



# AVANZAMOS

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2018



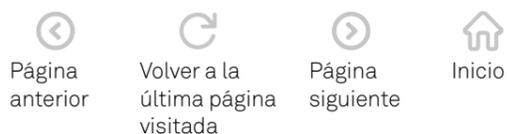
# ÍNDICE

- MENSAJE DE LOS DIRECTORES GENERALES DE COCA-COLA IBERIA Y DE COCA-COLA EUROPEAN PARTNERS IBERIA** ..... 03
- QUIÉNES SOMOS Y QUÉ HACEMOS** ..... 04
- 'AVANZAMOS', NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD** ..... 06
- CIFRAS CLAVE DE PROGRESO EN ESPAÑA** ..... 08
- ESCUCHAMOS A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS** ..... 09
- ACTUAMOS CON INTEGRIDAD** ..... 10
- ACTUAMOS SOBRE NUESTRAS BEBIDAS** ..... 12
- ACTUAMOS SOBRE NUESTROS ENVASES** ..... 16
- ACTUAMOS EN LA SOCIEDAD** ..... 20
- ACTUAMOS SOBRE EL AGUA** ..... 24
- ACTUAMOS SOBRE EL CLIMA** ..... 28
- ACTUAMOS SOBRE LA CADENA DE SUMINISTRO** ..... 32
- PRINCIPALES INDICADORES** ..... 36

## ACERCA DE ESTE INFORME

Este documento resume el progreso que hemos hecho sobre nuestros objetivos establecidos en la estrategia de sostenibilidad AVANZAMOS, así como algunas de las acciones que hemos realizado en el ejercicio 2018 para el ámbito geográfico de España.

## Códigos para navegar por el documento



## Síguenos en RRSS

Encuentre los accesos directos a nuestras redes sociales en la página 38.

# AVANZAMOS

En 2018, hemos celebrado los 65 años de Coca-Cola en España y el segundo aniversario de la constitución de Coca-Cola European Partners, el mayor embotellador independiente de Coca-Cola del mundo por ingresos. Desde su llegada a España en 1953, Coca-Cola se convirtió en una de las bebidas más populares del país, ampliando rápidamente la oferta de bebidas con nuevas marcas.

Durante este ejercicio, hemos seguido trabajando para convertirnos en una compañía total de bebidas. Por ello, hemos ampliado nuestra oferta con el lanzamiento de AdeS y Honest, bebidas vegetales y bebidas de té y de café orgánicas listas para tomar, además de Coca-Cola Plus Coffee sin azúcar.

En 2018 se cumplió, además, el primer aniversario de AVANZAMOS, la estrategia de sostenibilidad conjunta de The Coca-Cola Company y Coca-Cola European Partners para Europa Occidental. Con AVANZAMOS estamos actuando sobre seis ejes estratégicos que abarcan todos los aspectos de nuestro negocio, con una especial atención al ámbito de los envases. En este aspecto, estamos tomando medidas que contribuyan a solucionar el problema de los residuos que terminan en mares y océanos, innovando en el diseño de nuestros envases para reducir su peso y aumentar su composición de material reciclable y renovable.

Pero nuestros objetivos pasan también por convertirnos en un agente de cambio positivo para las comunidades en las que operamos, promoviendo la inclusión y el desarrollo económico tanto para nuestros empleados como para la sociedad en general. En 2018 hemos seguido trabajando para ser un negocio más diverso e inclusivo y hemos impulsado acciones de voluntariado entre nuestros empleados.

Nuestro empeño para actuar de manera sostenible y responsable ha sido reconocido, por tercer año consecutivo, en el Índice de Sostenibilidad Dow Jones, con la inclusión de nuevo en el índice, de Coca-Cola European Partners. Asimismo, diversos programas impulsados por Coca-Cola Iberia y Coca-Cola European Partners Iberia han sido reconocidos en 2018: *Hostelería #PorElClima* recibió en mayo el Premio PortAventura a la *Mejor iniciativa de responsabilidad corporativa*, en junio, GIRA Mujeres fue reconocido por la Cámara de Comercio de Sevilla con el Premio al Proyecto Solidario.

Nos sentimos orgullosos de los logros de 2018 y agradecidos por el esfuerzo, el compromiso y la pasión con la que han respondido nuestros empleados, proveedores, socios y demás grupos de interés para alcanzarlos. Este informe detalla el progreso realizado, con la apuesta firme de seguir trabajando para convertirnos en un modelo de negocio más responsable.



**Francesc Cosano**  
Director general de Coca-Cola European Partners Iberia

**Juan Ignacio de Elizalde**  
Director general de Coca-Cola Iberia

**“ESTAMOS TOMANDO MEDIDAS SOBRE NUESTROS ENVASES PARA CONTRIBUIR A SOLUCIONAR EL PROBLEMA DE LOS RESIDUOS QUE TERMINAN EN MARES Y OCÉANOS”.**

# QUIÉNES SOMOS Y QUÉ HACEMOS

## DOS EMPRESAS Y UNA SOLA HISTORIA

### The Coca-Cola Company

The Coca-Cola Company es la mayor compañía de bebidas del mundo. Cuenta con más de 500 marcas, que se consumen en más de 200 países. No solo produce bebidas carbonatadas, zumos y bebidas a base de zumo, sino también agua, tés o cafés listos para tomar, fruto de la apuesta de la compañía por la innovación.

The Coca-Cola Company es la propietaria de las marcas y responsable de suministrar los concentrados para las bebidas, además de generar la demanda a través de acciones de marketing. Su ámbito de actuación geográfico en Europa Occidental coincide con el de Coca-Cola European Partners y depende administrativamente de la central de Atlanta, EE.UU.

The Coca-Cola Company evoluciona para convertirse en una compañía total de bebidas mediante la modificación de su estrategia de crecimiento y su modelo operativo, en consonancia con los nuevos gustos, hábitos de compra y estilos de vida de los consumidores. De hecho, la nueva ruta hacia el futuro de Coca-Cola se centra en atender los deseos de los consumidores de tener más opciones de bebidas, menos azúcar, más información y envases más pequeños.

### Coca-Cola EUROPEAN PARTNERS

Coca-Cola European Partners es el mayor embotellador de Coca-Cola independiente del mundo por ingresos. Produce y embotella las bebidas, realiza las ventas y la distribución, así como la gestión de los clientes. Además, asume las inversiones necesarias en producción e instalaciones. Cotiza en las bolsas de Nueva York, Londres, Ámsterdam y Madrid.

Más de 300 millones de personas disfrutan las bebidas que Coca-Cola European Partners produce en los 13 países de Europa Occidental en los que opera: Andorra, Alemania, Bélgica, España, Francia, Gran Bretaña, Islandia, Luxemburgo, Mónaco, Noruega, Países Bajos, Portugal y Suecia, además de contar con una oficina comercial en Bulgaria.

El porfolio incluye algunas de las marcas líderes mundiales, como Coca-Cola, Coca-Cola light, Coca-Cola Zero Azúcar, Fanta y Sprite. También fabrica una gama cada vez mayor de aguas, zumos, bebidas deportivas y energéticas, así como tés y cafés listos para tomar.

Propietaria de las marcas. Generación de demanda.

The Coca-Cola Company

Una sólida asociación para un crecimiento sostenido y sostenible

Fabricación, venta y distribución de bebidas

Coca-Cola EUROPEAN PARTNERS



## EXIGENTES CON NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

Exigimos a todos nuestros proveedores que cumplan con nuestros estrictos Principios Rectores sobre políticas de trabajo, salud y seguridad, ética y Derechos Humanos, protección del medio ambiente e integridad empresarial.



## NUESTRAS MATERIAS PRIMAS

Para hacer nuestras bebidas utilizamos ingredientes como agua, azúcar, café y zumos. También usamos materiales como vidrio, aluminio, plástico PET y pulpa de papel para confeccionar nuestros envases.



## PRODUCIMOS BEBIDAS

En España, 130 millones de personas pueden consumir cada año nuestras bebidas, de las que ofrecemos 21 marcas, más de 110 productos y más de 280 referencias.

Trabajamos para mejorar continuamente los procesos de fabricación invirtiendo en nuevas tecnologías para hacerlos más eficientes, además de más seguros, para nuestros empleados.

Aproximadamente el 92% de las bebidas que comercializamos se producen en España.



## ESTAMOS CERCA DE NUESTROS CLIENTES

Distribuimos nuestros productos a nuestros clientes trabajando estrechamente con cerca de 550 empresas de distribución y logística.

Nuestra fuerza de ventas atiende a una gran diversidad de clientes, desde pequeñas tiendas locales, supermercados y mayoristas hasta restaurantes, bares y estadios deportivos, para que los consumidores puedan disfrutar de nuestros productos. También contamos con un amplio parque de máquinas expendedoras.



## COMPROMETIDOS CON NUESTRAS COMUNIDADES

Estamos profundamente comprometidos con el apoyo a las comunidades locales en las que operamos. Ponemos especial atención en desarrollar programas que ayuden a mejorar la empleabilidad de los jóvenes y las mujeres. En materia de acción social desarrollamos diferentes iniciativas en colaboración con organizaciones como Cruz Roja, Fundación Mujeres, Alma Natura, Fundación ONCE y Banco de Alimentos, entre otras.



## TRABAJAMOS PARA RECOGER EL 100% DE NUESTROS ENVASES

A pesar de que todas nuestras botellas y latas son reciclables, no siempre terminan siendo recicladas, y eso, tiene que cambiar. Estamos decididos a liderar el camino hacia una economía circular, trabajando con nuestros socios para recoger el 100% de nuestros envases para reutilizarlos o reciclarlos de modo que ninguno de ellos termine como residuo, especialmente en los océanos. De hecho, parte del PET que recogemos se vuelve a usar en nuestra cadena de producción.

# 'AVANZAMOS', NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

# ACTUAMOS

## TRABAJAMOS PARA QUE NUESTRO NEGOCIO Y MARCAS SEAN SOSTENIBLES, CON EL OBJETIVO DE CONSTRUIR UN FUTURO MEJOR. POR LAS PERSONAS. POR EL PLANETA.

Creemos que el éxito empresarial y la sostenibilidad van de la mano. Queremos que nuestro negocio crezca de una manera responsable, así como que nuestros empleados y accionistas se sientan parte de una compañía comprometida en materia social y ambiental.

The Coca-Cola Company y Coca-Cola European Partners hemos diseñado AVANZAMOS, nuestra estrategia de sostenibilidad para Europa Occidental. Sobre la base de muchos años de trabajo centrado en la sostenibilidad, y desarrollado a través de una estrecha consulta con nuestros grupos de interés, el plan coloca a la sostenibilidad en el corazón de nuestra estrategia empresarial.

A través de AVANZAMOS, estamos tomando medidas en seis áreas clave en las que sabemos que tenemos un impacto significativo y que nuestros grupos de interés quieren que prioricemos. En cada una de ellas hemos adquirido una serie de compromisos que, juntos, proporcionan una dirección clara sobre cómo pretendemos trabajar con nuestros socios en la cadena de valor para construir un futuro mejor.

Todos los ejes de actuación de AVANZAMOS contribuyen a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

### NUESTRAS BEBIDAS

SEREMOS UNA COMPAÑÍA TOTAL DE BEBIDAS QUE OFREZCA A LOS CONSUMIDORES UNA MAYOR VARIEDAD CON UN CONTENIDO MENOR DE AZÚCAR, O SIN ELLA.

Reduciremos el azúcar en nuestra oferta de bebidas un 12% entre 2015 y 2020. Esto se añade a la reducción del 18,1% lograda en España en los 5 años anteriores.<sup>1</sup>

Aspiramos a que el 50% de nuestras ventas procedan de bebidas bajas en calorías o sin calorías.<sup>2</sup>

Evolucionaremos continuamente nuestras recetas y aumentaremos nuestro portafolio para ofrecer una mayor variedad de bebidas.<sup>3</sup>

Facilitaremos que los consumidores puedan reducir su ingesta de azúcar proporcionando información clara y sencilla y ampliando la disponibilidad de envases de menor tamaño.<sup>4</sup>

Seguiremos manteniendo la política de no publicitar nuestros productos entre menores de 12 años y diseñaremos campañas publicitarias en línea con las expectativas de nuestros grupos de interés.



### NUESTROS ENVASES

RECOGEREMOS TODOS NUESTROS ENVASES PARA QUE NINGUNO DE ELLOS TERMINE COMO RESIDUO, ESPECIALMENTE EN LOS OCÉANOS.

Nos aseguraremos de que el 100% de nuestros envases siga siendo reciclable o reutilizable.

Colaboraremos con socios locales y nacionales con la aspiración de recoger el 100% de todos nuestros envases.

Trabajaremos para que, al menos, el 50% del material que utilizamos para los envases PET provenga de plástico reciclado (rPET).

Utilizaremos la capacidad de reconocimiento de nuestras marcas para generar concienciación y cultura de reciclaje entre todos nuestros grupos de interés.

Lideraremos la innovación en envases sostenibles, incluyendo materiales renovables y reduciendo los residuos provenientes de nuestros envases.



### LA SOCIEDAD

SEREMOS UN AGENTE DE CAMBIO POSITIVO QUE PROMUEVA LA INCLUSIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO EN LA SOCIEDAD: CON NUESTROS EMPLEADOS Y NUESTRAS COMUNIDADES.

Fomentaremos una cultura diversa e inclusiva en nuestro negocio y trabajaremos para que las mujeres ocupen, al menos, el 40% de nuestros puestos directivos.

Ampliaremos nuestra contribución a la sociedad fomentando la participación de nuestros empleados en programas de voluntariado y continuaremos colaborando activamente con las comunidades locales.

Pondremos especial atención en desarrollar programas que ayuden a los más jóvenes a mejorar su empleabilidad, así como las habilidades y la confianza que necesitan para tener éxito.



#### MÁS INFORMACIÓN

- ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD 'AVANZAMOS'.
- NUESTRA RUTA HACIA EL FUTURO

### EL AGUA

SEGUIREMOS ADOPTANDO UNA GESTIÓN RESPONSABLE EN LA UTILIZACIÓN DEL AGUA A LO LARGO DE TODA NUESTRA CADENA DE VALOR.

Protegeremos la sostenibilidad de los recursos hídricos con el fin de preservarlos para futuras generaciones.

Reduciremos el agua que utilizamos en nuestros procesos de fabricación en un 20% y abordaremos el impacto que tiene su uso en nuestra cadena de suministro.<sup>5</sup>

Devolveremos en áreas de estrés hídrico el 100% del agua contenida en nuestras bebidas.



### EL CLIMA

REDUCIREMOS A LA MITAD NUESTRAS EMISIONES DIRECTAS DE CARBONO Y UTILIZAREMOS ELECTRICIDAD 100% RENOVABLE.<sup>6</sup>

Reduciremos las emisiones de gases de efecto invernadero de nuestras operaciones en un 50%.<sup>7</sup>

Reduciremos un 35% las emisiones de gases de efecto invernadero en toda nuestra cadena de valor.

