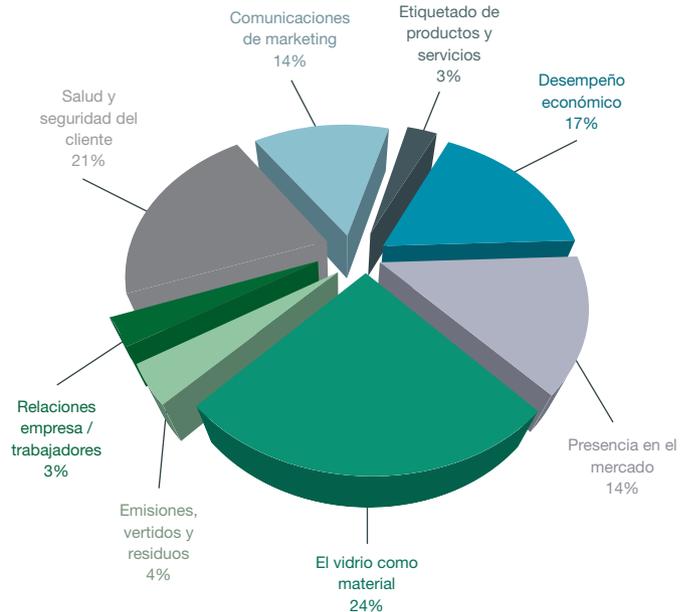
Como se observa en el gráfico que recoge el total de referencias y temas detectados, en líneas generales las principales referencias registradas hablan del vidrio como material y la integración de éste en el día a día de la sociedad, bien desde la perspectiva de su utilización, o bien desde la perspectiva del reciclado. Esto pone de relieve el trabajo realizado desde hace muchos años por diversas entidades, entre ellas ANFEVI, a través de campañas de difusión. Gracias a todo este trabajo realizado, se ha conseguido que, en el año 2012, el vidrio destaque por delante de otros materiales, con un carácter manifiestamente positivo en su comportamiento.



6.3. Referencias en el Entorno Web

Al realizar la siguiente parte del Estudio de Materialidad con la búsqueda de referencias en el Entorno Web, más allá de los propios Medios de Comunicación, el número y variedad de referencias se amplía. Esto es debido a que, bajo esta nueva búsqueda, se recoge un mayor número de Grupos de Interés, más heterogéneos y diversos, que opinan sobre un mayor número de temas.

En conjunto, de los temas identificados en internet, destacan los buenos datos económicos y la mejora competitiva del sector de envases de vidrio dentro del mercado europeo y español. Según las estimaciones que se realizan desde el ámbito europeo del sector, se considera que la industria del vidrio es competitiva y que podría aumentar las cifras de producción de envases de vidrio en los próximos tres o cuatro años, valorando la posición del vidrio como un material de primera calidad y sus beneficios percibidos en materia de sostenibilidad. Además, el Estudio de Materialidad, por las referencias encontradas, ha puesto de relieve cómo la industria europea de fabricación de envases de vidrio, y por tanto, las empresas integrantes de ANFEVI, están en una sólida posición, ya que se cuenta con un incremento de la demanda interna europea y un crecimiento en los mercados emergentes, especialmente en América Latina, alcanzando los dos dígitos. También en internet aparecen destacadas las ventajas del vidrio frente a otros materiales para el envase de bebidas y alimentos, destacando su contribución a un desarrollo más sostenible y el hecho de ser un material químicamente inocuo y de garantía para mantener la calidad de los alimentos envasados en él.



