



JUNTOS MARCAMOS LA DIFERENCIA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD
ESPAÑA 2021

SOMOS

DOS EMPRESAS, UN SISTEMA

Somos historia, tradición, calidad e innovación. Dos grandes compañías orgullosas de su legado fieles a sus valores: nuestra 'familia global' avanza y se esfuerza cada día para refrescar al mundo y contribuir a que sea un lugar mejor y respetuoso con nuestro entorno. Desde hace más de un siglo, millones de hogares nos invitan a formar parte de su vida cotidiana y creen en nuestros productos. Ahora, también confían en que enfrentemos los retos sociales y ambientales del siglo XXI, una responsabilidad con la que estamos comprometidos y en la que trabajamos cada día porque también define nuestra identidad: la pasión por las personas y por el planeta.

Somos parte de la solución. Trabajamos por un futuro mejor para todos, que marque la diferencia en la vida de las personas, los ecosistemas y las comunidades donde operamos, y lo hacemos en colaboración con nuestro gran equipo humano. Porque un mundo más sostenible no se construye en solitario, sino juntos.

Nuestro propósito global 'Refresh the world. Make a difference' (Refrescar al mundo. Marcar la diferencia) define el presente — crear y comercializar marcas y productos

que cautiven y satisfagan al consumidor— y a la vez se proyecta hacia el futuro con un modelo de negocio justo, sólido y sostenible, que genera riqueza social. Un modelo que está comprometido desde la base con la visión de una sociedad diversa, solidaria y más sostenible que asegure un mejor mañana para todos.

Por las personas.

Por el planeta.

Somos futuro.

Una gran familia global

The Coca-Cola Company y Coca-Cola Europacific Partners son dos compañías que trabajan juntas, operando de forma estratégica y complementaria a lo largo de la cadena de valor de Coca-Cola, con el firme compromiso de desarrollar un modelo de negocio que permita un crecimiento sostenido y sostenible.

The Coca-Cola Company es la compañía propietaria de las marcas y responsable de crear un portafolio que responda a las demandas de los consumidores. Coca-Cola Europacific Partners es la compañía encargada de la fabricación, comercialización y distribución de bebidas; sus acciones están dirigidas a atender la creciente demanda de los productos y expandir la experiencia Coca-Cola a cada rincón de los mercados en los que opera.

ESCUCHA A GRUPOS DE INTERÉS

Gracias a la participación activa de nuestros grupos de interés, podemos gestionar los desafíos que afrontamos y crear valor para la sociedad.

Escuchamos las expectativas y demandas de nuestros grupos de interés porque nos importan y queremos integrarlas en nuestra estrategia corporativa. Cuidamos de los factores sociales, ambientales y de Gobierno Corporativo (ESG) manteniendo un diálogo constante y sólido con cada uno de ellos (empleados, consumidores, proveedores, medios de comunicación, comunidades y clientes) para mejorar nuestros procesos de toma de decisión, y seguir cerca de nuestros colaboradores y consumidores. De esta forma, contribuimos a promover un desarrollo más equitativo e integrador, que genere una huella local positiva, tanto económica como social, en las áreas en las que operamos.

Fortalecemos relaciones de confianza y alianzas estratégicas pensadas a largo plazo como palanca para un crecimiento más sostenible y sostenido de nuestra organización. Disponemos de canales de escucha y diálogo locales y globales, que se dirigen a los diferentes grupos de interés para acercarnos a ellos y, así, trabajar en cubrir sus expectativas.

The Coca-Cola Company

Somos la compañía de bebidas más grande del planeta: contamos con más de 200 marcas, que se consumen en más de 200 países. Cotizamos en bolsa desde hace 100 años. Nuestro compromiso ha sido, y sigue siendo, ofrecer a nuestros consumidores una amplia variedad de bebidas que puedan adaptarse a sus gustos, necesidades y a las diferentes ocasiones de consumo.

The Coca-Cola Company, como propietaria de las marcas, es la encargada de suministrar los concentrados para elaborar las bebidas, además de gestionar la imagen de marca a través de acciones de comunicación y marketing basadas en la escucha activa de los diferentes grupos de interés. España y Portugal integran la unidad de The Coca-Cola Company en Iberia (Coca-Cola Iberia). Nuestro ámbito de actuación geográfico en Europa Occidental coincide con el de Coca-Cola Europacific Partners y depende administrativamente de la sede central de The Coca-Cola Company en Atlanta, Estados Unidos.

Junto con nuestros socios embotelladores potenciamos el desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades locales donde operamos.

Gobierno corporativo

Comité de Dirección
Coca-Cola Iberia (junio 2022)

Juan Ignacio de Elizalde, VP of Franchise Operations – Iberia

Carolina Aransay, Frontline Activation Marketing Director Iberia

Iñigo Irizar, Technical Operations Manager

Joel Benítez, Strategy Integration Director Iberia

Jose Luis Ramos, Iberia Operations Finance Director

Lucia Lobato, Senior Legal Counsel, Europe

Marta Muñoz, HR SBP Iberia

Pedro Fernandez, RGM Iberia

Pedro Fernandez Martin, PACS Director Iberia

Sergio Arévalo, Business Operations Director – Spain



De izquierda a derecha:
Sergio Arévalo, Pedro Fernández Martín, Lucía Lobato, José Luis Ramos,
Juan Ignacio de Elizalde, Carolina Aransay, Pedro Fernández, Marta Muñoz,
Joel Benítez e Iñigo Irizar

Coca-Cola **EUROPACIFIC
PARTNERS**

En 2020, Coca-Cola European Partners era el mayor embotellador independiente de Coca-Cola en el mundo por ingresos. Responsables de producir y embotellar las bebidas, junto con la gestión de ventas y distribución a clientes en 13 países de Europa Occidental.

En mayo de 2021, nació Coca-Cola Europacific Partners, el embotellador de Coca-Cola más grande del mundo por ingresos. Somos una de las compañías líderes a nivel mundial en el sector de gran consumo. Asumimos las inversiones necesarias en producción e instalaciones, como una compañía independiente que cotiza en las bolsas españolas, en las de Nueva York (NYSE), Ámsterdam (AMS) y Londres (LSE), bajo el nombre "CCEP".

Nuestro portafolio incluye algunas de las bebidas más populares e icónicas del mundo. Servimos a más de 1,75 millones de clientes en un mercado de 29 países de Europa, Pacífico e Indonesia, con un alcance de más de 600 millones consumidores.

España, Portugal y Andorra integran la división ibérica de Coca-Cola Europacific Partners, con la que damos servicio a más de 450.000 clientes.

Gobierno corporativo

Comité de Dirección
Business Unit Iberia (junio 2022)

Francesc Cosano, Director General

Albert Pérez, VP, Finance Iberia

Pedro Vinhas, VP, Supply Chain

Ferran Gall, VP, Comercial España

Esther Morillas, VP, PACS

Marta Sempere, VP, People & Culture

David Marimón, VP, CIO Iberia

Juan de Rueda, VP, Legal

Andrés Curbelo, Strategy & Transformation Lead

Rui Serpa, Country Manager, Portugal



De izquierda a derecha:
Andrés Curbelo, Ferran Gall, Juan de Rueda, Pedro Vinhas, Marta Sempere,
Rui Serpa, David Marimon, Francesc Cosano, Albert Pérez, Esther Morillas

THIS IS FORWARD

UN LOGRO DE TODOS

Con paso firme y la determinación que impulsan nuestro compromiso y la convicción de que una gran empresa debe ser agente de transformación social, trabajamos en nuestro propósito y objetivos con la estrategia de sostenibilidad de Coca-Cola para Europa Occidental hasta 2025: THIS IS FORWARD. Y avanzamos cada día porque disponemos de la fortaleza de nuestro equipo humano, el apoyo de proveedores y distribuidores y —lo más importante— confianza y fidelidad de los clientes y del consumidor. Hace años que decidimos pasar del compromiso a la acción. Conscientes de que un mañana sostenible se construye paso a paso y de que las estrategias deben actuar en el hoy, pero pensando en el futuro, avanzamos para que éste sea mucho mejor y más sostenible. Las alianzas internacionales y la estrategia de apoyo a la Recuperación Verde son claves para desplegar nuestro compromiso con la sostenibilidad en toda la cadena de valor ante retos vitales como el cambio climático, la economía circular y la solución a las crisis sanitaria y económica.

La estrategia de sostenibilidad THIS IS FORWARD abarca todos los aspectos de nuestro negocio, en seis áreas en las que somos conscientes de que podemos generar un impacto positivo y que nuestros grupos de interés quieren que prioricemos juntos: bebidas, envases, sociedad, clima, agua y cadena de suministro sostenible.

ODS, DESAFÍOS GLOBALES

Queremos ser parte de la solución a los desafíos globales y contribuimos de manera directa a 6 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcados por la ONU, a través de nuestra estrategia de Sostenibilidad.

Y de manera indirecta impactamos en otros 7.



Somos una compañía total de bebidas que ofrece a los consumidores una mayor variedad de bebidas con un contenido menor de o sin azúcar.



Queremos ser un agente positivo para nuestros empleados y para las comunidades, promoviendo la diversidad y programas de empoderamiento y empleabilidad.



El agua es un elemento fundamental para Coca-Cola. Nos comprometemos a cuidarla, adoptamos una gestión responsable a lo largo de nuestra cadena de valor y desarrollamos proyectos para devolverla a la naturaleza en zonas con estrés hídrico.



Apostamos por la economía circular para reducir, reutilizar y reciclar los envases que ponemos en el mercado y evitar que terminen convertidos en residuos que contaminan el planeta. Recogeremos todos y cada uno de ellos.

Nos hemos comprometido a que el 100% de nuestros principales ingredientes agrícolas sean de origen sostenible.



Contribuimos a los esfuerzos globales para frenar el cambio climático con acciones en nuestro negocio y proyectos para impulsar la transición ecológica en nuestra cadena de valor. Nos proponemos reducir las emisiones de gases de efecto invernadero un 30% en 2030 con respecto a 2019 y alcanzaremos la neutralidad en carbono en 2040.