Seguiremos utilizando electricidad proveniente al 100% de fuentes renovables, para 2020.<sup>8</sup>



### LA CADENA DE SUMINISTRO

ADQUIRIREMOS NUESTROS PRINCIPALES INGREDIENTES Y MATERIAS PRIMAS DE MANERA RESPONSABLE Y SOSTENIBLE.

Nos aseguraremos de que el 100% de nuestros principales ingredientes agrícolas y materias primas provengan de recursos sostenibles, para 2020.

Continuaremos incluyendo la sostenibilidad, la ética y los Derechos Humanos en nuestra cadena de suministro.



#### Notas: siendo 2010 el año base y 2025 la fecha objetivo, a menos que se indique lo contrario

- <sup>1</sup> Incluye toda la oferta de bebidas, zumos y agua.
- <sup>2</sup> Total de ventas de Coca-Cola European Partners. No incluye freestyle. Se consideran bebidas bajas en calorías aquellas que contienen <20kcal/100ml y bebidas cero calorías aquellas que contienen <4kcal/100ml.
- <sup>3</sup> En España, ya se cuenta con una alternativa sin azúcar añadido en cada una de las marcas del portafolio.
- <sup>4</sup> Desarrollaremos objetivos específicos en envases más pequeños durante los próximos 12 meses.
- <sup>5</sup> Proporción de uso de agua: litros de agua utilizados en la fabricación por litro de producto producido.
- <sup>6</sup> Siempre que esté disponible.
- <sup>7</sup> El objetivo de reducción de carbono se mantendrá independientemente del crecimiento del negocio. Consideraremos las emisiones derivadas de los procesos de fabricación, los equipos de frío y el transporte.
- <sup>8</sup> Objetivo 2020, ya cumplido en España.

#### COCA-COLA EUROPEAN PARTNERS, RECONOCIDA EN 2018 EN LOS PRINCIPALES ÍNDICES INTERNACIONALES DE SOSTENIBILIDAD



# CIFRAS CLAVE DE PROGRESO EN ESPAÑA

Trabajamos para construir un futuro mejor, para ello, tomamos medidas para ser más sostenibles mediante la gestión responsable de nuestro negocio y de nuestras marcas. Por las personas. Por el planeta.

**17,1%**

Reducción de azúcar por litro en nuestra oferta de bebidas desde 2015.<sup>2</sup>

**55%**

Volumen de ventas proveniente de bebidas bajas en calorías o sin calorías.<sup>2</sup>



**129,2%**

Agua devuelta a la naturaleza respecto a la embotellada, en zonas de estrés hídrico.<sup>3</sup>

**113,5%**

Agua devuelta a la naturaleza respecto a la embotellada en España.

**11,9%**

Reducción de la ratio de uso de agua.<sup>4</sup>

**99,6%**

Envases reciclables.<sup>1</sup>

**20,5%**

PET reciclado en botellas.

**97,1%**

Residuos valorizados en 2018.

**37%** **26,8%**

Coca-Cola Iberia Coca-Cola European Partners Iberia

Puestos de dirección ocupados por mujeres.

**13.534**

Número de jóvenes y mujeres beneficiados por los programas GIRA Jóvenes y GIRA Mujeres desde 2012.



**100%**

de los proveedores se adhieren al Código de Conducta de Proveedores.

**44,8%**

Emisiones GEI reducidas en nuestras operaciones desde 2010.

**0,38 MJ/L**

Ratio de energía por litro de producto fabricado.

**100%**

Electricidad proveniente de fuentes renovables.

<sup>1</sup> Envase final en manos del consumidor (envase RTD). Reciclabilidad: criterios basados en el mercado específico de evaluaciones de reciclabilidad.

Bebidas bajo en calorías: <20kcal / 100ml. Bebidas cero calorías: <4kcal / 100ml.

<sup>2</sup> Ventas totales de Coca-Cola European Partners. No incluye café, alcohol, cerveza o freestyle.

<sup>3</sup> Calculado en volumen de producción de Coca-Cola European Partners basado en áreas de estrés hídrico.

según lo determinado por el análisis WRI /Aquaduct, y los volúmenes de agua total se reponen.

<sup>4</sup> Relación de uso de agua: litros de agua por litro del producto final producido. Periodo 2010-2018.



# ESCUCHAMOS A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Mantenemos un contacto regular con nuestros grupos de interés para conocer sus puntos de vista y construir relaciones a largo plazo que nos permitan amplificar nuestro impacto positivo en la sociedad e identificar nuevos retos alineados con sus expectativas.



# ACTUAMOS CON INTEGRIDAD

Cumplimos con nuestra obligación como empresas de ser transparentes, éticas y responsables en todo lo que hacemos.



## GOBIERNO CORPORATIVO DE COCA-COLA IBERIA

### Comité de Dirección (2018)

De izquierda a derecha:

De pie

**Pedro Fernández**, S&I Director Iberia; **Lucía Lobato**, Iberia Counsel; **José Luis Ramos**, Finance Director Iberia; **José Núñez**, Technical Director.

Sentados

**Pelayo Bezanilla**, Iberia Public Affairs, Communication & Sustainability Director; **Juan Ignacio de Elizalde**, Iberia Franchise General Manager; **José Carlos Cruz**, Franchise Operations & Portugal Director; **Esther Morillas**, Marketing Director Iberia y **Marta Muñoz**, HR SBP Iberia.



## GOBIERNO CORPORATIVO DE COCA-COLA EUROPEAN PARTNERS IBERIA

### Comité de Dirección (2018)

De izquierda a derecha:

**Andrés Curbelo**, Business Executive Support; **Marc Andreu**, Director, IMO Transformation Iberia Business Unit; **Marta Sempere**, VP, HR Iberia Business Unit; **Francesc Cosano**, Director General; **Pedro Vinhas**, VP, Supply Chain Iberia Business Unit; **Isabela Pérez**, VP, Legal Iberia BU & Integration and Development; **Ferran Gall**, Director Comercial; **Ana Callol**, VP, PACS Iberia Business Unit; **Albert Pérez**, VP, Finance Iberia Business Unit; **David Marimón**, Director, IT Iberia Business Unit y **Rui Serpa**, Country Manager-Portugal.

### Pautas de Gobierno Corporativo

The Coca-Cola Company está comprometida con el Buen Gobierno Corporativo y por ello mantiene un sistema de normas y prácticas tendentes a garantizar que la estructura de poder y decisiones de la empresa velan por los legítimos intereses de todos nuestros grupos de interés, protegiendo simultáneamente nuestra eficiencia y rentabilidad a largo plazo.

Por ello, el Consejo de Administración Global ha establecido las *Pautas de Gobierno Corporativo* que proporcionan un marco para el gobierno efectivo de la compañía, estableciendo principios y prácticas sólidas con el objetivo de fomentar una cultura fuerte, innovadora y colaborativa comprometida con el comportamiento ético, la responsabilidad y la transparencia.

Es responsabilidad del Consejo revisar y actualizar periódicamente las Pautas y otros materiales como el *Certificado de Constitución y Estatutos*, la constitución de los distintos Comités del Consejo o el *Código de Ética y Conducta*.

### Gobierno de la Responsabilidad Corporativa

El Consejo global de Asuntos Públicos y Reputación Corporativa es el

encargado de gestionar el Gobierno de la Responsabilidad Corporativa, así como identificar los riesgos y las oportunidades en nuestros negocios y comunidades para recomendar estrategias para abordar estos desafíos. Se trata de un grupo interfuncional de altos directivos de Coca-Cola y sus socios embotelladores de todo el mundo.

### Ética y Cumplimiento

El centro de nuestro programa de ética y cumplimiento normativo es nuestro *Código de Conducta*, un modelo que guía una actuación íntegra, correcta y honesta para todas las personas que forman parte de Coca-Cola y para nuestros socios.

Además, Coca-Cola ha establecido otros mecanismos para fomentar el comportamiento ético en toda su cadena de valor como el *Programa Anti-corrupción*, el *Código Ético para no empleados* o los *Principios Rectores para Proveedores*.

Para garantizar el cumplimiento de estas normas, cada operación cuenta con la figura del Local Ethics Officer (LEO), encargado de garantizar el cumplimiento normativo y servir de enlace entre el *Código Ético* y todos los empleados.

### Canal de denuncias

*EthicsLine*, el canal ético de Coca-Cola, está disponible por vía web o telefónica para que las personas de todo el mundo hagan preguntas y denuncien posibles infracciones. Este servicio está activo las 24 horas del día, los siete días de la semana, con traductores disponibles.

Adicionalmente, se ofrece a los empleados de Coca-Cola Iberia un canal de denuncias locales para que tengan la posibilidad de iniciar el procedimiento de una forma más cercana.

### Derechos Humanos

El respeto por los Derechos Humanos es un valor fundamental para Coca-Cola. Luchamos por respetar y fomentar los Derechos Humanos en conformidad con los *Principios Rectores de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos* en nuestras relaciones con empleados, proveedores y embotelladores independientes.

Nuestro objetivo es incrementar la aplicación de los Derechos Humanos dentro de las comunidades en las que operamos, para lo que contamos con una Política de Derechos Humanos, que se hace extensible a nuestros socios a través de nuestros *Principios Rectores para Proveedores*.

### 'Código de Conducta' en nuestros negocios

Nuestro *Código de Conducta* garantiza que actuemos con integridad y responsabilidad en todas nuestras relaciones comerciales, cumpliendo todas las leyes, regulaciones y políticas aplicables. Esperamos que todos los empleados que trabajan en Coca-Cola European Partners se adhieran a este Código y que todos los terceros que trabajen en nuestro nombre actúen de manera ética y consistente con él.

En 2017, el Consejo de Administración aprobó un nuevo Código de Conducta de Coca-Cola European Partners. En su normativa aborda acciones para la protección contra el soborno, protección de datos, regulación ambiental y gestión de regalos y entretenimiento. Se alinea con el *Pacto Mundial de las Naciones Unidas*, la *Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero* de Estados Unidos, la *Ley de Soborno del Reino Unido*, los códigos de Gobierno Corporativo del Reino Unido de 2016 y 2018, el *Reglamento General de Protección de Datos* de la UE, los Códigos Penales de España y Portugal y Sapin II.

A partir del 31 de diciembre de 2018, el nuevo Código de Conducta entró en vigor en todos los territorios en los que operamos, así como en nuestro centro de servicio compartido en Bulgaria. Todos los empleados deben de realizar

una capacitación sobre el mismo, y es parte del proceso de formación para los nuevos empleados. También se proporciona formación sobre temas relacionados con roles específicos cuando sea necesario. Todos los gerentes de personas reciben una guía de Código de Conducta que aborda sus responsabilidades. Esto incluye una matriz para ayudar con la toma de decisiones y orientación en situaciones como la intimidación y el acoso.

Nuestras buenas prácticas en la materia nos han hecho estar exentos de infracciones del Código de Conducta en 2018. La tipología de estas infracciones se pueden encontrar en nuestro *Informe Integrado de 2018*.

### Prevención del soborno y la corrupción

Todas las formas de soborno y corrupción en el sector público y privado están prohibidas. Nuestro Código de Conducta establece los principios y estándares para prevenir el soborno y la corrupción, así como para evitar conflictos de intereses. También proporciona orientación sobre el intercambio de regalos y entretenimiento.

### Comité del Código de Conducta

Las investigaciones de posibles infracciones de nuestro Código de Conducta son supervisadas en cada

unidad de negocio por el comité local de Código de Conducta, presidido por el vicepresidente de Asuntos Legales de la unidad de negocio.

Todas las denuncias de violaciones del Código y las acciones correctivas son supervisadas por el Comité de Código de Conducta del Grupo, que es un subcomité del Comité de Riesgo y Cumplimiento del Grupo y está presidido por el Director de Cumplimiento.

El Comité de Código de Conducta del Grupo también:

- Asegura que todos los casos reportados hayan sido registrados, investigados y alcanzado una conclusión
- Evalúa tendencias
- Asegura la aplicación del Código de Conducta en Coca-Cola European Partners.

En línea con lo establecido por el *Código Penal* español, la unidad de negocio de Iberia cuenta con un comité de ética formado por miembros del equipo de dirección. Este comité es responsable de todas las actividades de ética y cumplimiento, incluida la supervisión del modelo local de prevención del delito. Reporta al Consejo de Administración de Coca-Cola European Partners Iberia y al Chief Compliance Officer del Grupo.

# ACTUAMOS SOBRE NUESTRAS BEBIDAS

Los gustos de los consumidores están cambiando y evolucionamos nuestra oferta de bebidas para ofrecer a los consumidores diferentes opciones y que puedan tomar decisiones más informadas.

## Nuestras acciones

A medida que cambian los gustos y los estilos de vida, los consumidores demandan una variedad más amplia de bebidas, incluidas las bajas en o sin calorías. En línea con esta petición, estamos trabajando para reducir la cantidad de azúcar presente en nuestras bebidas, modificando su composición. También estamos ampliando continuamente nuestra oferta de bebidas para incluir opciones más bajas en o sin calorías. Nuestro compromiso ha sido que para 2025 el 50% de nuestras ventas provengan de bebidas bajas en o sin calorías.

Estamos facilitando que los consumidores reduzcan la ingesta de azúcar proporcionándoles información directa sobre el producto, así como haciendo que nuestras bebidas estén fácilmente disponibles en envases más pequeños.

Nos aseguramos de que nuestras prácticas comerciales y marketing estén en línea con las expectativas de nuestros grupos de interés y seguiremos sin realizar publicidad para menores de 12 años.

## Nuestro progreso en España

### Reducción de azúcar

Entre 2015 y 2018 hemos reducido el azúcar por litro de nuestras bebidas en un 17,1%, y un 47% desde el año 2000.

En 2018, ya hemos conseguido cumplir uno de nuestros compromisos para 2025: que el 50% de nuestras bebidas sean bajas en o sin calorías, puesto que en España este porcentaje ya supone el 55%.

En el período 2010-2018, hemos modificado la composición de 16 productos para reducir su azúcar. En este sentido, tenemos previsto continuar incrementando la inversión en marketing para aumentar el conocimiento de los consumidores sobre nuestra gama de opciones con poca o ninguna azúcar. Además, el porcentaje de nuestro volumen total de refrescos vendidos en envases de 250 ml o menos alcanzó el 10,2%.

En 2018, hemos continuado expandiendo nuestra oferta de bebidas, teniendo ya en el mercado español 125 referencias bajas en o sin calorías, y ofreciendo nuevos productos a los consumidores. Esto ha supuesto expandir nuestra oferta con más opciones de cero azúcar añadido con el lanzamiento en España de AdeS, Honest, Appletiser, Glacéau smartwater y Capri-sun.

