



# AVANZAMOS 2020

## JUNTOS MARCAMOS LA DIFERENCIA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD **2020**

# ÍNDICE

○	Somos COCA-COLA	06
○	<b>AVANZAMOS</b>	
	En nuestro modelo de gobierno corporativo	12
	Para ofrecer más variedad <b>BEBIDAS</b>	34
	Hacia una economía circular <b>ENVASES</b>	42
	Con nuestros empleados y las comunidades <b>SOCIEDAD</b>	56
	En nuestros compromisos con el agua <b>AGUA</b>	80
	Hacia nuestro objetivo cero <b>CLIMA</b>	92
	Juntos <b>CADENA DE SUMINISTRO</b>	100

# SOMOS Coca-Cola

## Carta de los Directores Generales



El año 2020 estuvo marcado por nuevos desafíos derivados de una pandemia mundial sin precedentes, la COVID-19, trayendo consigo impactos y cambios en nuestras vidas tanto a nivel personal como profesional. Al cierre de este informe, seguimos aprendiendo de una situación que ha sido nueva y excepcional. Aprendizaje que utilizaremos para seguir mejorando y alcanzar nuestro propósito común: refrescar el mundo y marcar la diferencia.

A lo largo del último año hemos sabido adaptarnos, tanto como empresa e industria, como de forma individual cada uno de los que formamos parte de Coca-Cola. Solo gracias a esta capacidad y resiliencia, hemos sido capaces de mantener nuestras metas y visión empresarial. Para ello, **hemos asumido nuevos retos, poniendo el foco en garantizar el bienestar, la salud y la seguridad de nuestros empleados, el mejor servicio para nuestros clientes y el apoyo a las comunidades en las que estamos presentes.**

Nuestra estrategia de sostenibilidad "Avanzamos", basada en las metas que The Coca-Cola Company y Coca-Cola Europacific Partners (CCEP) han establecido para Europa Occidental, busca integrar objetivos ambientales, sociales y de buen gobierno (ASG) en nuestras operaciones, actuando sobre seis ejes que abarcan todos los aspectos de nuestro negocio: bebidas, envases, sociedad, agua, clima y cadena de suministro.

Como parte de la respuesta que nos ha demandado el contexto de la Covid-19, y para fortalecer nuestro compromiso con nuestros empleados, hemos apostado por el teletrabajo en todos los puestos que lo han permitido, hemos fortalecido nuestros programas y canales de comunicación, fomentado estilos de vida activos y saludables, promoviendo la conciliación y el desarrollo personal y profesional de nuestros equipos.

Ante las necesidades que surgieron con el resto de nuestros grupos de interés, enfocamos nuestros programas, recursos y esfuerzos para apoyar a la hostelería, a los sanitarios, a los grupos vulnerables y a las asociaciones; con donativos, programas de voluntariado y alianzas que nos han ayudado a ir superando esta crisis.

Seguimos trabajando para garantizar que cumplimos con nuestra parte en el desarrollo del bienestar personal de nuestros clientes y consumidores y las expectativas de la sociedad. Así, apostamos por ofrecer más opciones de bebidas, menos azúcar, envases más pequeños y más información al consumidor.

**Estamos convencidos de que la sostenibilidad será clave para salir de esta crisis reforzados y hacerlo en un contexto con más oportunidades, basadas en la inclusión y el respeto al medio ambiente.**

Las alianzas internacionales y una estrategia de recuperación verde han sido clave para desplegar nuestro compromiso con la sostenibilidad en toda la cadena de valor ante retos relevantes como el cambio climático y la economía circular.

Reconocemos nuestro papel en la lucha contra el cambio climático y la necesidad de reducir nuestro impacto ambiental. Para ello, en Europa Occidental hemos establecido el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono en 2040 y reducir nuestras emisiones absolutas de Gases Efecto Invernadero (GEI) en toda nuestra cadena de valor en un 30% para 2030.

Queremos convertirnos en líderes en el camino hacia una economía circular, por lo que trabajamos para que

todos los envases se puedan recoger, reutilizar y reciclar, evitando así la generación de residuos y apoyando a su vez nuestro objetivo de reducción de emisiones, comprometiéndonos en Europa a publicar anualmente la huella de carbono por tipo de envase.

Sobre esta línea, desde Coca-Cola en España nos hemos adherido en el 2020 al "Plan de Recuperación para Europa" (Green Recovery) y al "Recover Better" del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Iniciativas que nos impulsan a la recuperación sostenible tras la Covid-19 y a seguir actuando sobre la sociedad y el planeta con acciones que reafirman nuestros compromisos y que damos a conocer a través de este informe.