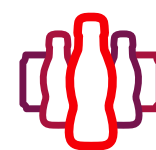


La consecución de estos objetivos no sería posible sin el trabajo conjunto de administraciones, el sector privado y la sociedad civil. Un ejemplo de ello es Mares Circulares, que cada año reúne a miles de voluntarios y a cientos de entidades públicas y privadas para limpiar playas y mares, generar una cultura del reciclaje y promover la economía circular.

THIS IS FORWARD

NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

Coca-Cola centra su estrategia de sostenibilidad en seis temas identificados como asuntos materiales de su gestión. En cada uno de estos ejes hemos adquirido unos compromisos en los que trabajamos a lo largo de toda la cadena de valor para construir un futuro mejor.



BEBIDAS

Ofreceremos a los consumidores una mayor variedad de bebidas con menor contenido de o sin azúcar.



ENVASES

Recogeremos todos nuestros envases para que ninguno de ellos termine como residuo, especialmente en los océanos.



SOCIEDAD

Seremos un agente de cambio positivo que promueva la inclusión y el desarrollo económico en la sociedad, con nuestros empleados y en nuestras comunidades.



AGUA

Seguiremos adoptando una gestión responsable en la utilización del agua a lo largo de nuestra cadena de valor.



CLIMA

Seremos neutros en carbono en toda la cadena de valor en 2040.



CADENA DE SUMINISTRO

Adquiriremos nuestros principales ingredientes de materias primas responsables y sostenibles.

GRANDES AVANCES: 2021



BEBIDAS

▼
Desde 2015
hemos reducido en un
24,4%
el contenido de azúcares
por litro en el total de ventas

▼
64%
del volumen de ventas
en España proviene de bebidas
bajas en o sin calorías



ENVASES

▼
99,7%
de nuestros envases
son reciclables

▼
50%
del material utilizado en
nuestros envases de plástico PET
de bebidas sin gas y zumos es
plástico reciclado

▼
28,3%
promedio de plástico reciclado
(rPET) para total porfolio



SOCIEDAD

▼
27,8%
de los puestos directivos están
ocupados por mujeres

▼
5.520 h
de voluntariado de nuestros
empleados en 2021



CADENA DE SUMINISTRO

▼
92,3%
del gasto se realiza con
proveedores adheridos a nuestros
Principios Rectores para
Proveedores

▼
97%
se destina a proveedores locales
adheridos a los SAGP



CLIMA

▼
100%
de electricidad utilizada proviene
de fuentes renovables

▼
21,9%
de reducción en las emisiones GEI
de toda la cadena de valor en 2021
respecto a 2019

▼
Vilas del Turbón, primera planta de
CCEP en Iberia neutra en carbono



AGUA

▼
Hemos reducido el consumo
de agua en un
15,91%

▼
242,3%
agua devuelta
respecto a la embotellada
en zonas de estrés hídrico
en España

GOBIERNO CORPORATIVO

01 Responsabilidad y cumplimiento

02 Comité Ético

03 Gobierno de Sostenibilidad

LOGROS DESTACADOS

Nuestro Código de Conducta garantiza que actuemos con integridad y responsabilidad en todas nuestras relaciones comerciales cumpliendo todas las leyes, regulaciones y políticas aplicables.

01 RESPONSABILIDAD Y CUMPLIMIENTO

Operando con integridad

En Coca-Cola Europacific Partners, estamos a la altura de nuestras responsabilidades como empresa siendo éticos, conscientes y responsables de los riesgos en todo lo que hacemos. El Código de Conducta establece nuestros principios y normas para prevenir el soborno y la corrupción, incluyendo los conflictos de interés y el intercambio de regalos y actividades de ocio. Esperamos que todos los empleados se adhieran a este Código — actualizado en 2021— y que todos los terceros que trabajen en nuestro nombre actúen de forma ética y consistente con él y cumplan con nuestros Principios Rectores de Proveedores.

El Código de Conducta (CoC) ha sido adoptado formalmente en todos los territorios en los que operamos, así como nuestro Centro de Servicios Compartidos en Bulgaria.

_Todos los empleados deben realizar una formación sobre el Código de Conducta, como parte del proceso de incorporación para los nuevos empleados.

_Proporcionamos formación sobre temas relacionados con roles específicos cuando es necesario.

_Nuestro Código de Conducta establece específicamente las responsabilidades de los manager e incluye una matriz para ayudar con la toma de decisiones y orientación sobre situaciones como la intimidación y el acoso.

Prevención del soborno y la corrupción

Nuestro objetivo es prevenir toda forma de soborno y corrupción en nuestras relaciones comerciales. Nuestro CoC establece principios y normas para prevenir el soborno y la corrupción, incluyendo los conflictos de intereses y el intercambio de regalos y entretenimiento.

Nuestra Política Antisoborno, Regalos y Entretenimiento y nuestra Política de Conflictos de Interés son aplicables a todos los empleados.

02 COMITÉ ÉTICO

En línea con lo establecido por el Código Penal español, la unidad de negocio de Iberia cuenta con un Comité Ético formado por miembros del equipo de dirección. Este Comité tiene autoridad autónoma para la iniciativa y supervisión del modelo de prevención penal de la unidad de negocio de Iberia, incluyendo el Comité del Código de Conducta. El Comité Ético reporta al Consejo de Administración de Coca-Cola Europacific Partners Iberia y al Chief Compliance Officer del Grupo.

Canal de denuncias

Cualquier empleado que desee plantear su preocupación sobre irregularidades en CCEP es animado a que lo haga hablando con su superior directo y/o planteando un reporte a través de los recursos del Código que incluye nuestro canal de Speak-Up. Cuando un empleado exprese su



preocupación, a través de nuestros Recursos del Código, en relación con el Código de Conducta, CCEP actuará de forma rápida y adecuada.

Speak Up Channel: canal confidencial on-line o telefónico para comunicar sospechas o preocupaciones sobre posibles incumplimientos de nuestro Código de Conducta, nuestras políticas clave o de la Ley. CCEP Speak Up está administrado por una compañía independiente. Está disponible las 24 horas del día, los siete días de la semana y puede gestionar llamadas en todos nuestros idiomas locales. Cuando el trabajador expresa sus preocupaciones, dispone de la opción de permanecer en el anonimato, siempre que así lo permitan las leyes locales.

03 GOBIERNO DE SOSTENIBILIDAD

Estamos comprometidos con realizar nuestra actividad siguiendo los estándares éticos más altos y prohibiendo todas las formas de soborno y corrupción en nuestros negocios.

Coca-Cola Europacific Partners está comprometida con los más altos estándares de Gobierno Corporativo y, así, dispone de un Comité de Responsabilidad Corporativa responsable de velar por nuestra Estrategia de Sostenibilidad y el avance de las políticas y los riesgos asociados al cambio climático, la promoción del desarrollo económico en nuestras comunidades locales, la inclusión o el fomento de la empleabilidad de jóvenes y mujeres, entre otros retos de global preocupación.

ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y TRANSPARENCIA, PILARES DE NUESTRA COMPAÑÍA



BEBIDAS VARIADAS Y SALUDABLES

3 SALUD Y BIENESTAR



01 Más variedad, sabores y formatos

02 Menos azúcar

03 Mejor composición

04 Etiquetas, información y transparencia

05 Márketing responsable

LOGROS DESTACADOS

El 100% de nuestros envases cuenta con información nutricional voluntaria en el etiquetado.

100%

Hemos reducido un 24,4% el contenido de azúcares por litro en el total de bebidas en los últimos 7 años (2015-2021).

24,4%

El 64% de las bebidas que vende CCEP en España son bajas en o sin calorías.

64%

Opciones para cada estilo de vida
Refrescos, zumos, agua, café, energéticas... Nos preocupamos de que cada persona tenga la bebida que necesite en el momento que desee y adaptada a sus gustos. Cada año nuestra oferta progresa con variedades originales, con nuevos ingredientes y sabores que responden a las necesidades actuales de los consumidores, con nuevos tamaños adecuados a cada ocasión de consumo.

01 MÁS VARIEDAD, SABORES Y FORMATOS

Durante los 136 años de historia de Coca-Cola hemos aumentado la variedad de nuestros productos con multitud de lanzamientos, como té o bebidas refrescantes funcionales. También hemos apostado por las bebidas calientes con Costa Coffee para lo que hemos instalado máquinas de vending por todo el país. Desde Coca-Cola Europacific Partners, comercializamos 23 marcas en España*.

En 2021 tuvimos 7 nuevos lanzamientos de bebidas, todas ellas, sin azúcar/sin calorías: tres de ellos bajo la marca Fanta sin azúcar, con sabores misteriosos, Royal Bliss Yuzu Zero azúcar, y otros 3 bajo la marca Topo Chico (Tangy lemon, Cherry Acai, Tropical), la primera con alcohol lanzada en mercado español. A estos productos, se le suman 7 más, lanzados en 2021, dentro de la categoría de energéticas (bajo marca Monster: Assault, Nitro, Mule, Monarch, Ultra Fiesta; y bajo marca Burn: Zero Peach, Zero Raspberry).

Bebidas para todos

- <https://www.cocacolaep.com/es/productos/>

02 LIDERAMOS EL CAMBIO, MENOS AZÚCAR

En línea con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) queremos ayudar a los consumidores a tener un estilo de vida más saludable para

combatir la obesidad sin renunciar al original sabor de nuestras bebidas. Gracias a nuestro esfuerzo en innovación, las hemos reformulado para reducir azúcares añadidos y ofrecer alternativas bajas en o sin calorías. En el período 2015-2021 hemos reducido en un 24,4% el total de azúcar que ponemos en el mercado.

Ofrecemos una opción sin azúcares añadidos o sin calorías en todas nuestras marcas. También hemos lanzado la versión 'mini' para las principales variedades de la marca Coca-Cola, que refleja el contenido la ración recomendada, es decir, un vaso de 250 ml.

El 64% de las bebidas (en litros) que vende CCEP en España son bajas en o sin calorías.

Las ventas de bebidas en formato de 250 ml o menor, representa el 8,8% de las ventas de CCEP en 2021.

03 MEJORAMOS LA COMPOSICIÓN

Mejoramos nuestras recetas y trabajamos para que nuestra gama de productos evolucione constantemente para ofrecer una mayor variedad de bebidas, sin azúcares añadidos, sin azúcar o bajas en calorías.