## Más información directa del producto

Para ayudar a los consumidores a tomar una decisión informada sobre sus bebidas, también proporcionamos información nutricional en las etiquetas de todos nuestros envases.

Nuestras etiquetas incorporan información nutricional de forma generalizada desde 2004. En este momento, y acorde a la legislación vigente, incluyen datos de energía (kilocalorías) y macronutrientes. Además de otra información nutricional voluntaria como su contribución a la ingesta de referencia.



**43%**

Venta de bebidas de las variedades sin azúcar de la marca Coca-Cola

**17,1%**

Reducción de azúcar por litro de producto en nuestra oferta, desde 2015.\*

**55%**

Venta de bebidas de productos que son 'sin' o 'bajo en calorías' (menos de 20 calorías por 100 ml).

\* Incluye energéticas.



## LIDERANDO EL CAMBIO EN EL MERCADO

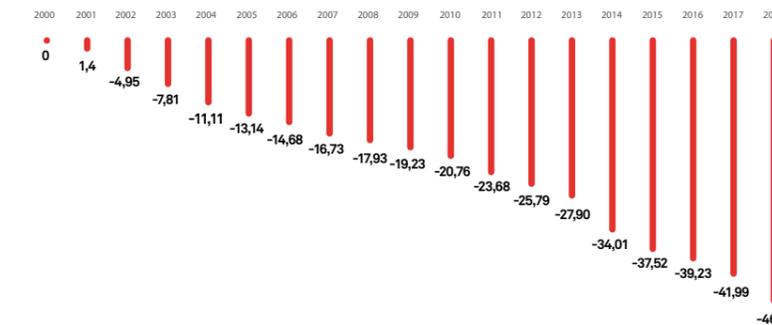
Reformulamos y desarrollamos innovaciones para reducir el contenido de azúcar añadido de nuestra oferta de bebidas. Como compañías líderes en el sector, estamos evolucionando para responder a los gustos y necesidades de los consumidores mediante nuevas opciones de bebidas que ofrezcan una alternativa para cada ocasión, apostando por nuevos ingredientes, sabores y formatos de envases.



## OFRECEMOS UNA OPCIÓN ' SIN AZÚCAR ' EN CADA UNA DE ESTAS MARGAS



## REDUCCIÓN DEL CONTENIDO DE AZÚCARES EN NUESTRAS BEBIDAS



Respondemos a los ODS #3 y #17, que buscan reducir las enfermedades no transmisibles y promover la salud y el bienestar (3.4); mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible (17.16) y promover alianzas eficaces en la esfera público-privada y de la sociedad civil (17.17).

Más de **30** años ofreciendo bebidas sin azúcar añadido.

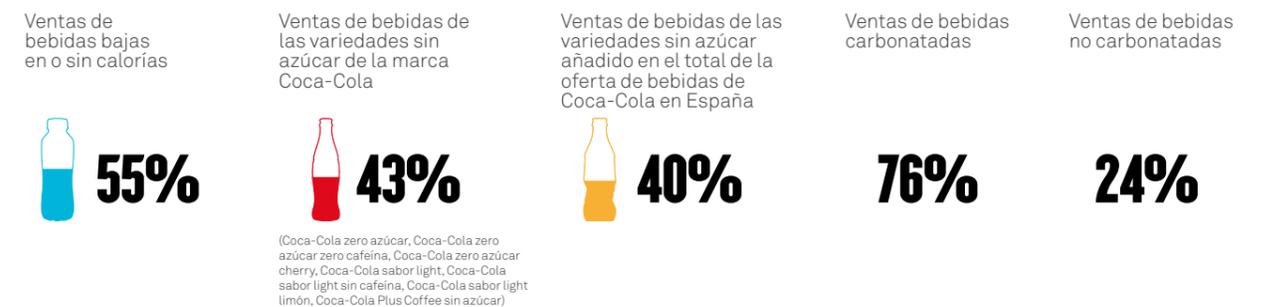
**125** Referencias de productos sin azúcar añadido, light/ligero o 'cero' en todas nuestras categorías de bebidas.

Hemos conseguido un descenso del contenido de azúcar por litro en el total de ventas de Coca-Cola en España de un **47%** en los últimos 18 años.\*

\*Basado en datos Compass, diciembre 2018.

## VENTAS DE LAS BEBIDAS SIN AZÚCAR AÑADIDO DE COCA-COLA EN ESPAÑA

Ventas totales diciembre 2018



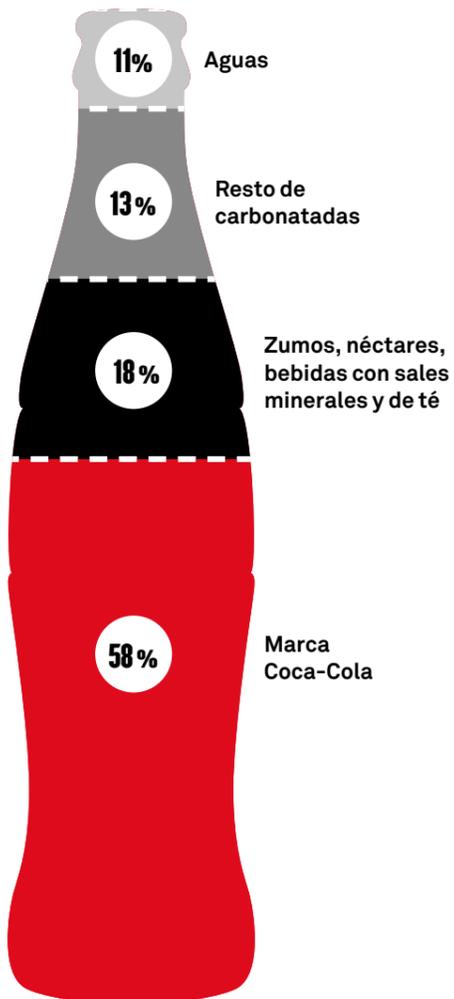
# NUESTRA OFERTA DE BEBIDAS

Trabajamos con nuestros grupos de interés del área de la salud, nutrición, dietética, etc., para poner a disposición del consumidor opciones con menos azúcar o sin azúcar. Como compañía total de bebidas, ampliamos nuestra oferta de bebidas con la incorporación de bebidas vegetales y de té y café ecológicas.

LA GAMA DE BEBIDAS DE COCA-COLA OFRECE MÁS DE 110 PRODUCTOS Y MÁS DE 280 REFERENCIAS EN ESPAÑA



## OFERTA DE BEBIDAS 2018



### Bebidas con gas



### Bebidas sin gas



### Bebidas vegetales



### Bebidas ecológicas



### Aguas



### Zumos y néctares de fruta



### Zumos\*



### Energéticas\*



\* Marcas distribuidas por Coca-Cola European Partners en Iberia. No pertenecen a las marcas propiedad de The Coca-Cola Company.

## COCA-COLA ENTRA, POR PRIMERA VEZ EN ESPAÑA, EN EL MERCADO DE BEBIDAS DE TÉ Y CAFÉ ECOLÓGICAS Y VEGETALES

Coca-Cola en España ha hecho historia dentro del Sistema Coca-Cola al ser el primer país europeo que pone en el mercado la gama de bebidas vegetales AdeS, y el primero en el mundo en comercializar las bebidas de té y cafés ecológicos listos para tomar, Honest. El objetivo es liderar la transformación del negocio, con el consumidor en el centro de la estrategia, con una oferta de bebidas pensada para satisfacer a cada individuo en cada ocasión.

A estas dos marcas se une también la comercialización en toda España del zumo de manzana con burbuja fina Appletiser y el lanzamiento del agua Glacéau smartwater.

Con Honest y AdeS, Coca-Cola se propone tener en el mercado español una situación relevante en una gama de bebidas que crece a un ritmo del 8%. Para ello, se han marcado el objetivo de ampliar en 1.000 sus puntos de venta, llegando a canales como gasolineras, tiendas de conveniencia, máquinas de vending, etcétera.



MÁS INFORMACIÓN LANZAMIENTO DE NUEVAS MARCAS



### Innovación, la clave de nuestra estrategia

La innovación juega un papel fundamental para nosotros, no solo en el desarrollo de nuevos productos sino como clave de nuestra estrategia y evolución. Entre las innovaciones en el mercado español destaca la extensión de nuestra estrategia de marca única a Fanta y Aquarius, y su consolidación en la marca Coca-Cola, mediante el cambio de diseño de envases que se ha hecho extensible a todas sus variedades. Se trata de un cambio en el mercado dentro de la estrategia *Nuestra Ruta hacia el Futuro* en la que el consumidor se sitúa en el centro para ofrecerle más opciones de bebidas, información más clara y detallada de cada producto, así como innovaciones en nuevas bebidas, diseños y formatos de envases.

Honest llega con una gama de bebidas de tés y cafés listos para consumir, en seis variedades. Todas ellas con certificación ecológica, sin conservantes ni colorantes y con un menor contenido de azúcar de caña.

En el caso de las de té, se presenta en formato de 375 ml en envases 100% reciclables fabricados con hasta un 30% de material vegetal. Las bebidas de café se presentan en formato de 270 ml, elaborados con ingredientes ecológicos y con un 40% menos de azúcar.

La gama de bebidas vegetales AdeS, con ocho variedades, está compuesta por una selección de almendra, avena, soja, coco o arroz. alguna de estas variedades mezcla la bebida de semillas con zumos de frutas. Glacéau smartwater es un agua de manantial vaporizada y destilada con electrolitos añadidos. Se comercializa en envases de 600 ml PlantBottle™, primer plástico PET totalmente reciclable fabricado parcialmente a partir de plantas.

Appletiser es 100% zumo de manzana ligeramente carbonatado. Hasta ahora, solo se comercializaba en Canarias.



# ACTUAMOS SOBRE NUESTROS ENVASES

Los envases juegan un papel esencial en el mantenimiento de la calidad y seguridad de nuestras bebidas. Estamos tomando medidas para conseguir cuanto antes nuestro objetivo: recoger el 100% de nuestros envases para que ninguno de ellos termine como residuo, especialmente en los océanos.

## Nuestras acciones

Estamos comprometidos con liderar el camino hacia una economía circular donde el 100% de nuestros envases se recoja para ser reutilizado o reciclado.

En Coca-Cola creemos que todos los tipos de envases tienen su función y beneficios y, si se gestionan adecuadamente, pueden convertirse en recursos valiosos para su reutilización. Apostamos por una gestión integral en materia de envases que va desde la innovación en el diseño para hacerlos más sostenibles hasta la recogida de los mismos.

En esa línea, trabajamos con nuestros proveedores de envases para minimizar su impacto en el medio ambiente, diseñándolos para reducir su peso y aumentar su composición de material reciclable y renovable.

Trabajamos para generar cultura y conciencia del reciclaje apoyándonos en el alto grado de reconocimiento y llegada de nuestras marcas, y colaboramos con clientes locales, Administraciones Públicas y otros grupos de interés para mejorar las tasas de recogida y reciclaje.

## Nuestro progreso en España

### Envases reciclables o reutilizables

Existe una creciente preocupación de la opinión pública sobre los residuos plásticos. En 2018, la Comisión Europea propuso nuevas reglas que restringen la utilización de plásticos de un solo uso, que representan alrededor de la mitad de toda la basura marina en Europa<sup>1</sup>.

En España, el 99,6% de nuestros envases ya es reciclable o reutilizable. Esto significa que si los recogemos y hacemos una correcta gestión de los mismos, podremos reciclarlos en un nuevo envase o para otros fines.

En lo referente a envases de PET, en Coca-Cola nos comprometemos a garantizar que en 2025 al menos el 50% del material que usamos para fabricar nuestras botellas de PET provenga de PET reciclado (rPET). En 2018, y en consonancia con los avances tecnológicos, hemos conseguido que el 20,5% del PET que utilizamos sea rPET.

También continuamos invirtiendo en el reprocesamiento de plásticos para garantizar un suministro adecuado de rPET de alta calidad.

<sup>1</sup> Fuente: [http://ec.europa.eu/environment/waste/plastic\\_waste](http://ec.europa.eu/environment/waste/plastic_waste).

En cuanto a los envases de vidrio, en 2018 ya es reutilizable el 91% de ellos.

Para fomentar tanto el reciclaje como las tasas de recuperación, mantenemos una estrecha relación con los Sistemas Integrados de Gestión de Envases.

### Hacia nuestro objetivo de recoger el 100% de los envases

Para 2025, nos hemos propuesto recoger el equivalente al 100% de los envases que ponemos en el mercado.

En España, con los clientes del canal Horeca (Hostelería y Restauración), fomentamos el uso del envase de vidrio rellenable, que es completamente reciclable -sin límite de veces- y muy resistente. La principal particularidad de estas botellas es que, una vez utilizadas, se recogen en el establecimiento hostelero y vuelven a las plantas de envasado. Allí se lavan con detergente y agua a altas temperaturas y pasan una inspección electrónica antes de volver a rellenarse.

Un mismo envase se puede utilizar una media de 25 veces, tras las cuales la botella es conducida a una planta de reciclado para que vuelva a formar parte de otro objeto de vidrio.



**20,5%**  
rPET en nuestras botellas de PET.

**99,6%**  
Envases reciclables y/o reutilizables.



## PLANTBOTTLE™: ECODISEÑO E INNOVACIÓN

Nuestra meta es liderar la innovación en envases sostenibles, incluyendo materiales renovables.

En esta línea, estamos aplicando criterios ambientales en el diseño y uso de envases, así como en la selección de material para uso promocional.

En la apuesta por el ecodiseño y la innovación, en 2018, los nuevos lanzamientos como Honest, AdeS o Smartwater incorporan en sus envases un material de origen vegetal que denominamos *PlantBottle™*. Se trata de un tipo de botella 100% reciclable hecha hasta en un 30% de bioplástico, material proveniente de un subproducto del procesado de la caña de azúcar que no puede ser utilizado para alimentación.

Su fabricación contribuye a reducir el uso de materias primas de origen fósil y tiene una huella de carbono aproximadamente de un 12% menor que la del resto de botellas de PET.

En el caso del plástico PET, Coca-Cola en España no utiliza mezclas de diferentes plásticos ni multicapas, ni tampoco emplea colores oscuros ni botellas opacas. Estas medidas contribuyen a facilitar el reciclaje, de modo que cualquier botella pueda ser procesada fácilmente en una planta de tratamiento de PET en España.

**MÁS INFORMACIÓN**  
TECNOLOGIA EN LOS NUEVOS ENVASES

## ALIGERAMIENTO DE ENVASES

También trabajamos en el aligeramiento de nuestros envases, consiguiendo así reducir el uso de materia prima. Por ejemplo, la botella *contour* que en sus inicios pesaba 372 gramos, pasó a los 309 gramos en el año 2000 (con la botella de 200 ml), y de estos, a los 245 gramos de la actualidad, con 37 ml más de capacidad. Es decir, un 18% más de producto con un 21% menos de peso.