Por último, anunciamos que a la fecha de la presentación de este informe, se ha producido la exitosa unión de Coca-Cola European Partners y Coca-Cola Amatil, de donde nace Coca-Cola Europacific Partners, el embotellador de Coca-Cola más grande del mundo por ingresos.

2020 ha sido un año destacable en muchos aspectos. Este año, más que nunca, reconocemos la contribución que nuestros empleados realizan a diario, incluso en las circunstancias más adversas. Esta situación ha resaltado la importancia de hacer de la sostenibilidad un pilar fundamental de progreso, lo que ha fortalecido nuestro compromiso para seguir trabajando en el desarrollo de nuestro negocio bajo principios que equilibren aspectos económicos, sociales y ambientales. Con estos pilares, volveremos a superar los retos del hoy, al igual que llevamos haciendo a lo largo de nuestra centenario historia: convirtiendo la adversidad en oportunidad.

**Francesc Cosano**  
Director General de  
Coca-Cola Europacific  
Partners Iberia

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



## COCA-COLA

### Dos empresas, un sistema

The Coca-Cola Company y Coca-Cola Europacific Partners son dos compañías que forman el Sistema Coca-Cola, 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 la generación de demanda.

**Coca-Cola Europacific Partners** es la compañía encargada de la 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.

### *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 y cotizamos en bolsa desde hace 100 años. Nuestro compromiso ha consistido en ofrecer a nuestros consumidores una gran variedad de bebidas que puedan adaptarse a sus gustos y a las diferentes ocasiones de consumo.

Innovamos continuamente en nuestra oferta de bebidas con nuevos productos.

The Coca-Cola Company es la propietaria de las marcas y se encarga de suministrar los concentrados para las bebidas, además de generar la demanda a través de acciones de 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 central de The Coca-Cola Company en Atlanta, en Estados Unidos.

Junto con nuestros socios embotelladores, empleamos a más de 700.000 personas en el mundo y potenciamos el desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades locales donde operamos.

### *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.

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".

Más de 300 millones de personas disfrutan de las bebidas que producimos en los 13 países de Europa Occidental en los que operamos: Andorra, Alemania, Bélgica, España, Francia, Gran Bretaña, Islandia, Luxemburgo, Mónaco, Noruega, Países Bajos, Portugal y Suecia. Además, contamos con una oficina comercial en Bulgaria.

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

En mayo de 2021, y tras la exitosa unión de Coca-Cola European Partners y Coca-Cola Amatil, 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. Nuestro porfolio 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.

# Ayudamos a construir un futuro sostenible

## Propósito

Nuestro propósito es refrescar al mundo y marcar la diferencia en la vida de las personas y el planeta.

A través de nuestro propósito global **"Refresh the world. Make a difference"** (Refrescar al mundo. Marcar la diferencia) buscamos crear y comercializar marcas y bebidas que satisfagan las necesidades de clientes y consumidores, a la vez que avanzamos sobre un modelo de negocio más sostenible que contribuya a crear un mejor futuro para todos.

En 2019 nos detuvimos para reflexionar sobre nuestro propósito, y nos dimos cuenta de que nuestro motor debía seguir siendo "refrescar al mundo", pero quisimos complementarlo con algo más. Ese algo más es "marcar la diferencia" y hacerlo frente a los retos que nos presenta el mundo contemporáneo, poniendo en el centro a cada uno de los actores que forman parte de nuestra actividad:



- Los consumidores y los clientes
- Los trabajadores
- La comunidad
- El planeta

## La generación de valor, un compromiso transversal a todo nuestro negocio

Nos preocupamos por integrar la visión de cada uno de nuestros grupos de interés en nuestro propósito, para crear valor desde que adquirimos las materias primas hasta que el producto llega al consumidor final.



Nuestra **visión** es crear y comercializar las marcas y los productos que cautiven a las personas.



Nuestro **compromiso** es hacerlo a través de un negocio más sostenible, que contribuya a un futuro mejor y que marque la diferencia en la sociedad y el planeta.



Queremos que nos identifiquen por el **liderazgo de nuestro modelo de negocio**, el cual pueda ser parte de la solución y fuente de inspiración para conseguir cambios positivos.



Por eso, **invertimos en las personas** para mejorar sus vidas y construir un futuro mejor para todos.



Generamos valor en alianza con todos nuestros grupos de interés y, en especial, con nuestros **clientes**, desde el mayor de los supermercados hasta el bar, café o restaurante más pequeño. Trabajamos para ofrecerles el mejor de los servicios y construir con ellos relaciones de futuro mejor.