Desde 2010, hemos cambiado la receta a 24 productos para reducir su cantidad de azúcar y hemos lanzado 68 nuevos productos bajos en o sin calorías.**

Más variedad con menos azúcar

- <https://www.cocacolaep.com/es/sostenibilidad/bebidas/>

04 QUÉ CUENTAN NUESTRAS ETIQUETAS

La sociedad necesita tomar decisiones informadas. La confianza y la transparencia son claves, por ello nuestras etiquetas llevan incorporando desde 2004 información nutricional de forma generalizada, incluyendo datos de energía (kilocalorías) y macronutrientes (proteínas, hidratos de carbono, de los cuales azúcares, grasas, de las cuales saturadas y sal).

Más allá de cumplir los requisitos obligatorios de etiquetado, de manera voluntaria ofrecemos información nutricional por porción o unidad de consumo, incluyendo su contribución a la ingesta de referencia y el indicador para la ingesta de energía.

Indicamos que el envase es reciclable y en qué contenedor se debe depositar para su adecuada recogida y tratamiento y, por supuesto, aconsejamos cómo conservar la bebida, te decimos dónde encontrar la fecha de consumo preferente o cómo contactar con nosotros.



05 MARKETING RESPONSABLE

En 2021, y en línea con las políticas de The Coca-Cola Company, hemos seguido reforzando nuestro compromiso con el marketing responsable, con especial atención a los menores. El 1 de enero de 2022, la edad mínima para dirigir nuestra publicidad ha pasado de los 12 a los 13 años en todos los medios.

Los principios fundamentales que guían nuestra política de marketing responsable se basan en el respeto al derecho de los padres y tutores a decidir qué beben sus hijos.

Entre otras medidas, nos aseguramos de no promocionar, publicitar o crear contenidos de ningún tipo que resulten atractivos a niños menores de esa edad. Asimismo, no hacemos publicidad en ningún canal en el que el 30% o más de la audiencia sean menores de 13 años. Además, Coca-Cola en España amplía este compromiso de autorregulación hasta los 15 años en medios digitales.

Asimismo, no usaremos ningún recurso que sea atractivo para niños, como pueden ser famosos, influencers y otros personajes, excepto aquellos de marca registrada propiedad de la compañía. Tampoco utilizamos otros medios, como juguetes, juegos, juegos online, concursos, eventos, películas o contenidos televisivos u otro tipo de colaboraciones.

Política de consumo responsable de alcohol

Las acciones de marketing y comunicación de los productos con alcohol comercializados por Coca-Cola nunca se dirigirán a personas por debajo de la edad legal de compra que, en España, es de 18 años, y en todo caso siempre se considerará 18 años la edad legal mínima.

Publicidad de forma responsable

- <https://www.cocacolaespana.es/conocenos/informacion-corporativa/politica-marketing-responsable>

* Incluye Monster y Capri-Sun

** Datos referentes a productos de The Coca-Cola Company.

ENVASES MÁS SOSTENIBLES

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



01 Reducir

02 Reutilizar
Rellenar
Sin envase

03 Reciclar

04 Innovación

LOGROS DESTACADOS

Todas nuestras botellas de bebidas sin gas y zumos ya tienen un 50% de plástico reciclado (rPET).

En España el 99,7% de nuestros envases son reciclables.

ENVASES PARA HACER HISTORIA. UN MUNDO SIN RESIDUOS ES POSIBLE

— La primera botella de Coca-Cola producida en España, de vidrio, salió de la fábrica de Barcelona en 1953. La primera lata, en 1978; en 1982, la de dos litros de plástico; en 1993 llegaron las de plástico reciclable; en 2005 la de metal; en 2019, la mini... Nuestros envases forman parte de la historia de nuestro negocio.

— Se estima que al año se fabrican en el mundo unos dos billones de envases de bebidas, por eso uno de nuestros mayores retos está en la gestión sostenible de los envases para reducir su impacto en el planeta. Y para liderar la ruta hacia una economía circular, lo hacemos desde tres enfoques: reduciendo, reutilizando y recuperando.

— Estamos actuando con urgencia, pero sin olvidar que el envase es parte de la experiencia de consumo y tiene un papel fundamental: proteger los alimentos para que lleguen a los consumidores de manera segura y cómoda. Estamos convencidos de que un mundo sin residuos es posible si los envases se conciben de manera adecuada y se utilizan y recuperan de manera responsable. Priorizamos la innovación y el ecodiseño para ofrecer envases más sostenibles desde el minuto 'zero': tapones adheridos a botellas, la primera botella con PET de residuos marinos o de papel 100% reciclable y de base biológica. Y esto es solo el principio.

TRAZANDO EL CAMINO HACIA LA ECONOMÍA CIRCULAR

¿Sabías que nuestras latas de aluminio son un 60% más ligeras que hace 30 años? ¿Que una de nuestras botellas de vidrio tiene una media de 25 vidas? ¿O que tenemos innovadoras soluciones de rellenado?

01 REDUCIR

Utilizamos menos plástico y eliminamos envases innecesarios

— Estamos prescindiendo de todos los materiales y envases innecesarios o difíciles de reciclar de nuestro portafolio y nos aseguraremos de que todos nuestros envases primarios sean reciclables o reutilizables.

— España ha sido el primer país en implementar la tecnología CanCollar®, que permite reemplazar el agrupador de plástico de las latas por cartón de fuentes sostenibles, con un proceso que no requiere del uso de pegamento ni adhesivos.

— Creamos envases más ligeros que utilizan menos material virgen y tienen menos huella de carbono y sustituimos plástico innecesario o difícil de reciclar por otros materiales como cartón. Gracias a estas iniciativas dejamos de utilizar más de 22.500 toneladas de material virgen en Iberia al año.

— El reciclaje de los envases también depende del color. El plástico coloreado es difícil de reciclar en una nueva botella y por eso ya casi no lo utilizamos en nuestros envases de plástico PET.

— Proyectos en 2021. Se ha aligerado la botella de PET de productos carbonatados de 0,5 L un 15% y la de 1,25 L un 11%.

Tapón adherido a la botella

España fue en 2021 el primer país en probar el sistema tethered, que permite que el tapón se recicle con la botella y además reduce el uso de materia prima. Durante 10 semanas se comercializaron 6 millones de botellas de 500 ml de plástico PET de todas las variantes de Coca-Cola y de Schuss con los nuevos tapones. Rediseñando los tapones de nuestras botellas ahorraremos cerca de 3.500 toneladas de plástico al año.

Tapones adheridos

• <https://www.cocacolaep.com/es/al-dia/notas-de-prensa/2021/nuevos-tapones-adheridos-botellas-espana/>

Menos plástico virgen

Al menos el 50% del material que utilizamos en nuestras botellas de plástico PET será de plástico reciclado (rPET) en 2022. Estamos acelerando el uso de cero plástico de origen fósil en la próxima década, reemplazándolo por contenido 100% reciclado o renovable.

— En 2022 alcanzaremos en España nuestro objetivo del 50% de rPET en todas nuestras botellas de plástico, dos años antes de la fecha comprometida inicialmente.

— El uso de 50% de plástico reciclado en envases de bebidas sin gas y zumo ahorra 2.000 toneladas al año de plástico virgen y evita la emisión de 240 toneladas de CO₂ en Iberia.

— Estamos invirtiendo en acuerdos de suministro a largo plazo para estimular la capacidad de innovación, así como las nuevas tecnologías de reciclaje como la despolimerización para incrementar el suministro de rPET.

50%

En 2021, alcanzamos el 50% de plástico reciclado (rPET) en los envases de nuestras bebidas sin gas y zumos.



02 REUTILIZAR.
RELLENAR. SIN ENVASE

Pour My Beverage

Estamos innovando en soluciones y servicios de rellenables o dispensado. En España lanzamos este piloto estratégico bajo el nombre comercial Pour My Beverage, con tecnología de Innovative Tap Solutions (ITS), un nuevo sistema de dispensación de bebida que permite a los consumidores servirse sus propias bebidas.

ITS

- <https://www.cocacolaep.com/es/al-dia/notas-de-prensa/2021/pilotos-tecnologia-dispension-bebidas/>

Coca-Cola freestyle®

Nuestro sistema de dispensado Coca-Cola freestyle® ofrece bebida a demanda y fomenta el uso de vasos/envases reutilizables por los consumidores. El Parque Warner de Madrid es el primer punto de España en el que se ha implementado este sistema pionero con el se propone reducir de manera drástica el uso de envases. ¿Cómo? Integrando la utilización de Coca-Cola freestyle®, dispensador de bebidas que permite la combinación de sabores, con un vaso reutilizable provisto de un chip, que facilita la auto-dispensación de bebidas.

Coca-Cola freestyle®

- <https://www.cocacolaep.com/es/al-dia/notas-de-prensa/2021/warner-freestyle-dispensador-bebidas/>

En algunos mercados los envases retornables juegan ya un papel relevante en nuestro mix de envases y, en nuestro portfolio en 2021, sobre un 12% de nuestros envases podía ser retornado y rellenado.

Nuestros envases de vidrio

- <https://www.cocacolaep.com/es/al-dia/blog-rojo-y-en-botella/2021/25-vidas-botella-vidrio/>
- <https://www.cocacolaep.com/es/al-dia/blog-rojo-y-en-botella/2022/apuesta-economia-circular/>

90,7%
DE NUESTROS ENVASES
DE VIDRIO ES RETORNABLE



03 RECICLAR

Por cada envase vendido
recogeremos otro

Una vez que garantizamos que nuestros envases son reciclables, podemos recuperarlos reincorporandolos al ciclo productivo y cerrar el círculo hacia la economía circular. Nos hemos propuesto recuperar el 100%, con iniciativas que impliquen colaboración de toda la sociedad y trabajamos con gobiernos, la industria y el sector para aumentar las tasas de recogida. Estamos probando nuevas tecnologías digitales para mejorarla y sistemas de devolución de depósito.

Utilizamos el alcance de impacto que tiene nuestro negocio para sensibilizar y crear cultura de reciclaje. Hemos ampliado el mensaje "Por favor, recíclame" de todos los tapones de nuestras botellas PET de la marca Coca-Cola al resto del portfolio.