Este hecho también se ha tenido en cuenta en el desarrollo de la botella de Fanta *Slider* (21% más ligera y con un 18% más de capacidad) y de la botella de vidrio de Coca-Cola de un litro.

En el caso de las latas, en la actualidad son un 60% más ligeras que hace 30 años.

## REDUCCIÓN DEL 'PACKAGING' SECUNDARIO



Llevamos años trabajando en reducir materiales, como el *packaging* secundario. De hecho, existe un proyecto en curso para reducir

progresivamente el uso del Hi-Cone (agrupadores de latas) hasta su total eliminación en las referencias que técnicamente lo permitan.

En España, tras analizar y priorizar dentro de la oferta de bebidas la eliminación del Hi-Cone en aquellos canales en los que este agrupador no ofrece un valor añadido para nuestro consumidor, está siendo retirado en referencias de PET 500 ml y de latas de 330 ml tanto de Coca-Cola como de otras marcas como Fanta y Sprite.

En el proyecto participan diferentes departamentos de la cadena de suministro y cuenta con una inversión de seis millones de euros para la adaptación de ocho líneas en las plantas en Iberia, con nuevas tecnologías que son, además, más eficientes en el consumo de energía.

Nuestro objetivo para 2019 es eliminar el 43% del Hi-Cone usado, de forma que logremos que el 88% de nuestro volumen de venta llegue al mercado sin Hi-Cone.

**MÁS INFORMACIÓN**  
CÓMO REDUCIMOS LOS AGRUPADORES DE PLÁSTICO



### 'MARES CIRCULARES': LIMPIEZA, RECICLAJE, SENSIBILIZACIÓN Y ECONOMÍA CIRCULAR PARA PRESERVAR ENTORNOS ACUÁTICOS

En mayo de 2018, Coca-Cola en España –como parte de su compromiso ambiental en materia de envases– ponía en marcha el proyecto *Mares Circulares* para abordar el problema de los residuos marinos de forma transversal, sobre la base de la economía circular y con todos los actores implicados.

*Mares Circulares*, proyecto cofinanciado por The Coca-Cola Foundation, es un ambicioso programa, de carácter integral, que contempla tres tipos de acciones: intervención y voluntariado, sensibilización y formación y estudios científicos.

Su puesta en marcha y desarrollo no habría sido posible sin la ayuda del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Secretaría de Pesca, Asociación Chelonia, Asociación Vertidos Cero y Fundación Ecomar; así como la colaboración civil y ciudadana a través de más de 170 organismos públicos y privados entre ayuntamientos, ONG, universidades y asociaciones. En el proyecto se han involucrado también 5.314 voluntarios.

En 2018, se han recogido más de 584 toneladas de residuos en diversas actuaciones como la intervención en 82 playas y entornos acuáticos, la recogida de residuos de fondos marinos a través de 70 barcos y la colaboración en la conservación de 10 reservas marinas y un espacio natural. Todas estas actuaciones se han llevado a cabo en 270 kilómetros de costa en España y Portugal. Todo el PET recogido se reintegrará en la cadena de valor de Coca-Cola en España.

Se ha impartido formación en materia de reciclaje a más de 18.000 jóvenes y adultos, en 12 de las playas con mayor afluencia del litoral español y portugués, en colegios y ayuntamientos de 23 municipios españoles y portugueses y en cinco fábricas de Coca-Cola.

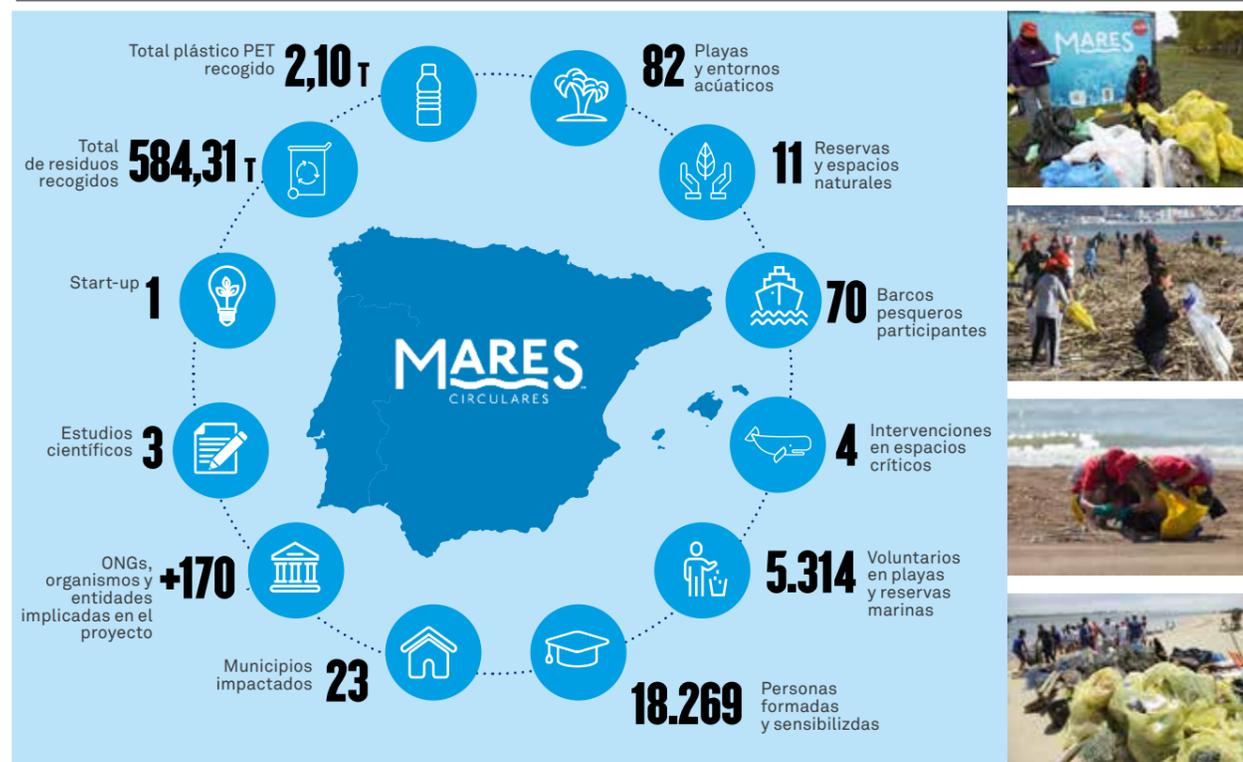
*Mares Circulares* contempla también una vertiente orientada hacia la búsqueda de soluciones y nuevos modelos sobre la base de estudios científicos e iniciativas privadas que promuevan la economía circular. De esta forma, se han impulsado tres estudios científicos con la Universidad de Valencia, la Universidad San Pablo CEU y la Universidad de Cádiz enfocados en los desafíos ambientales que supone la presencia de residuo plástico en océanos y mares.

Además, con la primera convocatoria del *Concurso Mares Circulares*, dotado con 5.000 euros, se ha impulsado una startup que propone soluciones a la problemática de las basuras marinas sobre la base de los principios de la economía circular.

En 2018, resultó ganador PlasticFam, un proyecto presentado por Asociación Biomas, que apuesta por la recogida de residuos en el mar a través de la utilización de la propia naturaleza, en este caso las praderas de fanerógamas marinas de la Bahía de Cádiz, que actúan como barrera natural para los desechos en la costa.

MÁS INFORMACIÓN  
PRIMER AÑO DE 'MARES CIRCULARES'

### 'MARES CIRCULARES', EN CIFRAS (INCLUYE ESPAÑA Y PORTUGAL)



### REDUCCIÓN Y REVALORIZACIÓN: HACIA UN MUNDO SIN RESIDUOS

Dentro de nuestra apuesta por la economía circular, en Coca-Cola llevamos años trabajando para reducir la generación de residuos en nuestros procesos industriales y fomentar su valorización. Para ello, realizamos una labor de segregación y gestión de los mismos, que se entregan a los gestores autorizados por la Administración competente. En la actualidad estamos valorizando el 97,1% de los residuos, con lo que se ha superado el objetivo previsto para 2020.

En el periodo 2010-2018, la reducción de la cantidad de residuos enviados a vertedero ha sido del 85%.



MÁS INFORMACIÓN  
HACIA UN MUNDO SIN RESIDUOS

### 'TU MEJOR JUGADA', UNA INICIATIVA PIONERA POR LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EN EL FÚTBOL

Coca-Cola ha puesto en marcha *Tu mejor jugada*, una iniciativa pionera cuyo objetivo es concienciar a los aficionados al fútbol sobre la importancia del reciclaje de envases, el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad. La iniciativa trata de mejorar la sostenibilidad ambiental instalando contenedores para facilitar el reciclaje de envases en estadios de fútbol.

La prueba piloto de esta acción se puso en marcha en 2018 con el Valencia Club de Fútbol y la Sociedad Deportiva Eibar. Durante todos los partidos que han jugado estos equipos, tanto en Mestalla como en Ipurua, se instalaron contenedores personalizados con elementos icónicos de los clubes, destinados a que los aficionados depositasen los envases de plástico de las botellas de bebidas consumidas en los estadios.

La acción se desarrolló en colaboración con Ecoembes, que se encargó de coordinar el proceso de reciclaje de los envases depositados en los contenedores amarillos colocados en el estadio.



### Juegos del Mediterráneo 2018, un evento sostenible con 'Buen Ambiente'

Coca-Cola estuvo presente en los XVIII Juegos del Mediterráneo, celebrados en junio en Tarragona, a través de una acción destinada a fomentar el reciclaje y la concienciación ambiental entre la gran afluencia de público que asistió al evento, unos 150.000 espectadores.

Las 2.000 botellas de PET, junto con otros envases recogidos por Coca-Cola en la localidad, se han convertido en bancos para la ciudad de Tarragona.

Esta acción ha sido catalogada como *Evento con Buen Ambiente*, según la guía creada por Coca-Cola en España para reconocer los eventos que implementan buenas prácticas ambientales y sociales en los acontecimientos donde está presente, con el objetivo de difundir un modelo responsable entre grupos de interés, empresas implicadas y participantes.

### TAPONES 'POR FAVOR, RECÍCLAME'

En 2018, lanzamos en España nuevos tapones de plástico para todas las botellas PET de marca Coca-Cola, en los que se hace una llamada directa de colaboración al consumidor con la frase "*Por favor, recíclame*", con el objetivo de fomentar el reciclado del envase. También hemos comenzado a informar de la cantidad de PET reciclado contenido en las botellas de algunas de nuestras referencias como en el caso de Coca-Cola o Aquabona.



**97,1%**  
Residuos valorizados en 2018.

**9,09**  
Ratio de generación de residuos por litro de producto fabricado.

# ACTUAMOS EN LA SOCIEDAD

Estamos decididos a ser un agente de cambio positivo en la sociedad promoviendo la diversidad, la inclusión y el desarrollo tanto en nuestros lugares de trabajo como en las comunidades locales en las que operamos.

## NUESTRA GENTE

Nuestro éxito radica en el buen trabajo y la pasión de las personas que trabajan en Coca-Cola. Contamos con un amplio equipo de profesionales con talento a los que ofrecemos un entorno de trabajo seguro y saludable, donde se valora la diversidad y donde las personas tienen la oportunidad de triunfar, tanto personal como profesionalmente.



## COCA-COLA IBERIA

### Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades

La apuesta por la diversidad y el talento femenino son valores clave para Coca-Cola, que le han valido reconocimientos como la inclusión en el Índice Bloomberg de Igualdad de Género 2019. En España, llevamos años desarrollando políticas y programas internos que han permitido que, en 2018, el 37% de los puestos de dirección estén ocupados por mujeres, una ratio muy cercana a nuestro compromiso de alcanzar el 40% en 2025.

Desde la compañía, seguimos avanzando hacia este objetivo con iniciativas como los foros de mujeres directivas en las distintas unidades de negocio de todo el mundo, medidas para facilitar la conciliación personal y profesional o el compromiso #He4She, una iniciativa enmarcada en el ODS #5.

Además, implantamos nuestro *Plan de Igualdad* que establece mecanismos para garantizar la igualdad salarial o la contratación y la promoción en igualdad de condiciones. En este sentido, en 2018, el 50% de las promociones internas correspondieron a mujeres.

También cabe destacar que un 13,5% de la plantilla de Coca-Cola Iberia procede de otras nacionalidades diferentes a la española, aportando una visión complementaria y enriquecedora del negocio.

### Formación y desarrollo del talento

Capacitar y formar a nuestro personal es fundamental para ofrecer un completo desarrollo personal y profesional, así como para reclutar y mantener el mejor talento dentro de la empresa.

En 2018, el 63% de la plantilla de Coca-Cola Iberia ha participado en procesos formativos y hemos aumentado la inversión en esta materia: el total de horas por empleado ha ascendido hasta las 20,5.

### Seguridad y salud laboral

Trabajamos para proporcionar y mantener un lugar de trabajo seguro, saludable y productivo, en colaboración con nuestros empleados.

Por ello, desarrollamos iniciativas encaminadas a identificar y tratar los riesgos de accidentes, lesiones e impactos sobre la salud, como el estudio ergonómico de los puestos de trabajo o el fomento de un estilo de vida activo y saludable.

### Voluntariado corporativo

Nuestra nueva política de voluntariado permite que todos nuestros empleados puedan dedicar hasta dos días laborales pagados al año para actividades de voluntariado corporativo.

En 2018, se realizaron más de 500 horas de voluntariado corporativo, en las que participaron más de 60 personas, de las que 30 eran empleados de Coca-Cola Iberia y el resto familiares y amigos de nuestros trabajadores.



## COCA-COLA EUROPEAN PARTNERS IBERIA

### Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades

Estamos comprometidos a construir una plantilla diversa y a fomentar una cultura inclusiva. Para nosotros, esta es una prioridad estratégica.

En 2018, hemos seguido avanzando hacia nuestro objetivo de que al menos el 40% de nuestros puestos directivos estén ocupados por mujeres para 2025.

En España, uno de los logros más relevantes en esta materia ha sido el incremento del número de mujeres en cargos de gestión, alcanzando en 2018 el 26,8%, cuatro puntos superior al del año anterior. La mayor parte de este avance se debe a la creación en 2018 del Consejo de Diversidad e Inclusión que ha reflejado el nivel de compromiso de la alta dirección para lograr este objetivo.

En 2018, Coca-Cola European Partners Iberia recibió el premio Intra Top Diversity Award, que reconoce su innovación y compromiso con la diversidad de género.