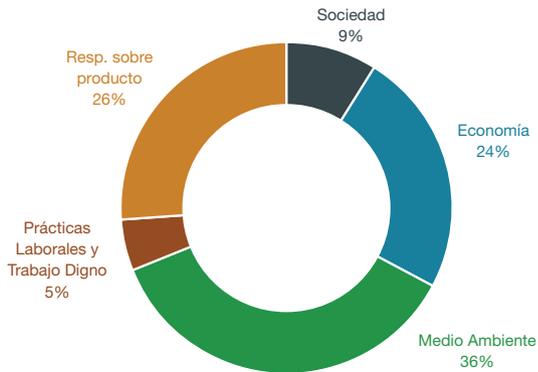
37

Son pocas las referencias identificadas con sentido negativo. Las identificadas se orientan en torno al estancamiento en la cantidad de vidrio para reciclar que se recoge en Europa. Se detecta en el Estudio de Materialidad como, fruto de la situación económica presente, se ha producido una estabilización en la media de la tasa de reciclaje; que desde 2010 se sitúa en torno al 68%. Es importante comprender que, pese a esta estabilización y aparente aspecto negativo (al no incrementarse la tasa de recogida selectiva), las cifras que representa el anterior porcentaje vienen a consolidar la imagen del vidrio como un material sostenible: sólo en 2010, gracias a todo el vidrio recogido, se redujo el consumo de materias primas para elaborar vidrio en 12 millones de toneladas², al tiempo que más de 7 millones de toneladas de CO₂ dejaron de ser emitidas al reciclar el casco de vidrio europeo.

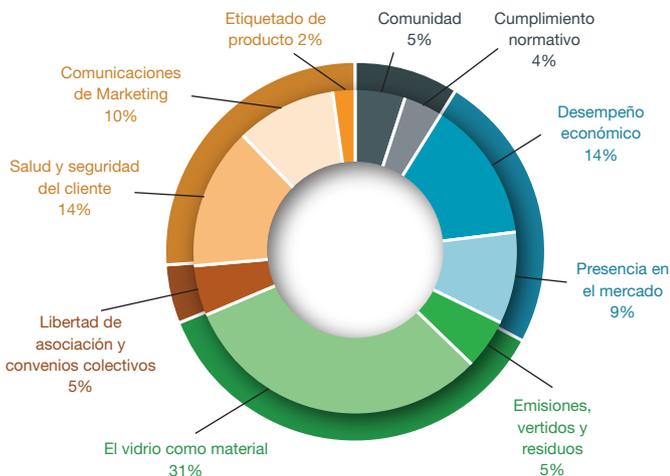
2. Según se recoge en el informe de la Federación Europea de fabricantes de envases de vidrio "Glass recycling figures steady in 2010", publicado en Marzo de 2012. (<http://www.feve.org>)

6.4. La materialidad de ANFEVI. Resultados globales.

Tras el estudio de todas las referencias encontradas, y agrupando la totalidad de los temas identificados tanto en Medios de Comunicación como en el Entorno Web, las principales categorías en las que se agrupan los temas materiales para ANFEVI son:



Para comprender mejor la razón por la que aparecen estos temas como materiales para ANFEVI, podemos bajar a un nivel mayor de detalle y conocer los subtemas materiales que se engloban en los anteriores:



De un modo concreto, se puede definir cuáles son los principales rasgos que caracterizan cada tema definido como material para ANFEVI, así como alguna de las referencias más significativa del total de las detectadas en el Estudio de Materialidad.

ECONOMÍA: se trata de un tema material para las organizaciones que integran ANFEVI, ya que, como empresas que son, el primer paso para garantizar su sostenibilidad pasa por ser empresas rentables económicamente. En este sentido, la percepción de los Grupos de Interés detectados se centra en cómo el sector está acometiendo toda una serie de mejoras y de fuertes inversiones económicas que buscan, en último término, mejorar su competitividad y hacer que el sector prospere.

“El milagro del vidrio, el sector se recupera a pesar de la crisis”.

Fuente: Club Dariwn.net, Diciembre 2011.

“(Glass container) popularity and demand is notably high among consumers”.

Fuente: Newswire, Junio 2011

Especialmente importante es la proactividad que muestra como asociación, y las empresas que la integran a título individual, por estar presente en los principales foros y puntos de encuentro sectoriales a nivel europeo e internacional. Es la mejor forma de poder defender los intereses de un sector que, como ya se ha analizado, tiene un gran impacto social en España.

RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTO: los aspectos sobre la responsabilidad de las empresas de ANFEVI hacia el producto derivan, principalmente, del trabajo que realizan por garantizar la seguridad en el producto que se entrega al cliente. De forma complementaria, los subtemas materiales detectados hacen referencia a la responsabilidad de estas empresas en el uso correcto del marketing y la publicidad y, en un menor porcentaje, en el etiquetado del producto.

Este último aspecto es el menos presente de todos los relacionados con la responsabilidad sobre el producto ya que, las empresas de fabricación de envases de vidrio, no depositan los envases directamente en el mercado, si no que lo entregan a las empresas envasadoras de bebidas. Por ello, no tienen tanto impacto directo en el consumidor final como otras organizaciones.

El Estudio ha podido detectar cómo los envases de vidrio son contemplados como aquellos que mejores cualidades tienen para preservar el producto, especialmente en colectivos frágiles, en referencia al envasado para comidas infantiles. También se manifiestan, una vez más, las ventajas del vidrio frente a otros materiales de envasado de alimentos.

Por otra parte, las referencias al uso de herramientas de marketing por parte de las empresas van en línea con la promoción del vidrio como material y a la difusión del conocimiento de todo lo que rodea a los envases de vidrio fabricados en España, mostrando cómo se fabrican y poniendo en conocimiento de los diversos Grupos de Interés la realidad que se encuentra detrás de cada envase.

“Los españoles prefieren los envases de vidrio por sus beneficios para la salud”.

Fuente: Europa Press, Octubre 2010.

Presencia de vídeos sobre el proceso productivo del vidrio en el Canal de ANFEVI en Youtube, en los que se muestra el proceso de fabricación de envases de vidrio de la fábrica de Verallia en Azuqueca de Henares (Guadalajara), así como vídeos relativos al diseño y fabricación de envases de vidrio.

SOCIEDAD: los aspectos relacionados con este tema se encuentran centrados en destacar la relación de las empresas integrantes de ANFEVI en diferentes iniciativas y acciones encaminadas a mejorar la interrelación con los entornos en que se ubican. El patrocinio de eventos, la participación en iniciativas ciudadanas o la contribución económica a la mejora de los entornos en que se ubican las diferentes plantas de fabricación de envases de vidrio son los aspectos principales de este tema material.

PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO: son, menor en número las referencias percibidas en torno a este tema; no por tratarse de un aspecto menos importante, sino por ser un ámbito en el que las empresas asociadas tienen un largo camino ya recorrido. En lo que respecta a los temas de prácticas laborales y a la garantía de proporcionar un trabajo digno, las empresas

ya garantizan que se dan estas condiciones para todos sus trabajadores, a través de la regulación y los convenios que así lo recogen. Por tanto, la capacidad de generar interés es menor comparada con, por ejemplo, temas como la sostenibilidad de los envases de vidrio o el marketing.

MEDIO AMBIENTE: Es este el área que mayor número de referencias recoge. Como se ha venido describiendo a lo largo del informe, en los últimos años un gran número de artículos, noticias y documentos de diverso tipo han hecho referencia a las ventajas que el vidrio presenta frente a otro tipo de materiales. En general, las referencias medioambientales sobre el vidrio son positivas, como cabría esperar de un material que se comporta de la manera que hace el vidrio, siendo 100% reciclable.

El 31% de las percepciones generadas, detectadas en el ámbito del Estudio de Materialidad, se encuentran relacionadas con los aspectos más estrechamente relacionados con las sostenibilidad del uso del vidrio y todo lo que deriva de ello: ventajas del reciclado, potenciación de la recogida selectiva, el reciclaje en Europa e iniciativas de concienciación y sensibilización ciudadana, entre otros.