Mares Circulares

Para hacer frente al problema de la contaminación marina nació el programa más ambicioso de limpieza de costas, fondos marinos y entornos acuáticos, que fomenta la sensibilización y formación de la ciudadanía y apuesta por la economía circular a través del apoyo a la investigación. 2021 ha sido un reto por la limitación de actividades participativas fruto de las restricciones de la pandemia. No obstante, hemos realizado actuaciones en 113 playas y gracias a la colaboración de todos los actores implicados (más de 6.000 voluntarios, 361 entidades y 104 barcos) hemos conseguido recuperar casi 353 toneladas.



Mares Circulares

- [Dossier-Mares-Circulares-2022.pdf](#) ([cocacolaep.com](https://www.cocacolaep.com))

04 INNOVACIÓN

Invertir en el presente
para construir el futuro

- _ En los últimos años estamos apostando e invirtiendo en ecoinnovación para liderar la transición hacia una economía circular, reducir nuestra huella de carbono y crear un mundo más sostenible. Realizamos diseños pioneros de envases sostenibles en colaboración con empresas punteras.
- _ PlantBottle es la primera botella de PET totalmente reciclable fabricada con un 30% de material de origen vegetal. Hoy compartimos esta tecnología para que otros puedan utilizarla, ayudando a reducir el uso de combustibles de origen fósil no renovable.
- _ Colaboramos con la creación de la primera botella de plástico fabricada en el mundo con un 25% de material procedente de plástico/residuos marinos.
- _ Hemos realizado la primera botella de papel 100% a partir de materiales renovables, reciclables y biodegradables.

Botella de papel

- [Coca-Cola y Paboco \(The Paper Bottle Company\) presentan su primer prototipo de botella de papel | Coca-Cola ES](#) ([cocacolaespana.es](https://www.cocacolaespana.es))

PRIMERA
BOTELLA DE
PAPEL 100%
A PARTIR DE
MATERIALES
RENOVABLES,
RECICLABLES Y
BIODEGRADABLES



AVANZAMOS EN COMPROMISO SOCIAL



01 Seguridad, bienestar y salud

02 Talento y formación

03 Diversidad, inclusión y equidad

04 Comprometidos con la sociedad

LOGROS DESTACADOS

_ **3.549 Empleados / 823 Mujeres**

_ Horas de capacitación:

• Salud y seguridad **21.684**

• Formación y desarrollo **47.849**

SOMOS NUESTRO EQUIPO

Coca-Cola Europacific Partners protege más que nunca a su equipo y le ofrece un entorno inclusivo en el que desarrollarse e impactar de forma positiva en la sociedad.

APOSTAMOS POR LA DIVERSIDAD DE GÉNERO

Puestos ocupados por mujeres en el horizonte 2030

50%

Objetivo marcado por 'Avanzamos' para Europa Occidental en 2025

40%

Puestos directivos ocupados por mujeres en España en 2021

27,8%

01 SEGURIDAD, BIENESTAR Y SALUD

Enfocamos el esfuerzo en garantizar entornos laborales seguros, saludables, diversos e inclusivos, que sean productivos y ofrezcan formación continua, nuevas oportunidades y desarrollo integral de la persona. Durante la situación de Covid la empresa ha venido aplicando política de trabajo híbrido en sus principales centros de trabajo para garantizar la salud y seguridad de sus empleados. Los planes de formación y de desarrollo, el trabajo en equipo, la comunicación interna fluida, el diálogo abierto entre líderes y sus equipos y diversos programas de 'mentoring' y 'feedback' permiten que el empleado pueda desarrollar sus capacidades y habilidades en un entorno cohesionado.

Avanzamos para identificar y minimizar los riesgos de accidente, lesiones e impacto en la salud de nuestro equipo humano; y facilitamos la conciliación familiar con horarios flexibles y reducciones de jornada.

La riqueza de la diversidad de las personas nos permite crear una fuerza laboral inclusiva en nuestros innovadores y creativos centros y avanzar en la conexión con las comunidades a las que servimos en todo el mundo.

Wellbeing

_ Hemos lanzado un plan de asistencia al bienestar de nuestros trabajadores con atención gratuita y confidencial 365 días al año y 24 horas al día.

_ Hemos creado el rol interno de Wellbeing First Aiders, trabajadores que después de un entrenamiento voluntario podrán acompañar a los compañeros que necesiten ayuda desde la escucha activa garantizando confidencialidad y poder guiarles hacia el apoyo que precisen.

_ Tenemos a disposición de nuestros trabajadores más de 30 formaciones online en nuestra plataforma Juice para facilitar el acceso a sesiones diferentes de Wellbeing.

- **69.533 horas totales** de acciones formativas.
- En España **3.368 empleados** han realizado algún tipo de formación.

02 TALENTO Y FORMACIÓN

Fomentamos la cultura de desarrollo, ofreciendo tanto a los empleados como a los managers formaciones en feedback continuo, objetivos, etc., empoderando a los empleados para que tomen las riendas de su propio desarrollo y a los managers, en su rol de líder, para dar mejor soporte a sus equipos. Coca-Cola ya se ha situado en el top 3 de #MercoTalentoEspaña2021, el estudio que determina la capacidad de las empresas para atraer y retener talento.

Áreas de formación

CCEP despliega su área formativa en 3 grandes áreas y departamentos que trabajan de manera simultánea para ofrecer soluciones a toda la plantilla.

_ Formación en requisitos legales y capacidades técnicas para el área de Supply Chain.

_ Formación en capacidades comerciales.

_ Formación en habilidades y Liderazgo.

Para acompañar a estas áreas, CCEP cuenta con un LMS (Learning Management System) que permite la inscripción de las personas en los diversos programas formativos. Además, ofrece una plataforma de e-learning llamada "Juice" que está disponible todos los días del año las 24 horas del día y que cuenta con más de 200 formaciones.

CUIDAMOS Y EMPODERAMOS A NUESTRO EQUIPO

Formación para el bienestar

La compañía mantiene su compromiso para ofrecer a su equipo humano las mejores condiciones para que pueda dar lo mejor de sí mismo con una estrategia de 'wellbeing' basada en el bienestar y la seguridad de nuestros empleados garantizando que siempre esté en todo lo que hacemos, creando una cultura y un entorno de trabajo en el que las personas disfruten de un sentido de pertenencia y de crecimiento, respaldado por formas de trabajo respetuosas y ágiles que den resultado para el negocio y reflejen la singularidad de nuestra gente. En 2021 participaron en estos programas de formación 3.368 empleados de todas las áreas.

Graduates

Nuestro programa de "Graduates" pone en valor el talento y la formación de los recién graduados y de quienes cursan estudios de grado o máster.

03 DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y EQUIDAD

Con la filosofía "Everyone is Welcome" queremos crear una organización diversa, que representa la sociedad donde operamos, y con la cultura inclusiva donde todas las personas pueden ser ellas mismas, sentirse valoradas y parte de la organización. Creemos que gracias a este compromiso tendremos impacto positivo tanto en nuestros empleados, como en las comunidades donde operamos, y también aseguramos el desarrollo de negocio sostenible. El nuestro está centrado en cinco dimensiones de diversidad: Género, Discapacidad, Generaciones, Multicultural y LGBT+.

Empoderamos a las mujeres

Queremos asegurar el empoderamiento de las mujeres midiendo nuestro progreso

en cuanto al porcentaje de mujeres directivas y asegurando inclusividad de procesos de selección, movilidad interna y acciones de sensibilización.

Discapacidad

En el ámbito de discapacidad CCEP cumple, conforme a la legislación, la LGD de forma ordinaria o a través de medidas alternativas. A través de programa Aflora informamos a los empleados que potencialmente desconocen que determinadas características físicas, psíquicas o sensoriales pueden ser reconocidas como grado de discapacidad por el que podrían beneficiarse de ventajas sociales y fiscales. Hemos conseguido ayudar a más de 60 personas, de las cuales 23 están tramitando su certificado con ayuda de Fundación Adecco.

PROGRAMA ALIADOS

Escuchamos a nuestros empleados para fomentar una cultura inclusiva de alto rendimiento sustentada en la diversidad, la igualdad y el bienestar de todos. Casi 80 aliados, nuestros embajadores de la diversidad, inclusión y equidad, que representan realidades internas —geográficas, funcionales, de edad...—, aportan a los compañeros el valor de su experiencia y vivencias.

Después del primer año centrado en la formación escucha y *benchmarking*, en 2021 los equipos de Aliados se centraron en la implementación de las iniciativas.

Propuestas desarrolladas en 2021

Dimensión de Género

_ Organización de Gender Forum, evento online sobre nuestro compromiso en seguir empoderando a las mujeres, el rol de hombres y mujeres en el proceso, y el rol de los managers en fomentar cultura inclusiva.

Dimensión de Generaciones

_ Generation Talks: una serie de videos cortos con empleados de diferentes generaciones intercambiando ideas sobre su visión de negocio, carrera, intereses personales, etc.

Dimensión de LGBT+

_ Formamos parte de la Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGBT+ (REDI).

_ Celebramos el mes de Pride con un plan específico que incluyó varias actividades de concienciación.

Dimensión Multicultural

_ Acciones de concienciación sobre diferentes culturas y costumbres para potenciar la inclusión y celebración del Día Mundial de la Diversidad Cultural.

_ Celebración del Día Mundial de la Diversidad Cultural.

Dimensión Discapacidad

_ Además, el equipo de Aliados trabajó con Fundación Adecco en análisis funcional de roles con más oportunidades para incorporación de personas con discapacidad. Se han contratado 10 personas en la campaña de verano y 2 en la campaña de invierno (mediante contrataciones temporales).

47

personas con discapacidad en España.

04 COMPROMETIDOS CON LA SOCIEDAD

2,9MM €

ha invertido CCEP durante 2021 en proyectos sociales y medioambientales en las comunidades donde opera

Voluntariado corporativo: impacto social positivo

Nuestros empleados pueden dedicar dos días al año para participar en actividades solidarias de voluntariado corporativo con el objetivo de ayudar a la sociedad; les ofrecemos participar en iniciativas on-line que benefician a personas en riesgo de exclusión o bien contribuyendo a resolver problemas medioambientales.

Aumenta un año más la participación de nuestros empleados en programas de voluntariado con 5.520 horas.

NAVIDAD SOLIDARIA

Nos gusta la Navidad: ¡Es mágica cuando la compartimos!