También nos proponemos ser un empleador que ofrezca igualdad de oportunidades, por lo que tomamos decisiones en este sentido a la hora de reclutar talento, promocionar y capacitar personas basadas en la capacidad individual, logros, experiencia y conducta.

### Formación y desarrollo del talento

En 2018, hemos iniciado varios proyectos para desarrollar el talento de nuestros empleados en todos los niveles de la organización. Entre ellos destacan:

- Implementación de la plataforma de formación *online* abierta a toda la plantilla para facilitar el desarrollo profesional y la adquisición de competencias y capacidades.
- Despliegue de una nueva herramienta de *feedback* para los primeros niveles dentro de la organización.



Respondemos a los ODS #4, #5, #8, #10, #11 y #17, que buscan asegurar que todas las niñas y los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria (4.1); aumentar el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias para el empleo (4.4); promover la responsabilidad compartida en el hogar y la familia (5.4); asegurar la participación y la igualdad de oportunidades de liderazgo de las mujeres (5.5); lograr el empleo pleno y productivo para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes (8.5); reducir la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios (8.6); proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro (8.8); potenciar la inclusión social y económica de todas las personas (10.2); apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales (11.a); mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible (17.16) y promover alianzas eficaces en la esfera público-privada y de la sociedad civil (17.17).



- Despliegue del nuevo modelo de cultura corporativa y las cinco maneras de trabajar que definen nuestra identidad corporativa.

### Seguridad y salud laboral

Nos comprometemos a proporcionar a nuestros empleados un entorno de trabajo seguro y saludable que proteja su bienestar mental y físico. Para apoyar este objetivo, tenemos un programa sólido de salud y seguridad que apunta a reducir nuestro nivel de incidentes laborales a cero.

### Voluntariado corporativo

En 2018, lanzamos una nueva política de voluntariado que facilita a todos nuestros empleados dedicar hasta dos días laborales pagados al año para actividades de voluntariado corporativo. En 2018, nuestros empleados en España realizaron en 2.310 horas de voluntariado corporativo.

Esta iniciativa ha sido reconocida en la XXª edición de los Premios CODESPA que han distinguido los proyectos *Leader Coach* y *Speed Dating*, que se desarrollan con participantes del programa GIRA Jóvenes.



## NUESTRO COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Nos sentimos profundamente comprometidos con el apoyo a las comunidades locales en las que operamos. Ponemos especial atención en desarrollar programas que ayuden a mejorar la capacitación personal y profesional de jóvenes y mujeres. En materia de acción social desarrollamos diferentes iniciativas en colaboración con organizaciones como Cruz Roja, Fundación Mujeres, Alma Natura, Fundación ONCE y Banco de Alimentos, entre otras.

**MÁS INFORMACIÓN**  
EL COMPROMISO DE COCA-COLA  
CON LA SOCIEDAD

### GIRA JÓVENES. APOYAMOS SU CAPACITACIÓN PERSONAL Y PROFESIONAL

En 2018, hemos seguido impulsando GIRA Jóvenes, un proyecto para mejorar la capacitación personal y profesional de jóvenes de entre 16 y 22 años en situación de vulnerabilidad.

El programa se desarrolla en Madrid, Barcelona y Sevilla y, desde su lanzamiento en 2012, ha proporcionado capacitación y tutoría a 4.246 jóvenes, más de 300.000 horas de formación y 570 experiencias laborales (2015-2018). Como resultado, entre los participantes de 2018, el 73% ha retomado sus estudios, el 89% ha mejorado su empleabilidad y el 27% ha encontrado un empleo.

GIRA Jóvenes cuenta con 10 entidades colaboradoras especializadas en impulsar la empleabilidad juvenil que son el motor del proyecto: Cruz Roja, Fundación ONCE (a través de Asociación Inserta Innovación), Fundación Secretariado Gitano, La Rueca Asociación, Fundación EXIT, Asociación Norte Joven, Opción 3, Asociación Pinardi, Fundación Proyecto Don Bosco y Fundación Tomillo.



### Leader Coach: voluntarios para motivar a los jóvenes en su futuro profesional

Dentro de las acciones de voluntariado interno, en 2018 hemos lanzado el programa *Leader Coach*, con el objetivo de afianzar el compromiso de los empleados con la compañía, fomentando experiencias que les permitan conocer e interiorizar nuestros valores. Empleados de Coca-Cola European Partners Iberia han participado en este programa acompañando a jóvenes para motivarlos en su carrera profesional. El proyecto se ha desarrollado durante dos meses con la colaboración de Fundación EXIT, que trabaja por la inserción laboral de jóvenes en situación de vulnerabilidad y su retorno al sistema educativo a través de proyectos formativos innovadores.

*Leader Coach* ha tenido lugar en las provincias donde se desarrolla GIRA Jóvenes: Madrid, Barcelona y Sevilla. En total han participado en el proyecto 30 voluntarios y 30 jóvenes, que han trabajado en pareja a lo largo de seis sesiones.

### GIRA MUJERES, FOMENTAMOS EL TALENTO FEMENINO

En 2018, seguimos apoyando el programa GIRA Mujeres, que está cofinanciado por The Coca-Cola Foundation y forma parte de la iniciativa global *5by20* de The Coca-Cola Company, para favorecer la capacitación de cinco millones de mujeres en todo el mundo, hasta 2020.

GIRA Mujeres es una oportunidad para fomentar el talento y las capacidades de trabajo de las mujeres a través de un programa de entrenamiento diseñado para proporcionarles conocimientos y herramientas que contribuyan a su avance profesional. El proyecto proporciona capacitación personal y profesional, tanto a aquellas mujeres que quieren acceder al mercado laboral y se encuentran en situación de vulnerabilidad como a las que desean hacer realidad una idea de negocio vinculada con el sector de la alimentación y las bebidas.

GIRA Mujeres cuenta con tres itinerarios: *Trazando un nuevo camino*, para la mejora de la empleabilidad; *Viaje al Emprendimiento*, para mujeres que quieren emprender pero aún no han definido su idea de negocio, y *GIRA Mujeres Weekend*, una formación intensiva para aquellas emprendedoras que tienen definida su idea de negocio o incluso ya han emprendido.

En las dos ediciones del programa (2016-2017 y 2017-2018) han participado 9.288 mujeres, de 116 ciudades y 262 pueblos de toda España.

El programa GIRA Mujeres cuenta con la colaboración de entidades expertas en empoderamiento femenino: Cruz Roja, Fundación Mujeres, Alma Natura, Dona Activa e Impact Hub.



### GIRA MUJERES 2016-2018, EN CIFRAS



**MÁS INFORMACIÓN**  
• GIRA JÓVENES  
• GIRA MUJERES



### GeneradorES: 25 JÓVENES CON IDEAS DE FUTURO PARA ESPAÑA

Con motivo de sus 65 años en España, y como parte de su compromiso con la sociedad, Coca-Cola quiso mostrar de nuevo su confianza en los jóvenes españoles con el novedoso programa GeneradorES, que les da voz para que puedan aportar su talento y participar en la construcción del futuro de España y conectar a la juventud con el mundo educativo, político y empresarial.

Entre el 18 y el 21 de octubre de 2018, 25 jóvenes -de entre 18 y 25 años- que sobresalen en diferentes ámbitos y disciplinas, convivieron durante 65 horas trabajando juntos para generar ideas que den respuesta a cinco grandes retos que figuran entre las principales preocupaciones de los españoles, según diversos estudios y foros nacionales e internacionales, como el Barómetro del CIS, el último informe sobre la juventud en España del Injuve o las conclusiones de la reunión anual 2018 del Foro Económico Mundial.

Además de la igualdad y la inclusión social, los otros desafíos abordados tuvieron que ver con el cambio climático, la política, la educación y los nuevos modelos de negocio.

GeneradorES consiguió unir a un grupo diverso y representativo de la juventud española: 15 chicos y 10 chicas procedentes de todos los rincones de España y de campos tan distintos como la medicina, la ingeniería, la educación, la inteligencia artificial, el diseño o la comunicación.



### 'IMPARABLES', BECAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL ENTRE LOS MAYORES DE 60 AÑOS

Por segundo año consecutivo, Aquarius lanzó en 2018 sus pioneras becas para mayores de 60 años, con el objetivo de apoyar a emprendedores sociales senior de la mano de la experiencia de jóvenes emprendedores.

La iniciativa, denominada *Imparables*, facilita que personas mayores de 60 años puedan convertir proyectos de emprendimiento social en realidad gracias a unas becas muy especiales que cuentan con el apoyo, la colaboración y el respaldo de Ashoka y con el apoyo de la asociación para personas mayores Cincuentopía.

**6,5M€** Contribución total a la inversión en la comunidad en 2018.

### ACERCAMOS LA CULTURA A LOS JÓVENES

Para Coca-Cola la cultura y la educación son dos pilares fundamentales para el desarrollo del país. Apostamos por el talento de los jóvenes con proyectos desarrollados por Fundación Coca-Cola en el ámbito del teatro y la literatura, que les proporcionan las habilidades necesarias para afrontar con más confianza su futuro.

Nuestra apuesta por la promoción de la literatura y el talento juvenil se canaliza a través del *Concurso Jóvenes Talentos-Premio Relato Corto* de Fundación Coca-Cola. Un certamen para alumnos de 2º de la ESO. En su 58ª edición (2018) ha batido récords de participación. En este certamen, desarrollado en castellano, catalán, gallego y euskera, han participado 13.279 estudiantes procedentes de 2.458 colegios de todas las comunidades españolas.

En 2013, creamos los *Premios Buero de Teatro Joven*, en colaboración con el Ministerio de Cultura a través del Instituto Nacional de las Artes Escénicas y la Música (INAEM). Un concurso, dirigido a jóvenes de entre 14 y 21 años, que apuesta por el teatro como herramienta educativa. En su 15ª edición ha reunido a 379 grupos de teatro joven en los que han participado 7.500 jóvenes de toda España.



**MÁS INFORMACIÓN**  
FUNDACIÓN COCA-COLA

### 25 AÑOS DE LA COLECCIÓN COCA-COLA DE ARTE CONTEMPORÁNEO

Desde hace 25 años, Fundación Coca-Cola promociona las artes plásticas con su propia colección de arte contemporáneo, que reúne obras de artistas españoles y portugueses.

En la actualidad, las piezas que integran la colección son 384 de más de 250 artistas, y se engloban dentro de disciplinas artísticas como la escultura, el video-arte, la pintura o la fotografía. La colección está depositada y en exposición permanente en el Centro de Arte Contemporáneo DA2, de Salamanca.

Fundación Coca-Cola participa activamente en la organización de exposiciones, así como en el préstamo de sus fondos a otras instituciones y empresas del mundo del arte, con el objetivo de acercar la cultura a toda la sociedad.

En 2018, la exposición llegó por primera vez a Madrid, en colaboración con el Museo Lázaro Galdiano.



Eugenio Chicano.

**MÁS INFORMACIÓN**  
COLECCIÓN COCA-COLA

# ACTUAMOS SOBRE EL AGUA

El agua es el ingrediente principal de nuestros productos y un elemento esencial para nuestros procesos de fabricación. Para asegurar un suministro sostenible de agua, seguimos trabajando para reducir la cantidad que utilizamos en nuestras operaciones y preservar las fuentes locales para las generaciones futuras.

## Nuestras acciones

En muchos de nuestros territorios, los recursos hídricos se ven afectados por la sobreexplotación, la gestión deficiente del agua y los impactos del cambio climático. La escasez de agua y el deterioro de su calidad en nuestra cadena de suministro se han convertido en una preocupación importante para nuestro negocio. Alrededor del 80% de la huella hídrica total de nuestros productos proviene de nuestra cadena de suministro agrícola, incluida la remolacha azucarera, que se cultiva en Europa Occidental, o los zumos de fruta que obtenemos de todo el mundo.

En Coca-Cola estamos comprometidos, desde hace mucho tiempo, en tratar el agua con respeto, minimizar nuestro impacto sobre ella y gestionarla de manera sostenible. Nuestro objetivo es reducir el agua que utilizamos en nuestras operaciones de fabricación un 20% para 2025, así como abordar los impactos dentro de nuestra cadena de suministro. También asumimos el compromiso de reponer el 100% del agua que contienen nuestras bebidas, especialmente en áreas de estrés hídrico, como es el caso de la Península Ibérica.

## Nuestro progreso en España

### Protegemos nuestras fuentes de agua

Para proteger nuestras fuentes de agua, nuestras fábricas realizan evaluaciones de su vulnerabilidad en las que se analizan los riesgos potenciales en términos de calidad y disponibilidad. Estos análisis se traducen en planes de protección de agua en origen, en los que se tiene en cuenta las necesidades futuras y se identifica cualquier acción adicional requerida para protegerla. Dentro de cada cuenca, estas evaluaciones estudian los recursos hídricos, la calidad del agua y los riesgos potenciales derivados de condiciones climáticas extremas o desastres naturales, siguiendo la metodología propia de Coca-Cola (*Water Risk Assessment*), que permite realizar una primera evaluación de su riesgo hídrico. En 2018, el 100% de nuestras operaciones de fabricación han implementado planes de protección de las fuentes de agua.

### Mejoramos la eficiencia del uso de agua

El agua que utilizamos en nuestras plantas es tratada siguiendo rigurosos estándares de calidad, tanto la consumida para la elaboración de bebidas como la utilizada para el resto de servicios, tales como la limpieza de equipos o la limpieza de envases reutilizables.

En 2018, hemos continuado trabajando para que nuestras plantas sean lo más eficientes posible y para ello medimos la cantidad de agua que necesitamos para producir un litro de producto. En 2018, hemos seguido invirtiendo en sistemas y procesos de ahorro de agua, lo que nos ha permitido situar en 1,91 la ratio de consumo de agua por litro de producto producido en España.

### Reponemos toda el agua que contienen nuestras bebidas

En 2018, seguimos impulsando programas de reabastecimiento de agua en zonas con estrés hídrico, con proyectos financiados por The Coca-Cola Foundation y en colaboración con instituciones académicas, como la Universidad Jaume I, y organizaciones ambientalistas como WWF España, Ecodes y SEO/Birdlife. Esto nos ha permitido alcanzar en 2018 un volumen de agua reabastecida de 3.278 millones de litros, el 113,5% del volumen total de producción en nuestro país, el 129,2% si evaluamos el dato en áreas de estrés hídrico.



**11,9 %**

Reducción del volumen de agua utilizada por litro de producto fabricado en el periodo 2010-2018.

**129,2 %**

Agua devuelta a la naturaleza respecto a la embotellada en zonas de estrés hídrico.

**1,91**

Ratio de consumo de agua por litro de producto fabricado.

**113,5 %**

Agua devuelta a la naturaleza respecto a la embotellada en zonas de estrés hídrico.