“These characteristics make glass a clear example to follow in the ambitious strategy to make the European Union a ‘resource efficient’ economy where recycling is the key factor to waste reduction and where waste is considered as a valuable resource”

Fuente: FEVE (Federación Europea de Fabricantes de Envases de Vidrio), Marzo 2012.

“España recicla más del 60% del vidrio que utiliza (mínimo exigido por la UE), aunque aún queda lejos de otros países como Suecia, Suiza o Bélgica que pasan del 90%.

Fuente: Iniciativa España recicla, Abril 2012.

“Desde el punto de vista teórico, resulta perfectamente posible fabricar una botella nueva exclusivamente a partir de los residuos de vidrio que depositan los ciudadanos en los contenedores de las calles”

6.5. Los grupos de interés de ANFEVI

Dados los resultados obtenidos en el estudio de materialidad de ANFEVI y del sector de fabricación automática de envases de vidrio, los principales Grupos de Interés pueden agruparse en **12 categorías**:

	Grupo de Interés	Descripción
1	 Empresas asociadas a ANFEVI	Para ANFEVI lo principal es contar con el respaldo de las empresas que integran la asociación, por lo que constituyen el principal grupo de interés.
2	 Empresas envasadoras	Constituyen el principal cliente de la asociación, ya que son quienes directamente consumen sus envases.
3	 Competencia	Toda entidad que quiera evolucionar debe estar atenta al trabajo de aquellas empresas con las que comparte mercado, por lo que los competidores se sitúan como un grupo de interés de relevancia.
4	 Administraciones públicas	Se trata de un grupo con quien la asociación y el sector ha mantenido siempre una postura de cercanía y trabajo mutuo en pro de garantizar un desarrollo del trabajo lo más sostenible posible.
5	 Asociaciones de vidrio Europeas	ANFEVI no trabaja de forma aislada, por lo que la relación con otros organismos homólogos a ella enriquece la defensa del vidrio a nivel europeo. <i>Destaca: Federación Europea de Fabricantes de Envases de Vidrio</i>
6	 Asociaciones de fabricantes de productos (zumos, concentrados, etc.)	Estar junto con las asociaciones que defienden el trabajo de los clientes para los que las empresas de ANFEVI trabajan, es la mejor forma de establecer el diálogo y la comunicación con uno de los Grupos de Interés prioritarios.
7	 Otras Asociaciones y Federaciones	De igual forma, establecer un contacto estrecho con las asociaciones que defienden los intereses de otros colectivos, como los consumidores finales de los envases de vidrio, es una buena forma de estar al día de sus inquietudes y necesidades específicas. <i>Destacan: Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas. FACUA- Consumidores en Acción.</i>
8	 Comunidad Local	Las empresas asociadas tienen la base de su negocio en la comunidad local, por lo que para ellas éste es un Grupo de Interés que se tiene en cuenta de forma permanente.
9	 ONG's	Por extensión, las organizaciones que ayudan a que la comunidad local sea mejor también constituyen un Grupo de Interés al que ANFEVI presta su atención.
10	 Ferias Temáticas	Las ferias sectoriales representan una buena oportunidad para que ANFEVI y sus empresas establezcan una comunicación directa con algunos de sus Grupos de Interés, en un entorno más profesional, por lo que para ANFEVI, estar presente en ellas es prioritario. <i>Destaca: ENOMAQ.</i>
11	 Portales de Información Sectorial	En la labor de comunicar todo lo relativo al mundo del vidrio, los portales de información sectorial son elemento clave con los cuales interactuar y proporcionar la información adecuada.
12	 Medios de Comunicación, Redes Sociales y Blogs temáticos.	El Grupo de Interés que constituyen los medios de comunicación y redes sociales existentes es una oportunidad única para ANFEVI de difundir, de primera mano y de una forma dinámica y atractiva, todo el esfuerzo que dedican a hacer del vidrio un material cada vez más sostenible.