La Navidad 2021 fue la más solidaria de Coca-Cola y la celebramos al lado de las personas más vulnerables, llegando donde más se necesita y distribuyendo 15.000 comidas en colaboración con entidades locales. Nuestra nueva filosofía de marca 'Real Magic' sorprende en Navidad a los consumidores y les trasmite optimismo e ilusión, a lo que se suma la campaña contra el desperdicio alimentario.

Más de 50 entidades se suman a Coca-Cola para repartir más de 15.000 comidas esta Navidad

- [cocacolaespana.es](https://www.cocacolaespana.es)

5.520

Horas de voluntariado de nuestros empleados

Programas de apoyo a las comunidades locales

SUPPORT MY CAUSE

Nuestros empleados proponen un proyecto o una buena causa de una organización sin ánimo de lucro para hacerles una donación

- Entidades beneficiarias: Asociación Calor y Café, Fundación Juegaterapia y Asociación ASPANAES.
- Importe donaciones: 10.000, 8.000 y 7.000 €.

SITE LED

Coca-Cola Europacific Partners donó en 2021 90.000 € a 9 entidades sociales que desarrollan su labor en entornos cercanos a nuestras plantas para colaborar con las comunidades locales en creación de empleo, inclusión laboral o prevención de violencia de género.

Programas de impacto para jóvenes y mujeres

PLATAFORMA GIRA

En materia social, Coca-Cola trabaja para ser un agente de impacto positivo que promueva la inclusión y la diversidad, así como el desarrollo de la sociedad, con sus empleados y en las comunidades donde opera. Dentro de este objetivo, en 2012 puso en marcha la plataforma GIRA, cuyo propósito es impulsar y apoyar a jóvenes y mujeres en su capacitación y formación.

GIRA Jóvenes

Programa de capacitación y empleabilidad que desde hace una década ayuda a mejorar la preparación para incorporarse al mercado laboral y promover el rol como agentes de cambio a jóvenes entre 16 y 26 años. 'Construye tu pasión' ofrece un itinerario formativo dinámico y con un carácter vivencial y práctico enfocado a la inserción socio-laboral de los vulnerables. 'Impulsa el Cambio' ayuda a estudiantes de Formación Profesional de centros del ámbito rural para reforzar su vocación y mejorar sus competencias.



Gira Jóvenes de 2021

- <https://www.cocacolaep.com/assets/Spain/Centro-de-Descargas/PROYECTOS-SOSTENIBILIDAD/Dossier-GIRA-JOVENES-2021.pdf>

GIRA Mujeres

Formación y capacitación desde 2016 para mujeres que quieren desarrollar una idea de negocio vinculada al sector de alimentación y bebidas, ocio o turismo. Ponemos foco especial en el ámbito rural para fomentar el arraigo en los territorios y la actividad económica local para frenar al éxodo desde la España Vacía.

Gira Mujeres Informe mujer emprendedora

- https://www.cocacolaep.com/assets/Spain/Centro-de-Descargas/PROYECTOS-SOSTENIBILIDAD/GIRA-Mujeres_Informe-Emprendimiento-Mujeres-Espana_analisis-datos-GEM-2020.pdf

MÁS DE 18.000 MUJERES HAN PARTICIPADO EN EL PROGRAMA GIRA MUJERES DESDE 2016



FUNDACIÓN COCA-COLA

El compromiso con los jóvenes y la cultura de Coca-Cola se vehicula a través de nuestra fundación corporativa:

Concurso 'Jóvenes Talentos'

Desde hace 62 años Fundación Coca-Cola convoca un certamen de relatos cortos al que ya han concurrido miles de jóvenes, más de 12.000 en la última edición. Se premian obras en castellano, catalán, balear, gallego y euskera y, como parte de esta Experiencia-Coca Cola para el impulso del talento creativo, cada año literatos de prestigio imparten clases magistrales a profesores y jóvenes premiados. En las Jornadas Literarias para Profesores, Coca-Cola proporciona a los docentes herramientas y recursos didácticos para que impulsen la creatividad de sus alumnos.

Colección de Arte Contemporáneo

La Colección de Arte de Fundación Coca-Cola se creó en 1993 para potenciar el descubrimiento de las artes plásticas por la sociedad. Casi 400 piezas de escultura, videoarte, pintura y fotografía —de más de 250 artistas— integran desde 2007 una exposición permanente en el Centro de Arte Contemporáneo DA2 de Salamanca.

Certamen 'Buero' de Teatro Joven

La Fundación fomenta las Artes Escénicas —como herramienta educativa y de transformación social— desde hace dos décadas con el concurso nacional 'Buero', en el que participan más de 350 grupos de teatro y 7.000 intérpretes de entre 14 y 21 años. Impulsados en colaboración con el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y la Música (INAEM) del Ministerio de Cultura, premian obras de temática y género libres representadas en cualquiera de las lenguas oficiales del Estado.

Fundación Coca-Cola

- fundacioncocacola.com

Fundación Haz, antes Fundación Compromiso y Transparencia, certifica Fundación Coca-Cola como **una de las cinco más transparentes de España**

CUIDAMOS EL AGUA



6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

01 Protección en origen

02 Eficiencia en la gestión

03 Más allá del 'replenish'

04 Devolución a la Naturaleza

05 En acción.
Misión Posible:
Desafío
Guadalquivir

LOGROS DESTACADOS

— Reducción del ratio de agua en las plantas de producción 15,91% 2021 vs 2010.

15,91%

— Hemos devuelto el 242,3% de agua respecto a la embotellada en zonas de estrés hídrico en España.

242,3%

SUMERGIDOS EN LA PROTECCIÓN

El 90% de una Coca-Cola es agua. Un porcentaje que deja clara la importancia que tiene este preciado líquido para nuestra aportación a la sociedad. En un escenario global de sobreexplotación y de sequías agudizadas a causa del cambio climático, garantizar su disponibilidad y calidad es un imperativo para nuestro negocio. Trabajamos para proteger la sostenibilidad de nuestras fuentes de agua, preservándolas no solo para su uso, sino para que las futuras generaciones puedan seguir disfrutando del recurso más valioso del mundo.

COMPROMISO GLOBAL

Nos hemos comprometido a reducir un 20% el uso del agua en nuestros procesos productivos para 2025 respecto a 2010. Además, no hay otra fórmula que gestionarla de manera sostenible en toda la cadena de valor. ¿Cómo? Reduciendo su utilización en la fabricación de nuestras bebidas, depurándola y devolviendo a la Naturaleza el 100% del agua contenida en nuestras bebidas a través de la conservación de ecosistemas vulnerables.

En 2020 implantamos la nueva estrategia de agua 2030 para aumentar la seguridad hídrica en los territorios donde operamos.

15,91%

de reducción de consumo de agua respecto a 2010

1,83L

El agua consumida por litro de producto fabricado en 2021

El agua para Coca-Cola

- <https://www.cocacolaespana.es/sostenibilidad/medioambiente/agua/calidad-agua-fabricas>

01 PROTECCIÓN DE LAS FUENTES DE AGUA EN ORIGEN

Antes de construir una fábrica, evaluamos el estado de los recursos hídricos de la zona. Necesitamos conocer la cantidad y calidad del agua disponible, la cantidad de lluvia que reciben los acuíferos y manantiales, y los posibles riesgos derivados de fenómenos meteorológicos extremos o desastres naturales. Lo hacemos siguiendo nuestra propia metodología: Water Risk Assement.

Estas Evaluaciones de Vulnerabilidad se traducen en planes que tienen en cuenta las necesidades futuras no solo de nuestro negocio, sino de la comunidad local y de los ecosistemas: así podemos identificar cualquier acción adicional necesaria para proteger los recursos hídricos. Estos planes se aplican tanto en las nuevas fábricas como en aquellas que ya están funcionando. El 100% de nuestras operaciones de fabricación han implementado planes de protección de las fuentes de agua.

Este compromiso para identificar las áreas más vulnerables ha hecho que por sexto año consecutivo las acciones de Coca-Cola Europacific Partners se hayan incluido en la lista A de CDP Water Security. Por su parte, The Coca-Cola Company está calificada a nivel global en la lista A.

En esta tarea no estamos solos, trabajamos —en colaboración con universidades y agricultores locales— en el desarrollo de proyectos para reducir el consumo de agua en los terrenos de cultivo, alguno de los cuales proporcionan frutas empleadas para fabricar las bebidas de Coca-Cola.

02 MÁS EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DEL AGUA

Queremos que nuestras plantas sean cada día más eficientes y para ello medimos la cantidad de agua que necesitamos para producir un litro de producto. Nuestro objetivo: reducir el ratio de agua un 20% en 2025 respecto a 2010.

En 2021 hemos conseguido reducirla en un 15,91% vs 2010, y el ratio de uso de agua por litro fue de 1,83. Día a día seguimos innovando en proyectos que permitan la optimización del uso del agua, como los procesos de limpieza de envases, limpieza de los equipos o implantando medidas que permiten optimizar el proceso de tratamiento de aguas: el agua usada en las lavadoras de las botellas se emplea luego para lavar las cajas, reduciendo así el consumo total.

Monitorizamos su uso en toda la compañía, estableciendo objetivos anuales, identificando oportunidades para reducir el consumo y siempre atendiendo a las necesidades de cada planta. Por ejemplo: en la planta de Sevilla se han instalado más de 200 contadores para controlar el consumo de agua —así como de otros consumos de energía— y un software de monitorización que permite obtener datos a tiempo real de todos los procesos y líneas de producción y con sistemas de alarma que permiten detectar sobreconsumos en tiempo real y actuar rápidamente sobre estas posibles desviaciones.

100% DE NUESTRAS PLANTAS CUENTAN CON PLANES DE PROTECCIÓN DE LAS FUENTES DE AGUA





03 AGUA REGENERADA

Al agua que usamos en nuestros procesos productivos, y antes de verterla como agua residual, le aplicamos un tratamiento que, en todos los casos, es igual o superior al establecido por las regulaciones locales. En España, tenemos ejemplos de plantas como la de Tacoronte (Tenerife), cuyas aguas depuradas se envían a depuradora de valle de Guerra, y posteriormente son utilizadas para el riego de cultivos en una zona de gran demanda agrícola; o la de Barcelona, donde cada día 80.000 litros alimentan la laguna artificial y el conector biológico creado en el entorno de la fábrica para facilitar la movilidad de la fauna entre los diferentes ecosistemas.