## POR UNA GESTIÓN SOSTENIBLE DEL AGUA

Promovemos una gestión sostenible del agua a lo largo de toda nuestra cadena de valor. Cumplimos este compromiso a través de tres líneas de trabajo: reduciendo el agua que usamos en la producción de nuestras bebidas, depurando la que utilizamos en los procesos de fabricación e impulsando proyectos locales que reabastezcan a la naturaleza el 100% del agua que contienen nuestras bebidas, contribuyendo así a la conservación de ecosistemas vulnerables.

**MÁS INFORMACIÓN**  
LA 'RUTA DEL AGUA' EN NUESTRAS PLANTAS



### Tratamos nuestras aguas residuales

Nos aseguramos de que nuestras aguas residuales se devuelven a la naturaleza con la calidad adecuada para la vida acuática. Antes de verter el agua residual, aplicamos los más altos estándares de tratamiento que, en todos los casos, son iguales o superiores a los establecidos por las regulaciones locales.

En 2018, vertimos más de dos millones de metros cúbicos de aguas residuales, que fueron previamente depuradas en nuestras siete instalaciones de tratamiento.

**100 %**

Operaciones de fabricación que han implementado planes de protección de las fuentes de agua.

**2,01 M**

Metros cúbicos de agua vertidos, depurados previamente.

**+3.278 M**

Litros de agua reabastecida.

**7**

Fábricas con sus propias instalaciones de tratamiento de agua.

## USO EFICIENTE DEL AGUA EN NUESTRAS FÁBRICAS

El proceso de lavado de los envases rellenables de vidrio es el que más agua consume en la fabricación de las bebidas. Por eso, la optimización de este proceso constituye una prioridad para ahorrar agua. En 2018, hemos desarrollado proyectos de optimización de los consumos en las lavadoras, tratamiento de aguas, en los procesos de limpieza de las instalaciones, calderas y torres. Asimismo, se ha desarrollado un programa relacionado con la reutilización del agua de la enjuagadora de PET.

### ■ BARCELONA

- Recuperación del agua del retrolavado de filtros arena y ampliación del tiempo del retrolavado

### ■ BILBAO

- Optimización en procesos de limpieza de líneas CIP (Clean In Place)

### ■ CORUÑA

- Purga automática de torres
- Optimización del consumo de la lavadora de cajas

### ■ MÁLAGA

- Optimización de lavadora

### ■ VALENCIA

- Optimización de lavadora
- Ampliación de tiempo de retrolavado de filtros de carbón
- Reutilización del agua de la enjuagadora de PET
- Optimización en procesos de limpieza de líneas CIP (Clean In Place)

### ■ TENERIFE

- Optimización en procesos de limpieza de líneas CIP (Clean In Place)

## PROGRAMAS DE REABASTECIMIENTO DE AGUA Y RECUPERACIÓN DE CUENCAS HIDROGRÁFICAS Y HUMEDALES

Coca-Cola tiene en marcha diferentes actuaciones y proyectos ambientales en colaboración con diversas ONG, universidades, institutos tecnológicos, organismos públicos y otros agentes expertos en la conservación del agua. Todos los proyectos están financiados por The Coca-Cola Foundation, salvo el que se lleva a cabo en la Laguna de Can Fenosa (Barcelona).



### El Tancat de la Pipa (Albufera de Valencia)

El objetivo es mejorar la calidad de las aguas que llegan a este humedal artificial de 40 hectáreas que actúa de filtro natural en la entrada de La Albufera. Este proyecto, desarrollado junto a Seo/Birdlife, crea unos filtros verdes compuestos por canales de plantas acuáticas que proporcionan al agua microorganismos que reducen la carga orgánica y los nutrientes del agua. En 2018, se recuperaron 1.366 millones de litros de agua.

El programa se completa con un observatorio de aves y campañas de concienciación.

### Laguna de Can Fenosa (Barcelona)

En Barcelona, junto a una de las mayores plantas productivas de Coca-Cola European Partners en la península, se mantiene una laguna artificial (Can Fenosa) con agua residual depurada de la fábrica. Cada día se envían a ella hasta 80.000 litros de agua depurada provenientes de la fábrica.

Este conector biológico, con una longitud de 1.400 metros, es una joya medioambiental que facilita la circulación de animales y la conservación de la vegetación entre la Sierra Litoral y el río Besòs, a su paso por la zona del Polígono Industrial de Can Fenosa en el municipio de Martorelles (Barcelona).

Los criterios básicos utilizados para diseñarlo fueron las dimensiones del mismo, los viales que deberían cruzarlo por encima y por abajo, las vallas interiores de la finca y las especies de animales que deberían utilizarlo.

También se ha actuado sobre la vegetación que refleja aquella existente en los dos ambientes que se necesitan conectar, la Sierra Litoral y el río Besòs.

El conector de Can Fenosa ha sido reconocido como *Environmental World Best Practice* por su gestión del agua.



### Restauración de humedales en la desembocadura del río Guadalhorce (Málaga)

Continuamos trabajando en la restauración hidrológica de los humedales de la desembocadura del río Guadalhorce con aguas residuales tratadas de la Depuradora Municipal de Málaga. La restauración del delta permitirá la recuperación de la fauna y la flora autóctona así como la creación de un punto de interés turístico y educación ambiental en la zona.



### Misión Posible—Tablas de Daimiel (Ciudad Real)

Desde 2012, colaboramos con WWF España para restaurar la zona del río Guadiana protegida como Parque Nacional de las Tablas de Daimiel, que cubre una superficie de 3.030 hectáreas. El proyecto *Misión Posible -Tablas de Daimiel* promueve la regeneración de su vegetación y la colaboración con agricultores locales para reducir la demanda de agua, gracias a herramientas tecnológicas y técnicas de riego más eficientes. Este proyecto aporta un valor social y ambiental de 18,6€ por cada euro invertido, según un estudio realizado por una tercera parte independiente, con metodología Social Return of Investments.

Entre 2012 y 2018 se han recuperado 3.200 millones de litros de agua. A esta cantidad hay que añadir los 37,25 millones de litros de agua que se ahorran cada año desde 2010, gracias a los trabajos de restauración de la cuenca hidrográfica del Guadiana que Coca-Cola y WWF España desarrollaron en la zona, un proyecto que sentó las bases para el desarrollo de *Misión Posible-Desafío Guadalquivir*.



### 'Plantando Agua' para devolver la vida a un bosque quemado

En 2018, completamos el proyecto pionero de restauración ecológica integral del área de influencia de nuestro manantial de Aquabona, en Fuenmayor (Teruel), que se vio gravemente afectado por un incendio forestal ocurrido en 2009.

El proyecto, que se llevó a cabo en colaboración con Ecodes, ha contado con la participación del Gobierno de Aragón y de la Universidad de Zaragoza.

Los trabajos, realizados durante seis años, han consistido en restaurar árboles autóctonos y resistentes al fuego, proteger hábitats de pastizales y cinegéticos, y controlar el crecimiento de la vegetación. Como resultado se ha conseguido la recuperación de 630 millones de litros de agua, la plantación de más de 79.470 árboles y la restauración de 57 hectáreas de tierra en la Comarca de las Cuencas Mineras de Teruel.

Con esta actuación, la recuperación del agua de lluvia ha mejorado un 20% y la biodiversidad y los ecosistemas locales estarán protegidos durante al menos 20 años.

**MÁS INFORMACIÓN**  
PROYECTO 'PLANTANDO AGUA'

## 'MISIÓN POSIBLE-DESAFÍO GUADALQUIVIR': CONSERVACIÓN HIDROLÓGICA Y APOYO A LA AGRICULTURA SOSTENIBLE

En 2018, nos asociamos con WWF España para realizar un proyecto, a desarrollar en tres años, que se propone proteger la cantidad y calidad del agua en el estuario del río Guadalquivir, de 110 Km de largo, mediante la mejora de las prácticas agrícolas en las plantaciones de cítricos locales.

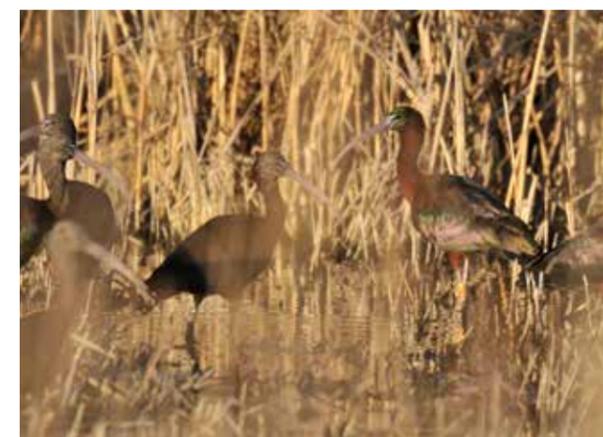
Más de 300.000 personas viven en el ámbito del estuario, entre las provincias de Sevilla y Cádiz, en una zona que es especialmente rica no solo por su biodiversidad, sino también por ser la base de una serie de actividades económicas ligadas al río: la acuicultura, la pesca en el Golfo de Cádiz, la agricultura y el turismo.

### Mala situación

Sin embargo, el estuario no se encuentra en una situación óptima, según diversos estudios del CSIC, las universidades de Sevilla y Granada, la Junta de Andalucía y la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir. El principal problema tiene que ver con la cantidad y la calidad del agua.

El proyecto *Misión Posible-Desafío Guadalquivir*, financiado por The Coca-Cola Foundation, busca reducir la presión hidrográfica optimizando el riego en cultivos agrícolas de la zona y recuperar la biodiversidad en el estuario, restaurando la marisma aledaña al río. El objetivo es mejorar la cantidad y la calidad del agua a través de dos intervenciones principales: recuperar una marisma en Trebujena, en la provincia de Cádiz y hacer un uso más eficiente del agua en 15 fincas de cítricos de la provincia de Sevilla. En el primer año de proyecto, se ha conseguido un ahorro de 728,5 millones de litros de agua y una reducción del 14% en el uso de fertilizantes, con el ahorro económico que esto supone para los agricultores.

La recuperación de la biodiversidad transformará el entorno en un punto de interés muy importante para las empresas de ecoturismo, fomentando así el desarrollo socioeconómico y cultural de esta área.



**MÁS INFORMACIÓN**  
DESAFÍO GUADALQUIVIR



**300.000**  
Personas residentes en el estuario.

**150**  
Especies catalogadas en la zona.

**+700**  
Millones de litros de agua ahorrados en 2018.

**15**  
Fincas de cítricos han participado en el proyecto.

**14%**  
Reducción en el uso de fertilizantes.



# ACTUAMOS SOBRE EL CLIMA

El cambio climático es el desafío ambiental más grave al que se enfrenta el mundo. En Coca-Cola creemos que hay que tomar medidas urgentes sobre esta cuestión y estamos comprometidos a desempeñar nuestro papel en los esfuerzos globales para hacerle frente, conforme al *Acuerdo de París* de 2015.

## Nuestras acciones

Seguimos trabajando para reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en toda nuestra cadena de valor. Nuestra estrategia de sostenibilidad establece un objetivo al respecto: reducir a la mitad las emisiones directas de carbono para 2025 (actuando sobre nuestras fábricas, distribución y equipos de frío) y –como parte de nuestro compromiso con la iniciativa RE100 de la ONU– utilizar electricidad 100% proveniente de fuentes renovables para 2020, como ya sucede en España. Además, nos proponemos rebajar un 35% las emisiones GEI en toda nuestra cadena de valor.

Nuestros objetivos de reducción de emisiones han sido validados por la Science Based Targets initiative (SBTi), integrada por Carbon Disclosure Project (CDP), Global Compact, World Resources Institute (WRI) y WWF.

## Nuestro progreso en España

### Evaluamos los riesgos del cambio climático

Para avanzar hacia una economía baja en emisiones de carbono es importante que conozcamos bien los riesgos que el cambio climático representa para nuestra empresa. En 2018, comenzamos evaluaciones detalladas de los peligros a los que nos enfrentamos relacionados con el clima. Los resultados nos permitirán tomar decisiones estratégicas y ayudarán a prepararnos para los impactos potenciales del cambio climático, en línea con las recomendaciones del *Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima* (TCFD).

En 2018, en España, ya hemos cumplido uno de nuestros principales objetivos: el 100% de la electricidad que utilizamos tiene su origen en fuentes renovables. Asimismo, estamos desarrollando proyectos basados en energías renovables aplicables a nuestras propias operaciones.

### Reducimos las emisiones en nuestras operaciones principales

En 2018, redujimos un 44,8% las emisiones GEI en nuestras operaciones, respecto a los datos base de 2010.

Continuamos reduciendo el consumo total de energía de nuestros equipos de frío con acciones que incluyeron el

establecimiento de requisitos de rendimiento de mayor eficiencia para nuestros equipos y la instalación de dispositivos inteligentes para optimizar la eficiencia energética.

Durante el ejercicio hemos rebajado un 2,5% el consumo de energía, pasando de los 332.040 MWh de 2017, a 323.858 a finales de 2018, y situando la ratio de consumo en 0,38 MJ/L.

### Menos emisiones en toda nuestra cadena de valor

Estamos comprometidos a reducir el impacto de emisiones GEI en nuestra cadena de valor. Para ello actuamos de varias maneras, entre ellas, haciendo que nuestro *packaging* sea más ligero, aumentando el uso de materiales reciclados y trabajando con nuestros proveedores para garantizar que adopten tecnologías de ahorro energético.

También compartimos con terceros las mejores prácticas y les animamos a abordar el cambio climático. Por ejemplo, a través del proyecto *Hostelería #PorElClima*, que alienta al sector de la hostelería en España a adoptar prácticas y tecnologías orientadas a adaptarse al cambio climático y mitigar sus efectos.

**MÁS INFORMACIÓN**  
REDUCIENDO NUESTRA HUELLA DE CARBONO

**44,8%**

Reducción total de emisiones GEI en nuestras operaciones, desde 2010.

**0,38 MJ/L**

Ratio de uso de energía por litro de producto.

**100%**

Electricidad que utilizamos que proviene de fuentes renovables.

## PROGRAMA 'TOP20' PARA MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

En 2018, hemos seguido implementando en todas nuestras instalaciones el programa *Top20* para mejorar la eficiencia energética que iniciamos en 2017, cuyo desarrollo se prolongará a 2019.

El programa es un conjunto de 20 medidas que se están poniendo en marcha en todas nuestras plantas. Las medidas abarcan acciones como detectar y reparar fugas de aire o vapor, usar iluminación eficiente, reducir los niveles de presión de aire comprimido, gestionar la eficiencia de las calderas, optimizar los procesos de soplado de botellas y la concienciación de nuestros empleados.

Las medidas de eficiencia más destacadas adoptadas por las plantas de refrescos y manantiales en 2018 se han centrado en aspectos como el reemplazo de luminarias por iluminación tipo LED más eficiente o la instalación de recubrimientos cerámicos, lámparas de bajo consumo y moldes de baja presión en las sopladoras.