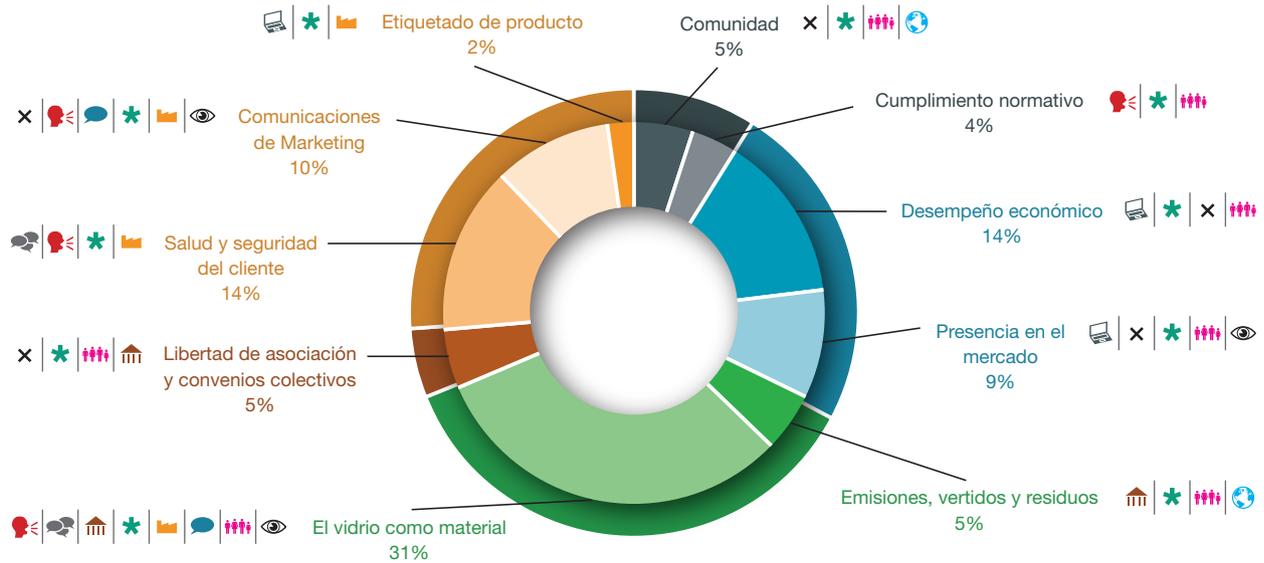
Con todos y cada uno de los Grupos de Interés aquí recogidos, y con otros más, ANFEVI mantiene desde hace tiempo una postura de diálogo permanente. Como asociación, representa los intereses de un conjunto de empresas, por lo que no puede permanecer al margen de esta comunicación.

Con todos y cada uno de los Grupos de Interés aquí recogidos, y con otros más, ANFEVI mantiene desde hace tiempo una postura de diálogo permanente. Como asociación, representa los intereses de un conjunto de empresas, por lo que no puede permanecer al margen de esta comunicación.

Este hecho hace que sea una entidad dinámica y proactiva hacia la exploración de todos los canales posibles de diálogo con sus grupos. A través de reuniones sectoriales, entrevistas, publicación de documentos, uso de redes sociales y de su página web y otros ejemplos; la asociación ha podido situarse como una de las referentes en lo que a asociaciones sectoriales españolas se refiere.

A ello ha contribuido, sin duda, que ANFEVI permanezca al día sobre lo que hablan sus Grupos de Interés, qué temas les interesa a cada uno de ellos y de la mejor manera de comunicárselo. Ejemplo de lo anterior es este Estudio de Materialidad, que permite avanzar en la senda del conocimiento de esos temas y Grupos y que constituye un punto y seguido en el trabajo diario de relación con el entorno.