Así protegemos este recurso vital

- <https://www.cocacolaespana.es/sostenibilidad/medioambiente/agua/calidad-agua-fabricas>

04 REPONEMOS TODA EL AGUA QUE UTILIZAMOS

Cada gota que empleamos en cada bebida la devolvemos al lugar del que proviene: la Naturaleza. Luchamos contra la escasez reponiendo el 100% contenida en nuestros envases financiando e impulsando proyectos locales de reabastecimiento hídrico que recuperan y ahorran agua en las comunidades en las que operamos y que protegen ecosistemas vulnerables. Iniciativas pioneras y exitosas en la que vamos de la mano de instituciones académicas como la Universidad Jaume I y organizaciones ambientalistas como WWF España, Ecodes y SEO/Birdlife.

En 2021 hemos logrado devolver 3.669 millones de litros de agua.



05 EN ACCIÓN. NUESTROS PROYECTOS

Restauración de lagos y lagunas, recuperación hidroforestal, cuidado de conectores naturales... Ponemos todo nuestro empeño en cuidar y proteger el agua para mejorar no solo la biodiversidad de los espacios naturales, sino también para crear valor social y económico en las comunidades locales. Desde 2009 hemos desarrollado 10 proyectos de recuperación y reabastecimiento de agua en España, de los cuales 8 siguen activos.

En 2021 Coca-Cola se ha unido a la organización holandesa The Ocean Cleanup para intervenir en 15 cuencas fluviales y evitar que los plásticos lleguen a mares y océanos.

Proyectos

- <https://www.coca-colacompany.com/news/ocean-cleanup-partnership>

'Misión Posible: Desafío Guadalquivir'

Erosión, riego incontrolado y vertidos son la triple amenaza para este río, el Guadalquivir, que cruza las ocho provincias andaluzas y que tiene el triste honor de ser uno de los más turbios del mundo. En 2018 nos asociamos con WWF España para proteger la cantidad y calidad del agua en el estuario del río, de 110 Km de largo.

El objetivo es mejorar la cantidad y la calidad del agua a través de dos intervenciones principales: recuperar la biodiversidad de una marisma en Trebujena, en la provincia de Cádiz, y hacer un uso más eficiente del agua más de una decena de fincas de cítricos de la provincia de Sevilla. La creación de islas artificiales y la instalación de elementos de uso público han favorecido a muchas aves que forman en la zona colonias de cría muy importantes de la Península Ibérica.

En 2021 este proyecto financiado por The Coca-Cola Foundation ha conseguido un ahorro de 943,2 millones de litros de agua y una reducción en el uso de fertilizantes, lo que supone un beneficio económico para los agricultores. Además, la recuperación de la biodiversidad ayudará a transformar el entorno en un punto de interés muy importante para las empresas de ecoturismo, fomentando así el desarrollo socioeconómico y cultural.

Misión Posible-Desafío Guadalquivir

- https://www.wwf.es/colabora/empresas_por_el_planeta/grandes_proyectos_con_empresas/mision_posible_desafio_guadalquivir/



BENEFICIOS



Ahorro de costes de bombeo de agua por parte de los agricultores.



Reducción del uso de fertilizantes, que disminuye el riesgo de contaminación.



Aumento del número de especies y poblaciones, incluidas las aves migratorias.



Mejora de las instalaciones y el acceso para los turistas de la naturaleza.

Protocolo de Capital Natural

Esta metodología nos permite conocer los beneficios que todas nuestras acciones sobre el agua están teniendo en la captación de carbono y la resiliencia climática, la protección frente a inundaciones, el desarrollo económico de las áreas recuperadas o su importancia para el aprovisionamiento de alimentos y materias primas. Facilita recomendaciones y actuaciones para maximizar los beneficios ambientales, sociales y económicos.

CLIMA: OBJETIVO CERO

01 Futuro neutro
en carbono

02 Hostelería
#PorElClima

LOGROS DESTACADOS

— Desde 2019 y hasta 2021, hemos reducido el volumen de emisiones de Tn CO₂ generadas en toda la cadena de valor (Alcances 1, 2 y 3) en más de un 30,4%.

30,4%

— En la última década hemos reducido un 45% las emisiones de gases de efecto invernadero en toda la cadena de valor (Alcances 1, 2 y 3) en España.

45%

01 FUTURO NEUTRO EN CARBONO

— Proteger el futuro de nuestro planeta es urgente. El aumento de la temperatura, provocado por la emisión a la atmósfera de gases de efecto invernadero (GEI) derivada de la actividad del ser humano, genera cambios en el clima que están poniendo en peligro la supervivencia de ecosistemas y de especies, incluida la nuestra. En Coca-Cola nos hemos comprometido a ser líderes en la lucha contra el calentamiento global: alcanzaremos la neutralidad en carbono en 2040, diez años antes del objetivo marcado por Europa. Para 2030 habremos logrado reducir las emisiones GEI en un 30%.

— Nuestro plan está validado científicamente por la Science Based Targets Initiative y alineado con las directrices de: Carbon Disclosure Project (CDP), Pacto Mundial de Naciones Unidas, Instituto de Recursos Mundiales (WRI) y Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF).

Elegimos reducir antes que compensar

— Nuestro nuevo plan de acción climática 'Objetivo Cero' contribuye a limitar el aumento de la temperatura en 1,5°C en línea con las recomendaciones del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC). Para convertir las palabras en acciones, apostamos por reducir las emisiones en toda nuestra cadena de valor y movilizar a nuestros proveedores para que adopten medidas climáticas. Hemos elegido reducir antes que compensar y solo invertiremos en mecanismos que eliminen cuando no podamos reducir más. Divulgamos la

información sobre nuestras emisiones con transparencia y queremos implicar a todo el sector para acelerar la transición hacia un futuro con bajas emisiones.

El clima para Coca-Cola

• <https://www.cocacolaep.com/es/sostenibilidad/clima/>

— Para poder establecer prioridades hemos identificado el origen de nuestras emisiones. El 6% son de alcance 1: emisiones directas procedentes de fuentes propias o bajo control propio. El 1% de alcance 2: emisiones indirectas de la generación de energía comprada. Y el 93% de alcance 3: emisiones indirectas que se producen en la cadena de valor. Sin duda, será en este último punto donde más trabajaremos.

45,8%

En la última década hemos reducido las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en España

100%

Se cumplen los plazos para que el 100% de la electricidad utilizada en nuestros centros de trabajo y fábricas provenga de fuentes renovables en 2025

Compromiso con el planeta

MINIMIZAR EMISIONES A LA ATMÓSFERA

PLANTAS LIBRES DE ENERGÍA FÓSIL

Para lograr la descarbonización total en 2040, Coca-Cola lleva años avanzando para que el 100% de la energía eléctrica utilizada en las plantas de España y en las oficinas centrales de Madrid proceda de fuentes renovables. Y a finales de 2023, seis fábricas se convertirán en plantas neutras en carbono. La de la localidad oscense de Villas del Turbón ya ha sido la primera con cero emisiones netas.

EQUIPOS DE FRÍO

Desde 2019 y hasta 2021, hemos reducido el volumen de emisiones de Tn CO₂ generadas por los procesos de refrigeración en más de un 30%. Los nuevos coolers están libres de hidrofluorcarburos (HFC) y es energéticamente más eficiente: el 70% de las 'neveras' son *Connected Coolers*, equipos de frío de última generación diseñados para disminuir el consumo energético y, por tanto, la huella de carbono.

VEHÍCULOS ELÉCTRICOS E HÍBRIDOS

Contamos con un 5% de vehículos eléctricos o híbridos enchufables, cifra que se eleva a más de la mitad de nuestra flota de ventas en países como Noruega, Suecia y Alemania. Estamos trabajando desde todas las unidades de negocio de la compañía para lograr que, dentro del marco de la iniciativa EV100, los aproximadamente 8.000 automóviles y furgonetas de la flota de vehículos ligeros de Coca-Cola Europacífic Partners en Europa (con un peso inferior a 3,5T), así como la mitad de los aproximadamente 700 vehículos pesados de mercancías (con un peso superior a

3,5T-7,5T) que se utilizan en Bélgica y Alemania sean eléctricos o híbridos enchufables. También facilitaremos a nuestros empleados que usen estos vehículos instalando puntos de carga en los centros de trabajo.

CADENA DE VALOR MÁS SOSTENIBLE

Somos conscientes de que la lucha contra el cambio climático es un movimiento vital e imparable y que exige una respuesta decidida de todos. Trabajamos para que nuestros envases sean más ligeros e incorporen más materiales reciclados y nos aliamos con nuestros proveedores para asegurarnos de que adopten tecnologías de ahorro de energía.

Cambios en plantas en 2021 (ejemplos)

— Instalación de mantas térmicas en todas las plantas de refrescos Fointoira y Fuentemayor para evitar las pérdidas de calor y frío en las instalaciones.

— Las plantas de A Coruña y Bilbao han incorporado iluminación LED en diferentes zonas.

— En Sevilla, se está sustituyendo el CO₂ por nitrógeno en los procesos en que actúa como agente presurizador.

— Empleamos palés de madera reutilizables de CHEP (así hemos logrado una reducción del 60% en las emisiones de CO₂ relacionadas con el embalaje terciario).

— Participamos en el programa 'Carbon Neutral Pallet' para compensar la huella anual de carbono derivada de los movimientos del cuarto de palé utilizando un innovador producto fabricado al 100% con plástico mixto reciclado.

— Logística: incremento del uso del tren y del gas natural en camiones de distribución de producto. Coca-Cola emplea ya 700 rutas ferroviarias, el doble que en 2020.

02 HOSTELERÍA #PORELCLIMA

Con el fin de apoyar al sector hostelero en su descarbonización, desde 2017 Coca-Cola desarrolla en España esta iniciativa junto con Comunidad #PorElClima y ECODES. Una plataforma en la que pequeños, medianos y grandes hosteleros se comprometen a desarrollar buenas prácticas ambientales en seis ámbitos: agua, consumo responsable, energía, huella de carbono, movilidad y prevención y gestión de residuos. Hemos creado también una calculadora de emisiones de CO₂ con el fin de que todos los locales puedan conocer sus emisiones reales. Además, lanzamos un programa piloto que ha permitido a 17 locales identificar qué actividades generan mayor impacto ambiental para mitigarlo y compensarlo.