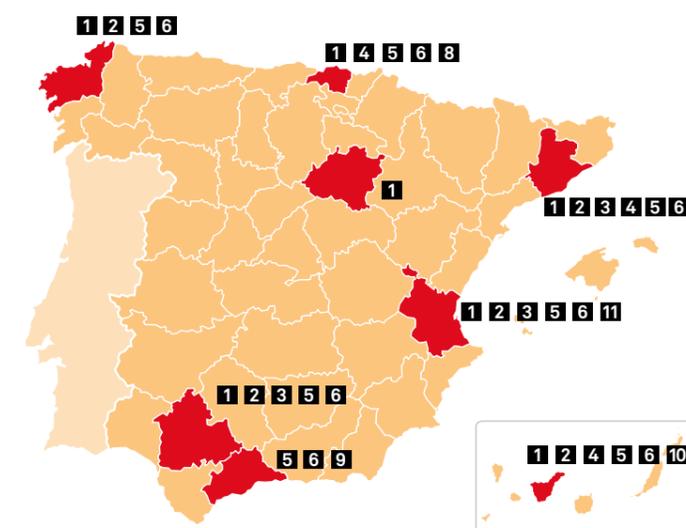
Respondemos a los ODS #7, #12, #13 y #17, que buscan aumentar el uso de energía renovable (7.2); duplicar la tasa mundial de eficiencia energética (7.3); lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales (12.2); reducir el desperdicio de alimentos (12.3); reducir la generación de desechos mediante prevención, reducción, reciclado y reutilización (12.5); fortalecer la resiliencia a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales (13.1); mejorar la educación y la sensibilización respecto al cambio climático (13.3); formar y sensibilizar sobre desarrollo sostenible y estilos de vida sostenibles (13.8); mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible (17.16) y promover alianzas eficaces en la esfera público-privada y de la sociedad civil (17.17).



### Utilizamos vehículos cada vez más ecológicos

La estrategia de sostenibilidad pasa también por reducir el impacto de los procesos de distribución de nuestros productos. En ese sentido, utilizar para el transporte vehículos cada vez más sostenibles es fundamental. En Madrid estamos usando el modelo de vehículo Euro VI, en el que se han rediseñado el exterior, interior, cadena cinemática y chasis. El Euro VI utiliza luces diurnas halógenas/LED, la cadena cinemática cuenta con optimización del consumo y la emisión de los gases se realiza previo paso por una unidad de tratamiento. Respecto al nivel de emisiones, los Euro VI mejoran hasta un 95% los valores de emisiones de partículas y hasta un 80% los valores de emisiones de NO<sub>x</sub> y un 5% la emisiones de CO<sub>2</sub> respecto a su generación anterior. Además, todos cuentan con la etiqueta 'C' ambiental.

## DETALLE DE LOS PROYECTOS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA DESARROLLADOS EN 2018



- 1 Cambio a moldes de baja presión en las sopladoras.
- 2 Instalación de recubrimientos cerámicos y lámparas de bajo consumo en las sopladoras.
- 3 Empaquetadoras a gas natural.
- 4 Auditoría de las instalaciones de generación y distribución de vapor.
- 5 Optimización del proceso de limpieza de las instalaciones en todas las plantas de refrescos.
- 6 Reducción de la temperatura de pasterización de jarabe simple en todas las plantas de refrescos.
- 7 Enfriamiento individualizado de las líneas e Implantación de iluminación LED en zonas interiores de producción y almacenes.
- 8 Instalación de un variador de frecuencia y un economizador en una caldera; mejora del retorno de condensados.
- 9 Instalación de caldera de biogás en la depuradora.
- 10 Recuperación del aire comprimido de alta presión de la sopladora para la baja presión e instalación de una nueva caldera.
- 11 Instalación de un variador de frecuencia en los compresores de alta presión y sustitución de depósitos de condensados de 6 m<sup>3</sup> a 25 m<sup>3</sup>.

## HOSTELERÍA #POR EL CLIMA



Restaurante La Barraca



Restaurante Casa Elena



Restaurante K&CO

**1** MÁS INFORMACIÓN  
HOSTELERÍA #POR EL CLIMA

### HOSTELERÍA #POR EL CLIMA

Como parte de la Comunidad #PorElClima, formada por ciudadanos, entidades, empresas y Administraciones Públicas, en 2018 hemos seguido impulsando la plataforma *Hostelería #PorElClima*, dirigida tanto a pequeños como a medianos y grandes establecimientos de hostelería.

Nuestro objetivo es apoyar al sector de la hostelería en su transición ecológica hacia una economía baja en carbono. En este sentido, cobra especial importancia la capacidad de impacto del sector hostelero, con un mercado que representa el 7,6% del PIB y que da empleo a más de un millón y medio de personas en España, además de su capacidad de llegada a la ciudadanía.

*Hostelería #PorElClima* trata de ayudar a los establecimientos a actuar contra el calentamiento global sugiriéndoles sencillas acciones en su día a día en los ámbitos de mayor impacto ambiental del sector y ofreciendo recomendaciones que los negocios hosteleros pueden implementar en seis áreas de acción: movilidad, energía, huella de carbono, recursos, residuos y agua. Como las recomendaciones de buenas prácticas son transversales al negocio, todas ellas pueden tener un impacto en la adaptación y mitigación del cambio climático en el sector.

La plataforma pone en valor los compromisos de todos aquellos locales que decidan trabajar en favor del planeta, ofreciendo una visibilización que generará orgullo de pertenencia a la organización y prestigio en la comunidad. De hecho, ya están movilizándose #PorElClima empresas como Parques Reunidos, Port Aventura World, Grupo Vips, Compass Group España, La Mafia se sienta a la Mesa, Serunion, La Tagliatella, Autogrill y Taberna del Volapié.

### Premio a la mejor iniciativa de RC

En el primer año ya se han conseguido más de 350 participantes y se han destacado buenas prácticas de empresas de hostelería organizada. Así, la plataforma ha reconocido y dado visibilidad a tres casos de éxito: los restaurantes La Barraca, en Tarragona; Casa Elena, en Toledo; y K&CO, en Madrid, por ser modelos en favor del medio ambiente.

Como broche final al primer año de implantación del proyecto, PortAventura World otorgó a Coca-Cola el premio a la *Mejor Iniciativa de Responsabilidad Corporativa* por el proyecto *Hostelería #PorElClima*, en el marco de la tercera edición de su Jornada Diálogo con Proveedores. El galardón se obtuvo como reconocimiento a una iniciativa que busca reducir el impacto de la huella de carbono y el consumo de recursos naturales, con el objetivo de convertir la hostelería en un sector más sostenible y reducir el cambio climático.



### Eventos con Buen Ambiente

En 2018, se activaron un total de 25 eventos con Buen Ambiente en 20 localidades de toda España en los que se midió la huella de carbono de la actividad de Coca-Cola en los mismos (a través de Ecodes). En total esta huella ascendió a 179.401 t CO<sub>2</sub> que se compensarán en 2019 con la colaboración de la ONG ambientalista Ecodes.

Desde el lanzamiento de la guía *Eventos con Buen Ambiente* en 2017, más de 100.000 personas han disfrutado de ellos. El documento –dirigido a todos los agentes involucrados en más de 14.000 eventos anuales– contiene recomendaciones para minimizar el impacto negativo ambiental y social de estos eventos.

En 2018, se celebraron, entre otros, los siguientes eventos sostenibles: los XVIII Juegos del Mediterráneo en Tarragona y los festivales Coca-Cola Music Experience On The Beach y Coca-Cola Music Experience.



### TERRAZAS SOSTENIBLES: INNOVACIÓN Y ECO-DISEÑO CON SELLO 'MADE IN SPAIN'

En el verano de 2018, lanzamos la segunda fase del plan de renovación de las terrazas de establecimientos hosteleros.

Más de 4.200 locales de toda España recibieron los nuevos kits, lo que significa más de 100.000 sillas, 25.000 mesas y 14.000 sombrillas. Al final de esta segunda fase del plan de renovación de terrazas, más de 8.500 bares y restaurantes contaban con el nuevo mobiliario fabricado con materiales reciclables y diseñado con criterios de eco-diseño.

Este plan de renovación responde al compromiso de Coca-Cola con el sector hostelero. Coca-Cola apuesta así por ofrecer un mobiliario acorde con nuestra imagen, con nuestra marca y nuestro modelo de negocio sostenible. Este proyecto concluirá en 2019.

Para hacer sostenibles nuestras terrazas, los nuevos kits comparten todos los elementos necesarios para una sostenibilidad ambiental y el cumplimiento de los parámetros de energía. Para que los clientes conozcan de dónde viene este mobiliario incluyen un código Bidi a través del cual se cuenta la historia de su fabricación y también el compromiso del fabricante con la responsabilidad corporativa.

### Diseñados y fabricados en España

Como parte del compromiso con las comunidades en las que Coca-Cola desarrolla su actividad, el diseño y fabricación de las nuevas terrazas sostenibles se ha realizado en colaboración con empresas españolas especializadas en el desarrollo de mobiliario urbano sostenible de alta calidad.

La fabricación de los kits de terrazas sostenibles ha corrido a cargo de la empresa alicantina Ripay. Los valencianos La Mamba Studio diseñaron las sillas partiendo de la premisa de destacar elementos icónicos de Coca-Cola.

Otra muestra de la innovación que representan los nuevos kits de terrazas sostenibles son las sombrillas: se trata de las primeras que se realizan en España con estampación en las dos caras.

Los kits de terrazas sostenibles se han diseñado en tres colores, rojo, blanco y marrón, lo que permite adaptarse a los entornos urbanos en los que se ubican las terrazas y a la imagen de los establecimientos.

**1** MÁS INFORMACIÓN  
PROYECTO TERRAZAS SOSTENIBLES



**+4.200**  
Locales de toda España que recibieron los nuevos kits en 2018.

**+8.500**  
Bares y restaurantes que contaban con el nuevo mobiliario al final de esta segunda fase del plan.

# ACTUAMOS SOBRE LA CADENA DE SUMINISTRO

El crecimiento de la población, la mayor demanda de productos alimenticios y el cambio climático están sometiendo a nuestras cadenas de suministro a una presión cada vez mayor. Por eso, nos aseguraremos de que el 100% de nuestros principales ingredientes agrícolas y materias primas provengan de recursos sostenibles.

## Nuestras acciones

Para hacer nuestras bebidas, dependemos de un suministro sostenible de ingredientes agrícolas de alta calidad, como la remolacha azucarera y la caña de azúcar, los zumos de fruta, el té y el café. También utilizamos otras materias primas como pulpa y papel para fabricar nuestros envases. En nuestra estrategia de sostenibilidad, AVANZAMOS, nos comprometemos a que, en 2020, el 100% de nuestros principales productos agrícolas y materias primas provengan de recursos sostenibles.

Consideramos que tenemos la obligación de respetar y proteger los Derechos Humanos de todos, desde nuestros propios empleados a los trabajadores agrícolas en toda la cadena de suministro.

Nuestro objetivo es garantizar que nuestros proveedores respeten nuestro *Código de Conducta* y tengan un impacto positivo en la sociedad, de conformidad con los *Principios Rectores* de la ONU sobre las empresas y los Derechos Humanos englobados en la *Declaración Universal de Derechos Humanos*, la *Declaración sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo*, de la OIT, el *Pacto Mundial de Naciones Unidas* y los *Principios Rectores de Naciones Unidas sobre las Empresas y Derechos Humanos*.

## Nuestro progreso en España

### Medimos el cumplimiento

Hacemos un seguimiento de nuestro progreso midiendo el cumplimiento de nuestros *Principios Rectores de Proveedores* (SGP), que se aplican a todos nuestros proveedores, y nuestros *Principios Rectores de Agricultura Sostenible* (SAGP), que se aplican a nuestros proveedores de ingredientes agrícolas y materias primas clave. Nos hemos comprometido a garantizar que todos nuestros proveedores cumplan con estos principios para 2020. En 2018, el 73% de nuestros proveedores estaban comprometidos con nuestros principios rectores. También hemos realizado una evaluación de riesgos para nuestros ingredientes principales.

### Evaluamos el rendimiento

El proceso de gestión de relaciones con proveedores nos proporciona un marco para evaluar la sostenibilidad de los mismos. Cada proveedor recibe una puntuación basada en el

valor financiero, la eficiencia, la innovación, el riesgo y la sostenibilidad. El componente de sostenibilidad de la puntuación está calificado por la empresa de evaluación independiente EcoVadis. Evalúa a los proveedores en función de una serie de criterios de sostenibilidad, como el medio ambiente, la gestión del carbono, los Derechos Humanos y las prácticas comerciales justas.

### Abastecimiento sostenible

Trabajamos para identificar vías de cumplimiento para nuestros principales proveedores agrícolas para 2020. En particular, nos centramos en el suministro sostenible de café y té para nuestra marca Honest. Todas las fincas que suministran extractos de té deben ser certificadas para demostrar que cumplen con un estándar independiente como *Fairtrade International*, *Rainforest Alliance* o *SAI FSA Silver o Gold*.



**73%**

Proveedores acogidos a nuestros *Principios Rectores de Proveedores*.

**42%**

Azúcar obtenida de proveedores que cumplen nuestros *Principios Rectores de Agricultura Sostenible*.

📄 MÁS INFORMACIÓN  
MODELO DE GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

## 'CÍTRICOS SOSTENIBLES' UN PROGRAMA PARA AHORRAR AGUA Y FERTILIZANTES EN EL CULTIVO DE CÍTRICOS EN ESPAÑA

El programa *Cítricos sostenibles* –financiado por The Coca-Cola Foundation– forma parte de nuestro compromiso con la agricultura sostenible, especialmente con el cultivo de cítricos en España. Esta iniciativa busca mejorar la competitividad y sostenibilidad de la producción de cítricos en España mediante el impulso de la fertirrigación eficiente (fertilización y riego) en zonas sometidas a estrés hídrico.

En este programa de agricultura sostenible trabajamos junto a la Universitat Jaume I de Castelló; Inèdit, empresa *spin-off* del Parque de la Universitat Autònoma de Barcelona y el Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentaries (IRTA) de la Generalitat de Catalunya.

El proyecto, que finalizará en 2019, se está llevando a cabo en aproximadamente 750 hectáreas de plantaciones ubicadas en Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia y Andalucía.

*Cítricos Sostenibles* ofrece a los agricultores participantes en el programa cofinanciación de los costes del equipo de fertirrigación y un servicio de asistencia técnica para asesorarles, acompañarles y ayudarles a poner en marcha algunas de las actuaciones en materia de fertilización de cultivos y riego.

Los agricultores, por su parte, deberán colaborar en el seguimiento de todas las operaciones agrícolas para una correcta evaluación de la iniciativa y continuarán informando sobre los resultados anuales de ahorro de agua durante los siguientes cinco años.