Tras analizar de forma independiente los temas que resultan materiales y los diferentes Grupos de Interés, tiene un importante valor para poder obtener la imagen final del Estudio de Materialidad realizar el cruce de ambos, alcanzando el Cuadro de Materialidad de ANFEVI:



Grupo de Interés de ANFEVI

- 
 Empresas asociadas a ANFEVI
- 
 Empresas envasadoras
- 
 Competencia
- 
 Administraciones públicas
- 
 Asociaciones de vidrio europeas
- 
 Asociaciones de fabricantes de productos (zumos, concentrados, etc.)
- 
 Otras Asociaciones y Federaciones
- 
 Comunidad Local
- 
 ONG's
- 
 Ferias Temáticas
- 
 Portales de Información Sectorial
- 
 Medios de Comunicación, Redes Sociales y Blogs temáticos.

6.6. Conclusiones del estudio de materialidad

El primer Estudio de Materialidad de ANFEVI ha servido para poner de relieve la percepción que la sociedad, en su conjunto, ha tenido de la asociación en los últimos años; qué temas le interesan y cómo los manifiesta.

42

En este sentido, se ha concretado una doble percepción con respecto a los temas que preocupan: por una parte, se ha constatado y reafirmado la sensación que desde la propia asociación se tenía sobre qué temas interesaban a los Grupos de Interés con los que mantienen un diálogo y, por otra parte, el Estudio de Materialidad ha servido para detectar nuevos temas y nuevos Grupos de Interés, a partir de los cuales seguir desarrollando acciones concretas para cada uno de ellos.

Por tanto, de toda la información aquí recogida, los principales aspectos que destacan tras analizar la materialidad son:

- La sociedad percibe al vidrio como un **material mucho más sostenible que el resto de opciones existentes en el mercado**. Este es el principal punto fuerte para la asociación: poder seguir incrementando la concienciación sobre los beneficios que el uso del vidrio tiene para el medio ambiente y para los diferentes Grupos de Interés.
- Existe un **número creciente de Grupos de Interés** que opinan sobre temas relacionados directa e indirectamente con el vidrio (implicaciones ambientales derivadas de su fabricación, mejoras en la recogida selectiva, empleo local o mejoras del entorno) y, por extensión, a los intereses de ANFEVI. Por ello, desde la asociación se ponen en marcha nuevos canales, nuevas formas de mantener un diálogo abierto, bidireccional con los Grupos existentes y los nuevos creados. Por ejemplo, apostando por el incremento en el uso de redes sociales como forma rápida y ágil de comunicación, potenciando la nueva página web, o publicando informes y documentos temáticos en

torno al vidrio como forma de difusión de conocimiento especializado.

- Todavía puede avanzarse más en la difusión de **las implicaciones locales y los beneficios que tiene la fabricación del vidrio en España**, especialmente en lo relacionado con los aspectos de estabilidad del negocio, vocación de permanencia en el tiempo y la búsqueda de rentabilidad en el largo plazo.

Teniendo en cuenta la rapidez con que circula la información en la actualidad y la capacidad de los Grupos de Interés para generar opinión; desde ANFEVI ya se han puesto en marcha diversos canales nuevos para poder comunicarse mejor con todos ellos, en un ejercicio de transparencia que va más allá de proporcionar información en una única dirección.

La verdadera voluntad de la asociación es ser capaz de captar las inquietudes de las empresas y de la sociedad, de seguir colaborando con otras asociaciones o de avanzar junto con la administración. Todo ello con el firme propósito que a través de un mejor conocimiento de los temas que importan y que son realmente materiales podrán avanzar en la dirección correcta: la de seguir haciendo del vidrio un material único.

A través de este trabajo, la asociación desea iniciar un largo camino de diálogo con sus grupos de interés. De ahí que el objetivo a corto plazo, sea diseñar y consolidar canales de comunicación estables adaptados a las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés.



Anfevi

Asociación Nacional de Fabricantes de Envases de Vidrio.

C/ General Oraa, 26 2º Dcha. 28006 Madrid. Tel.: 915 610 175 • Email: asociacion@anfevi.com www.anfevi.com