La compensación asumida por Coca-Cola y gestionada por ECODES a través del Mercado Voluntario de Carbono se donará a un proyecto de conservación de Madre de Dios en la Amazonía (Perú).

1.414

establecimientos adheridos a Hostelería #PorElClima

Hostelería #PorElClima

• www.hosteleriaporelclima.es



CADENA DE SUMINISTRO: SUMANDO JUNTOS

SUMANDO JUNTOS

01 Sostenibilidad, ética y derechos humanos

02 Agricultura sostenible

03 Bienestar animal y valor añadido

LOGROS DESTACADOS

El 92,3% de nuestras compras se realiza a proveedores adheridos a los Principios Rectores para Proveedores.

92,3%

ECOSISTEMA RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

Cada año la humanidad consume el equivalente a 1,7 planetas, o lo que es lo mismo, un 74% más de lo que los sistemas naturales pueden regenerar. La Tierra está en número rojos. Y para que sea un rojo sostenible, el de Coca-Cola, llevamos tiempo comprometidos en obtener nuestros principales ingredientes agrícolas y materias primas respetando al planeta. Utilizamos materias primas que cuentan con certificaciones de abastecimiento sostenible y seleccionamos proveedores que cumplen con nuestros Principios Rectores. Además, respetamos y protegemos los Derechos Humanos de todos, desde nuestros propios empleados a los trabajadores agrícolas en toda la cadena de suministro. Para todo ello, la implicación de nuestros proveedores resulta fundamental.

01 SOSTENIBILIDAD, ÉTICA Y DERECHOS HUMANOS

Nuestro Código de Conducta y los Principios Rectores para Proveedores componen las bases aplicables a todo el Sistema Coca-Cola para asegurar que se cumplen nuestros compromisos en materia de sostenibilidad en la relación con proveedores. Para ello, facilitamos los medios necesarios para que los conozcan y comprendan tanto fabricantes como proveedores. Tenemos un enfoque de tolerancia cero hacia la esclavitud moderna de cualquier tipo en nuestras operaciones y cadena de suministro.

Código de Conducta Empresarial

Garantiza que actuemos con integridad y responsabilidad en todas nuestras relaciones comerciales cumpliendo todas las leyes, regulaciones y políticas. Se aplica para todos los fabricantes y proveedores que intervienen en los procesos de compra. Se asienta en los principios generales que definen el compromiso ético del Sistema Coca-Cola, basado en los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre los Derechos Humanos, que, a su vez, toman como marco la Declaración Universal de Derechos Humanos.

Principios Rectores (SGP- Supplier Guiding Principles)

A través de ellos promovemos la libertad de asociación, la prohibición del trabajo forzoso, infantil, o el maltrato laboral, procuramos eliminar la discriminación y

promovemos condiciones de trabajo justas y favorables, acordes a lo establecido por la Ley. Informamos y sensibilizamos a nuestros proveedores sobre el contenido e importancia de estos Principios para que puedan comprometerse a demostrar su debido cumplimiento. Velamos por ello mediante controles y auditorías.

Evaluación del rendimiento

Cada proveedor recibe una puntuación basada en el valor financiero, la eficiencia, la innovación, el riesgo y la sostenibilidad. Esta última viene definida por la empresa de auditoría independiente EcoVadis, que evalúa aspectos ambientales, los modelos de gestión del carbono, el respeto a los Derechos Humanos y las buenas prácticas comerciales.

92,3%

de las compras realizadas a proveedores adheridos a nuestros Principios Rectores

2021

Este año Coca-Cola Europacific Partners ha sido incluido en la Lista A de CDP – Supplier Engagement Leaderboard

01 AGRICULTURA SOSTENIBLE

Azúcar, zumos de fruta, café, té... son algunos de nuestros principales ingredientes de alta calidad que necesitamos para producir bebidas, pero también utilizamos papel y pulpa de papel para los envases. Queremos que todos y cada uno de ellos se obtengan de forma respetuosa con el medio ambiente, y nos hemos fijado 2025 como meta para conseguirlo. Trabajamos en un sistema que nos permita conocer no solo al proveedor que suministra nuestros ingredientes, sino también su finca de procedencia.

Ya hemos alcanzado el 100% de abastecimiento sostenible para la soja, el azúcar o el papel y seguimos progresando en otros ingredientes prioritarios. Y para continuar sembrando futuro, promovemos el diálogo abierto con las principales organizaciones de normas agrícolas, las partes interesadas, los expertos, los proveedores y la industria, a través del trabajo con la Plataforma global de la Iniciativa para la Agricultura Sostenible (Plataforma SAI).

- _ La agricultura sostenible y la salud y el bienestar de los animales se integran en nuestro Programa de Agricultura Sostenible y en los Principios Rectores de la Agricultura Sostenible (SAGP).
- _ Estamos ayudando a los agricultores a ser más sostenibles, reduciendo el uso de agua y mejorando sus procesos agrícolas.
- _ El 100% de nuestros proveedores están comprometidos con nuestros Principios Rectores de Agricultura Sostenible (SAGP).

AVANCES DE PROVEEDORES ADHERIDOS A SAGP (AZÚCAR / PAPEL Y PULPA DE PAPEL)

100%

2021 Azúcar

100%

2021 Papel y pulpa de papel

PROGRESAMOS EN EL ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE DE NUESTROS INGREDIENTES



Soluciones con valor añadido

Valoramos que los proveedores, además de ofrecer productos y servicios de calidad, nos aporten soluciones que den valor en aspectos sociales y ambientales. Así, hemos trabajado con proveedores que añaden valor en cuanto a:

Certificación Lean&Green.

_ Materiales 100% reciclables.

_ Iniciativas sobre reducción de emisiones y residuos.

En 2021 el 97% de nuestro gasto se efectuó con proveedores locales.

Hemos puesto en marcha un proyecto para reducir el desperdicio de producto de merchandising y aprovechar el excedente de los materiales no utilizados en eventos corporativos.

Terrazas Sostenibles

Uno de los muchos ejemplos de unión con proveedores que añaden valor. Renovamos el parque de sillas, mesas y sombrillas de los establecimientos hosteleros con mobiliario reciclable y con material reciclado, fabricados con un gasto energético mínimo gracias a Ripay. EcoFabricPET, tejido patentado por la propia empresa, está hecho a partir de botellas PET. Con él se han realizado las sombrillas de nuestras Terrazas Sostenibles de los últimos cinco años, en cada una de ellas se han empleado 75 botellas de 500 ml de plástico PET recicladas.

Sostenibilidad de la cadena de suministro

- <https://www.cocacolaep.com/es/sostenibilidad/cadena-de-suministro/>

ANEXO

DATOS DE PROGRESO

 ESPAÑA Y ANDORRA

Compromiso	Indicadores KPI	2010 Base de referencia	2019	2020	2021
Avances en Bebidas					
Reduciremos el azúcar de nuestros refrescos en un 10% entre 2015 y 2020(2)(2)	Reducción en el promedio de azúcar por litro en nuestras bebidas desde 2015 (%)		18,2	23,9	24,4
	Reducción en el promedio de azúcar por litro en nuestras bebidas desde 2010 (%)		32,0	36,7	37,2
	Reducción en el promedio de azúcar por litro en nuestras bebidas desde 2019 (%)				7,6
Aspiramos a que el 50% de nuestras ventas procedan de bebidas bajas en calorías o sin calorías	Porcentaje del volumen vendido que es bajo en o sin calorías (%)	27	56	63	64
Evolucionaremos continuamente nuestras recetas y aumentaremos nuestro porfolio para ofrecer una mayor variedad de bebidas	Número de productos cuyas recetas se han modificado para reducir el azúcar desde 2010 (número)				24
	Número de nuevos productos bajos en o sin calorías lanzados desde 2010 (número)				68
Facilitaremos que los consumidores puedan reducir su ingesta de azúcar proporcionando información clara y sencilla y ampliando la disponibilidad de envases de menor tamaño	Porcentaje del volumen total de refrescos con gas vendidos en envases de 250 ml o menos (%) ⁽⁴⁾		10,0	6,2	8,8
Avances en Clima ⁽⁵⁾					
Reduciremos las emisiones de GEI en un 30% en toda nuestra cadena de valor para 2030, con respecto a 2019	Emisiones de alcance 1 (toneladas de CO ₂ e)	63.489	52.156	39.371	41.179
	Emisiones de alcance 2 (enfoque de mercado) (toneladas de CO ₂ e)	47.621	514	278	95
	Emisiones de alcance 2 (enfoque de localización) (toneladas de CO ₂ e)	63.142	43.635	33.831	26.885
	Emisiones de alcance 3 (toneladas de CO ₂ e)	1.150.294	823.071	650.506	642.299
	Emisiones totales de GEI de alcance 1, 2 y 3 (cadena de valor completa) (toneladas de CO ₂ e)	1.261.404	875.742	690.156	683.573
	Reducción absoluta de las emisiones totales de GEI de la cadena de valor (alcances 1, 2 y 3) desde 2010 (%)		30,6	45,3	45,8
	Reducción absoluta de las emisiones totales de GEI de la cadena de valor (alcance 1, 2, 3) desde 2019 (%)			21,2	21,9
Continuaremos utilizando electricidad 100% renovable en 2025	Porcentaje de electricidad comprada que proviene de fuentes renovables (%)		100	100	100
Porcentaje de emisiones de la cadena de valor	Porcentaje de emisiones de la cadena de valor - Fabricación (%)	10,1%	8,9%	9,0%	9,7%
	Porcentaje de emisiones de la cadena de valor - Distribución (%)	9,8%	9,9%	7,7%	7,8%
	Porcentaje de emisiones de la cadena de valor - Equipos para bebidas frías (%)	20,0%	21,1%	22,7%	18,8%
	Porcentaje de emisiones de la cadena de valor - Envases (%)	43,1%	43,0%	41,4%	43,6%
	Porcentaje de emisiones de la cadena de valor - Ingredientes (%)	16,9%	17,1%	19,1%	20,0%
Uso de la energía	Ratio de uso de energía (MJ/litro) ⁽⁶⁾	0,445	0,360	0,341	0,353
	Uso total de energía (MWh)	426.315	314.809	252.800	274.877