Anualmente, Coca-Cola compra a productores españoles 3,5 millones de kilos de zumo de naranja y 1,1 millones de kilos de zumo de limón para la producción de Fanta Naranja y Fanta Limón.



**Respondemos a los ODS #2, #8, #12 y #16**, que buscan asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes (2.4); mejorar la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales (8.4); proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro (8.8); lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales (12.2); alentar a las empresas a adoptar prácticas sostenibles (12.6); promover la adquisición sostenible (12.7) y reducir la corrupción y el soborno (16.5).



**750**

Hectáreas de plantaciones en Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia y Andalucía.

**4,6**

Millones de kilos de zumo de cítricos comprados cada año.

📄 MÁS INFORMACIÓN  
PROYECTO 'CÍTRICOS SOSTENIBLES'

## PRINCIPIOS RECTORES PARA PROVEEDORES

Nuestras compañías siempre se han esforzado en operar de manera responsable y ética. Los *Principios Rectores para Proveedores (SGP)* son un pilar fundamental para el cumplimiento de nuestros programas de Derechos Humanos y responsabilidad en el lugar de trabajo. Reflejan los valores que defendemos en nuestras políticas, y esperamos que todos ellos sigan el espíritu y el objeto de estos principios.

### LIBERTAD DE ASOCIACION Y CONVENIOS COLECTIVOS DE TRABAJO

Respeto por los derechos de los empleados a formar, afiliarse o no a un sindicato sin temor a represalias, intimidación o acoso.

Cuando los empleados son representados por un sindicato legalmente reconocido, establecer un diálogo constructivo con los representantes elegidos libremente y negociar de buena fe con estos.

### PROHIBICIÓN DEL TRABAJO INFANTIL

Adherirse a disposiciones mínimas sobre edad, leyes y reglamentaciones correspondientes.

### HORAS DE TRABAJO Y SALARIOS

Remunerar a los empleados de acuerdo con la industria y el mercado de trabajo local.

Operar en pleno cumplimiento de las leyes correspondientes sobre salarios, horas de trabajo, horas extras y beneficios y ofrecer a los empleados oportunidades para desarrollar sus habilidades y capacidades, y proporcionar oportunidades de ascenso cuando sea posible.

### ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN

Mantener los lugares de trabajo libres de discriminación o acoso físico o verbal.

La base para reclutar, contratar, ubicar, capacitar, realizar el pago de remuneraciones y ascensos deberían ser las calificaciones, el desempeño, las habilidades y la experiencia.

### PROHIBIR EL TRABAJO FORZADO Y MALTRATO LABORAL

Prohibir el maltrato físico de empleados y el uso de cualquier forma de trabajo forzado, incluidos el trabajo penitenciario, mano de obra forzada, servidumbre por deudas, trabajo militar, mano de obra esclava y cualquier forma de tráfico de personas.

### INTEGRIDAD COMERCIAL

Operar con integridad, respetando las leyes relevantes y evitando sobornos y prácticas fraudulentas.

### PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE

Operar de manera que se proteja y conserve el medio ambiente.

Cumplir las leyes, normas y reglamentaciones en materia de medio ambiente.

### PROPORCIONAR UN LUGAR DE TRABAJO SEGURO Y SALUDABLE

Mantener un lugar de trabajo productivo al reducir el riesgo de accidentes, lesiones y exposición a riesgos de salud.

### SISTEMAS DE ADMINISTRACIÓN

Contar con sistemas adecuados y efectivos implementados para controlar las acciones y asegurar el cumplimiento legal y el respeto de todos los Derechos Humanos.

### PROCEDIMIENTO Y RECURSOS PARA RECLAMAR

Proporcionar a los trabajadores un mecanismo para expresar sus reclamaciones sin temor a represalias y asegurarse de que se resuelvan las inquietudes de forma adecuada y oportuna.

# PRINCIPALES INDICADORES (ESPAÑA)<sup>1</sup>

Compromiso	Métricas	2010	2016	2017	2018
<b>Bebidas</b>					
Reduciremos el azúcar en nuestras bebidas con gas un 10% entre 2015 y 2020. <sup>2</sup>	Reducción en el promedio de azúcar por litro en la nuestros refrescos desde 2015. (%)			6,0	<b>17,1</b>
	Reducción de la media de azúcar por litro en nuestra cartera de bebidas entre 2010 y 2018. (%)				<b>31</b>
Procuraremos que el 50% de nuestras ventas provengan de bebidas bajas en calorías o sin ellas. <sup>3</sup>	Porcentaje de volumen de bebidas vendido que es bajo en calorías o sin ellas. (%)	27	38	39	<b>55</b>
Desarrollaremos continuamente nuestras recetas y nuestro portofolio para ofrecer una mayor variedad de bebidas.	Número de nuevos productos que han cambiado sus componentes para reducir el azúcar desde 2010. (Nº)				<b>16</b>
	Número de nuevos productos bajos en calorías y sin calorías lanzados desde 2010. (Nº)				<b>37</b>
Facilitaremos a los consumidores reducir su ingesta de azúcar proporcionándoles información clara del producto y produciendo en tamaños más pequeños.	Porcentaje de volumen vendido en envases de 250 ml o menos. (%) <sup>4</sup>			10	<b>10,2</b>
<b>Envases</b>					
Nos aseguraremos de que el 100% de nuestros envases sea reciclable o reutilizable.	Porcentaje de envases que es reciclable. (%) <sup>5</sup>			99,95	<b>99,6</b>
	Porcentaje de envases de vidrio que es rellenable. (%)	89	92	92	<b>91</b>
Trabajaremos con socios locales y nacionales para recoger el 100% de nuestros envases en Europa Occidental.	Envases de PET recogidos para reciclaje a través de asociaciones locales y nacionales sobre el porcentaje del total de envases de PET comercializados. (%)		71	71	<b>74<sup>6</sup></b>
Nos aseguraremos de que al menos el 50% del material que utilizamos para nuestras bebidas de PET provenga de plástico reciclado (rPET).	Porcentaje de PET utilizado que es rPET. (%)		11,8	13,0	<b>20,5</b>
Peso del embalaje	Aluminio - Peso total (toneladas)				<b>22.283</b>
	PET - Peso total (toneladas)				<b>38.334</b>
	Vidrio - Peso total (toneladas)				<b>33.767</b>
	Otras primarias - Peso total (toneladas)				<b>4.024</b>
	Peso total del embalaje (Primario/Secundario/Terciario) (toneladas)				<b>135.411</b>
	Porcentaje de contenido reciclado total (Primario/Secundario/Terciario) (%)				<b>18</b>
Ratio de uso de embalajes.	Ratio de uso de embalaje. (g/litro de producto) <sup>7</sup>	61,89	50,02	49,84	<b>46,21</b>
Residuos de fabricación.	Total de residuos de fabricación enviados para reciclaje (incluido compostaje y residuos para recuperación de energía). (%)	82,7	89,7	90,7	<b>97,1</b>
<b>Sociedad</b>					
Fomentaremos una cultura diversa e inclusiva en nuestro negocio y nos aseguraremos de que las mujeres ocupen, al menos, el 40% de los puestos directivos.	Porcentaje de mujeres en puestos directivos (nivel de gerencia y superior). (%) <sup>8</sup>			23,5	<b>26,8</b>
					<b>37</b>
Ampliaremos la contribución a la sociedad incrementando el voluntariado de nuestros empleados y apoyando a asociaciones comunitarias locales.	Contribución total a la inversión comunitaria. (millones de euros) <sup>9</sup>			11,4	<b>6,5*</b>
	Número total de horas de voluntariado. (horas) <sup>9</sup>			757	<b>2.310</b>
				272	<b>505</b>
<b>Empleados</b>					
Empleados	Total de empleados. (Nº)				<b>3.920</b>
	Hombres (%)				<b>126</b>
	Mujeres (%)				<b>79,4</b>
					<b>44</b>
					<b>20,6</b>
					<b>56</b>
Seguridad	Tasa de incidentes por tiempo perdido (LTIR) (Cantidad de incidentes con tiempo perdido por cada 100 empleados equivalentes a tiempo completo).			1,06	<b>0,77</b>

\* En 2018 solo se han contabilizado las acciones de aspecto social y ambiental, excluyendo otros eventos locales (deportivos, gastronómicos, ocio...).

Datos de Coca-Cola Iberia ■  
 Datos de Coca-Cola European Partners Iberia ■

Compromiso	Métricas	2010	2016	2017	2018
<b>Agua</b>					
Protegeremos para las generaciones futuras la sostenibilidad de las fuentes de agua que usamos.	Sitios con planes de protección de las fuentes de agua y evaluaciones en el mismo lugar de la vulnerabilidad de las fuentes de agua. (%)	100	100	100	<b>100</b>
Reduciremos un 20% el agua que usamos en la fabricación de bebidas y abordaremos los impactos del agua en nuestra cadena de suministro.	Ratio de uso de agua. (litros /litro) <sup>10</sup>	2,17	1,85	1,90	<b>1,91</b>
	Porcentaje de reducción del ratio de uso de agua. (%)		14,89	12,44	<b>11,93</b>
	Volumen total de agua extraída. (m <sup>3</sup> )	6.391.000	5.102.000	5.211.000	<b>5.135.000</b>
	Volumen total de aguas residuales descargadas. (m <sup>3</sup> )	2.487.750	2.406.658	2.143.527	<b>2.017.389</b>
Repondremos el 100% del agua que usamos, especialmente en áreas con estrés hídrico.	Fábricas con sus propias instalaciones de tratamiento de agua. (Nº)		7	7	<b>7</b>
	Volumen total de agua reabastecida. (m <sup>3</sup> )		3.050.000	2.439.250	<b>3.278.950</b>
	Porcentaje de agua reabastecida sobre el total de agua utilizada en nuestras bebidas cuando proviene de áreas con estrés hídrico. (%) <sup>11</sup>		95	94,34	<b>129,2</b>
	Porcentaje de agua reabastecida sobre el volumen de ventas totales (%).				<b>113,5</b>
<b>Clima</b>					
Reduciremos un 50% las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de nuestro negocio. <sup>12</sup>	Huella de carbono. Operaciones comerciales básicas: enfoque basado en el mercado. (t CO <sub>2</sub> eq)	509.615	307.534	312.454	<b>278.092</b>
	Reducción absoluta de las emisiones de gases de efecto invernadero en las operaciones comerciales básicas desde 2010. (%)		39,00	37,98	<b>44,80</b>
Reduciremos un 35% las emisiones de gases de efecto invernadero en toda nuestra cadena de valor.	Reducción en las emisiones de gases de efecto invernadero de la cadena de valor total (Alcance 1, 2, 3) por litro vendido desde 2010. (%)		23,7	27,6	<b>30,2</b>
Utilizaremos electricidad 100% renovable para 2020.	Porcentaje de electricidad utilizada que proviene de fuentes renovables. (%)		99,5	99,9	<b>100</b>
Energía utilizada.	Ratio de uso de energía. (MJ/litro) <sup>13</sup>	0,45	0,37	0,36	<b>0,38</b>
	Energía total utilizada. (MWh)	426.315	323.849	332.040	<b>323,858</b>
<b>Cadena de suministro</b>					
Seguiremos incorporando los conceptos de sostenibilidad, ética y Derechos Humanos en nuestra cadena de suministro.	Proveedores acogidos a nuestros Principios Rectores para Proveedores. (%)			79,4	<b>73</b>
Nos aseguraremos de que el 100% de nuestros principales ingredientes agrícolas y materias primas provengan de fuentes sostenibles, para 2020.	Porcentaje de azúcar que proviene de proveedores que cumplen con nuestros Principios Rectores de Agricultura Sostenible (%) <sup>14</sup>			23	<b>42</b>

<sup>1</sup> Hay que tener en cuenta que los datos de años anteriores pueden no estar disponibles en todos los casos, ya que se han establecido nuevos objetivos en 2017; y también los datos combinados para Coca-Cola European Partners antes de su formación pueden no estar disponibles en todos los casos.

<sup>2</sup> Solo refrescos con y sin gas. No incluye agua ni zumo.

<sup>3</sup> Ventas totales de CCEP. No incluye freestyle. Bebidas bajas en calorías <20kcal /100ml. Bebidas de cero calorías <4kcal /100ml.

<sup>4</sup> Basado en el volumen de ventas de refrescos de Coca-Cola European Partners de 2017, a nivel de SKU.

<sup>5</sup> Es el envase o embalaje en la mano del consumidor (embalaje RTD). Criterios de reciclabilidad basados en evaluaciones de reciclabilidad específicas del mercado.

<sup>6</sup> Fuente de los datos: ECOEMBES.

<sup>7</sup> Ratio de uso de embalaje basado en toneladas de embalajes, incluyendo la media de usos para los envases reutilizables.

<sup>8</sup> La categorización de los roles de Administración y No Administración para 2017 y 2018 es consistente en todos los países. Esto no fue posible en 2016 debido a la falta de alineación inmediatamente después de la fusión y explica cualquier diferencia significativa de año a año mostrada.

<sup>9</sup> Datos consolidados para España, Portugal y Andorra.

<sup>10</sup> Ratio de uso de agua, litros de agua por litro de producto terminado producido.

<sup>11</sup> Reposición de agua calculada en el volumen de producción de los sitios de Coca-Cola European Partners en base a áreas de estrés hídrico según lo determinado por el análisis WRI/Aqueduct, y el volumen total de agua repuesto. Pueden diferir de los cálculos de The Coca-Cola Company, que se basan en los volúmenes de ventas totales.

<sup>12</sup> Objetivo de reducción absoluta de carbono, independientemente del crecimiento del negocio. Las operaciones principales del negocio incluyen la fabricación, el equipo de bebidas frías y el transporte.

<sup>13</sup> Ratio de uso de energía, MJ/litro de producto producido.

<sup>14</sup> El azúcar es el primer ingrediente agrícola para el que disponemos de datos de proveedores. Agregaremos más ingredientes, a medida que recibamos los datos sobre ellos.

## SÍGANOS EN RRSS



### Edición

Coca-Cola Iberia  
Coca-Cola European Partners Iberia  
C/ Ribera del Loira, 20-22  
28042 Madrid  
[www.cocacolaespaña.es](http://www.cocacolaespaña.es)  
[www.ccepiberia.com](http://www.ccepiberia.com)

### Realización

MRM McCann

### Impresión

Overland S.L.

### Depósito Legal

M-19012-2019

**Coca-Cola Iberia**  
**Coca-Cola European Partners Iberia**  
C/ Ribera del Loira, 20-22  
28042 Madrid

[www.cocacolaespaña.es](http://www.cocacolaespaña.es)  
[www.ccepiberia.com](http://www.ccepiberia.com)