Compromiso	Indicadores KPI	2010 Base de referencia	2019	2020	2021
Avances en Envases					
Nos aseguraremos de que el 100% de nuestros envases sean reciclables o reutilizables	Porcentaje de envases reciclables (%) ⁽⁷⁾		99,6	99,7	99,7
	Porcentaje de envases de vidrio que son rellenables (%)	88,8	91,6	90,7	91,5
Trabajaremos con socios locales y nacionales para recoger el 100% de nuestros envases en Europa Occidental	Envases de PET recogidos para su reciclaje a través de asociaciones locales y nacionales como porcentaje del total de envases de PET puestos en el mercado (%)		78 ⁽⁸⁾	83 ⁽⁹⁾	83 ⁽¹⁰⁾
Nos aseguraremos de que al menos el 50% del material que utilizamos para nuestras botellas PET proceda de plástico reciclado (rPET)	Porcentaje de PET utilizado que es rPET(%)		25,0	25,0	28,3
Peso del envase	Aluminio - Peso total (toneladas)	7.175	23.423	26.199	28.421
	Acero - Peso total (toneladas)	71.427	26.081	9.118	8.652
	PET - Peso total (toneladas)	48.153	39.389	34.099	32.510
	Vidrio - Peso total (toneladas)	50.701	35.280	19.418	26.345
	Otras materias primas - Peso total (toneladas)	6.090	4.487	3.267	3.763
	Peso total de los envases (primarios/secundarios/terciarios) (toneladas)	195.288	141.019	103.378	112.175
	Porcentaje de contenido reciclado total (primarios/secundarios/terciarios) (%)	10,0	19,2	24,1	26,3
Ratio de uso de los envases	Ratio de uso del envase (g/litro de producto) ⁽¹¹⁾	61,89	47,29	42,21	43,77
Residuos de la fabricación	Total de residuos de fabricación enviados para su reciclaje (incluido el compostaje y la valorización energética de residuos) (%)	82,7	98,1	97,7	97,9
Avances en Agua					
Protegeremos la sostenibilidad de las fuentes de agua que utilizamos para las generaciones futuras	Lugares con planes de protección del agua de origen y evaluaciones de la vulnerabilidad del agua de origen (%)	100	100	100	100
Reduciremos el agua que utilizamos en la fabricación en un 20% y abordaremos el impacto del agua en nuestra cadena de suministro	Ratio de uso del agua (litros/litro) ⁽¹²⁾	2,17	1,87	1,81	1,83
	Porcentaje de reducción de la ratio de uso del agua desde 2010 (%)		14,04	16,67	15,91
	Volumen total de agua extraída (m³)	6.391.000	5.183.000	4.302.000	4.572.000
	Volumen total de aguas residuales vertidas (m³)	2.487.750	2.050.716	1.794.245	1.851.583
	Operaciones de fabricación con sus propias instalaciones de tratamiento de agua (número)		7	7	7
Repondremos el 100% del agua que utilizamos en las zonas con escasez de agua	Volumen total de agua reabastecida (m³)		3.782.450	3.642.850	3.669.150
	Porcentaje de agua reabastecida con respecto al total de agua utilizada en nuestras bebidas cuando procede de zonas con escasez de agua (%) ⁽¹³⁾		223,7	254,3	242,3
Avances en Cadena de Suministro					
Seguiremos integrando la sostenibilidad, la ética y los derechos humanos en nuestra cadena de suministro	Gasto con proveedores cubiertos por nuestros Principios Rectores para Proveedores (%)		97	92	92,3
Nos aseguraremos de que el 100% de nuestros principales ingredientes agrícolas y materias primas procedan de fuentes sostenible para 2020	Porcentaje de azúcar procedente de proveedores que cumplen con nuestros Principios de Agricultura Sostenible (%)		88	100	100
	Porcentaje de la pulpa y el papel obtenidos a través de proveedores que cumplen con nuestros PAS (%)		100	100	100

Compromiso	Indicadores KPI	2010 Base de referencia	2019	2020	2021
Avances en Sociedad					
Nuestras comunidades					
Ampliaremos nuestra contribución a la sociedad fomentando la participación de nuestros empleados en programas de voluntariado y continuaremos colaborando activamente en alianza con las comunidades locales	Contribución total de la inversión comunitaria (€) ⁽¹⁴⁾		2.451.196	2.147.379	2.944.072
	Número total de horas de voluntariado (horas) ⁽¹⁴⁾		8.664	2.132	5.520
Nuestro personal					
Fomentaremos una cultura diversa e integradora en nuestra empresa y nos aseguraremos de que las mujeres ocupen al menos el 40% de nuestros puestos directivos	Porcentaje de mujeres en puestos de dirección (nivel de gerencia y superior) (%)		26,0	26,6	27,8
Seguridad	Índice de incidentes con tiempo perdido (LTIR) (número por cada 100 empleados equivalentes a tiempo completo)		0,95	0,79	0,64
	Índice de incidentes totales (TIR) (número por cada 100 empleados equivalentes a tiempo completo que provocan una lesión que requiere tratamiento médico)		1,47	1,22	0,93
Número de empleados	Total de empleados (número)		3.705	3.635	3.549
	Hombres (número/%)		2.873/77,5	2.802/77,1	2.726/76,8
	Mujeres (número/%)		832/22,5	833/22,9	823/23,2
Tipo de empleo	Empleados a tiempo completo (número/%)			3.565/ 98,1	3.482/98,1
	Hombres (número/%)			2.797/ 99,8	2.721/99,8
	Mujeres (número/%)			768/ 92,2	761/92,5
	Empleados a tiempo parcial (número/%)			70/1,9	67/1,9
	Hombres (número/%)			5/0,2	5/0,2
	Mujeres (número/%)			65/7,8	62/7,5
Tipo de contrato de trabajo	Empleados con contrato permanente (número/%)			3.379/ 93,0	3.196/90,1
	Hombres (número/%)			2.642/ 94,3	2.475/90,8
	Mujeres (número/%)			737/ 88,5	721/87,6
	Empleados con contrato temporal (número/%)			256/ 7,0	339/9,6
	Hombres (número/%)			160/ 5,7	240/8,8
	Mujeres (número/%)			96/ 11,5	99/12,0
Tasa de contrataciones internas	Contratación de nuevos empleados (número/%)			71/2,0	43/1,2
	Hombres (número/%)			43/1,5	32/1,2
	Mujeres (número/%)			28/3,4	11/1,3
	<20a–29a (número/%)			7/4,7	6/4,1
	30a–50a (número/%)			59/2,5	25/1,1
	>50a (número/%)			5/0,5	12/1,0

Avances sobre la sociedad				
Nuestro personal				
Rotación voluntaria de empleados	Rotación voluntaria (número/%)		64/1,8	101/2,8
	Hombres (número/%)		50/1,8	63/2,3
	Mujeres (número/%)		14/1,7	38/4,6
	<20a–29a (número/%)		14/9,5	18/12,2
	30a–50a (número/%)		40/1,7	61/2,7
	>50a (número/%)		10/0,9	22/1,9
Rotación total de empleados	Rotación total de empleados (número/%)		1.098/30,2	381/10,7
	Hombres (número/%)		807/28,8	287/10,5
	Mujeres (número/%)		291/34,9	94/11,4
	<20a–29a (número/%)		235/15,8	29/19,7
	30a–50a (número/%)		786/32,7	139/6,2
	>50a (número/%)		78/7,2	213/18,4
El rendimiento y desarrollo profesional de los empleados se evaluará de manera periódica	Administradores y superiores (%)		0	100
	Alta dirección y superiores (%)		97	98
	Gerente e inferiores (%)		10	17
	Hombre (%)s		20	26
	Mujeres (%)		23	34
Relación entre el salario base y la remuneración de las mujeres y los hombres	Directivos (%)		105	104
	No directivos(%)		97	98
Residuos ⁽¹⁴⁾				
Residuos de fabricación	Total de residuos de fabricación enviados para su reciclaje (incluido el compostaje y la valorización energética de residuos) (%)	98,1	97,7	97,9
Pérdida de alimentos	Redistribuidos para el consumo humano (toneladas)		1.168	456.805
	Digestión (an)aeróbica - planta de tratamiento de aguas residuales in situ (toneladas)		6.503	5.308
	Digestión (an)aeróbica - planta externa de tratamiento de aguas residuales (toneladas)		2.360	4.417

(1) Téngase 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 los datos combinados antes de la fundación de CCEP pueden no estar disponibles en todos los casos.

(2) Solo refrescos con gas y refrescos sin gas. No incluye agua ni zumos.

(3) Total de ventas de CCEP. No incluye café, alcohol, cerveza ni Freestyle. Bebidas bajas en calorías <20kcal/100ml. Bebidas sin calorías <4kcal/100ml.

(4) Basado en el volumen de ventas de refrescos con gas de CCEP en 2021, a nivel de unidades de mantenimiento de stock (SKU).

(5) Nuestras cifras de referencia para 2019 se han reformulado para incluir nuevas fuentes de emisión y datos más precisos.

(6) Ratio de uso de energía, MJ/litro de producto producido.

(7) El envase es el que llega a manos del consumidor (envase listo para beber). Los criterios de reciclabilidad se basan en evaluaciones de reciclabilidad específicas del mercado.

(8) Fuente de datos: Ecoembes (2017, 2018), Ecovidrio (2017).

(9) Fuente de datos: Ecoembes (2018, 2019), Ministerio de Medio Ambiente (2017).

(10) Fuente de datos: Ecoembes (2020).

(11) Ratio de uso de envases basado en su tonelaje, incluyendo la triplicación de los envases rellenables.

(12) Ratio de uso de agua, litros de agua por litro de producto acabado producido.

(13) Realimentación de agua calculada sobre el volumen de producción de los centros de CCEP situados en zonas de escasez de agua, según el análisis de WRI/Aqueduct, y los volúmenes totales de agua realimentada. Puede diferir de los cálculos de The Coca-Cola Company, que se basan en el volumen total de ventas.

(14) Datos consolidados de Andorra, Portugal y España.



INFORME DE SOSTENIBILIDAD ESPAÑA 2021