## 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 para integrarlas en nuestra estrategia corporativa. Mantenemos un diálogo constante y sólido con cada uno de ellos para mejorar nuestros procesos de toma de decisiones, contribuyendo a un desarrollo más equitativo.

Fortalecemos relaciones de confianza y alianzas estratégicas pensadas a largo plazo como palanca para el crecimiento 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.



### Ofrecemos a nuestros empleados

un entorno de trabajo diverso e inclusivo, en el que promovemos el desarrollo profesional y personal de nuestro equipo, cuidando de su salud y seguridad.



### Para los consumidores,

disponemos de canales de diálogo a través de redes sociales, canales corporativos y el buzón de denuncias. Seguimos de manera personalizada cada caso para dar respuesta a las peticiones.



### Promovemos un diálogo abierto y constante con nuestros proveedores,

especialmente con aquellos que son estratégicos.



### Mantenemos diálogo constante con diferentes medios de comunicación,

tanto especializados como generalistas, a través de comunicaciones, encuentros y otros foros y eventos.



### Organizamos encuentros y actividades con aquellos agentes de las comunidades

(instituciones públicas y Organizaciones No Gubernamentales - ONG) para generar cambios significativos en las personas y el entorno.



### Estamos a disposición de nuestros clientes

a través de nuestro equipo comercial con políticas de atención personalizada y con una estrategia multicanal.



# Avanzamos en nuestro Modelo de Gobierno Corporativo

*The Coca-Cola Company*

**El compromiso de nuestro Gobierno Corporativo se centra en el comportamiento ético, responsable y transparente para fomentar una cultura fuerte, innovadora y colaborativa.**

Diferentes mecanismos establecidos a lo largo de nuestra cadena de valor fomentan el comportamiento ético.

## Gobierno Corporativo

Nuestros principios y prácticas empresariales fomentan una cultura innovadora y de colaboración que está comprometida con el comportamiento ético, la responsabilidad y la transparencia.

**A través de las pautas y líneas de actuación, es posible construir confianza y alinear nuestra estrategia con los intereses de todos nuestros grupos de interés.**

A escala global, y bajo el sistema de gobernanza de The Coca-Cola Company, existe un **conjunto de comités**

### ► Comité

**Ejecutivo  
Auditoría  
Talento y Compensación  
Directores y Gobierno Corporativo  
Finanzas  
Desarrollo de Gestión  
ASG y Asuntos Públicos**

## Código de Conducta

Nuestro modelo es una guía para la correcta actuación de forma íntegra y honesta, aplicable para todas las personas que forman parte de Coca-Cola Iberia y para nuestros socios de negocio.

## Directrices internas

Nuestro conjunto de políticas, códigos y principios son la base teórica para que desde nuestras operaciones se promueva el comportamiento ético, responsable y transparente:

- Programa anticorrupción
- Norma regional sobre la aceptación de regalos de clientes, proveedores y otros socios
- Política de conflictos de interés aplicable a todos los empleados
- Código Ético para No Empleados
- Código Ético para Proveedores
- Principios Rectores para Proveedores

## Canal de Denuncias

Existe un canal ético "Ethics Line", disponible en todo el mundo, en varios idiomas, las 24 horas del día y los siete días de la semana.

24/7

Adicionalmente, a nivel local, ofrecemos a los empleados de Coca-Cola Iberia un **canal de denuncias para que tengan la posibilidad de iniciar el procedimiento de una forma más cercana**. Las denuncias recibidas las tramitamos a través del **Comité de Compliance**, con un compromiso de respuesta en un plazo de tres días y contamos con procesos para tomar las medidas necesarias. Anualmente, el Comité de Compliance emite una memoria con información sobre las incidencias registradas.

## Comité de Dirección

El máximo órgano de gobierno de Coca-Cola Iberia cuenta con un Plan de Formación y Desarrollo, a través del cual, el Senior Management participa a lo largo del año en procesos de formación personalizada y actualizaciones de asuntos clave, además de realizar visitas en las fábricas y entrevistas con expertos.

## Código Ético y Comité de Compliance

El Comité de Compliance, que depende directamente del máximo órgano de gobierno de Coca-Cola Iberia en España, es responsable de supervisar y dar seguimiento al **Código de Conducta y al canal de denuncias local**.

Para garantizar que se cumplen todas las normas e implantación del Código Ético como parte de la cultura laboral de la empresa, contamos con un **"Local Ethics Officer"**, responsable de dar seguimiento a los principios, políticas y procesos que establece el Código.

## Miembros del Comité de Dirección\*



**JUAN IGNACIO DE ELIZALDE**  
General Manager

**JOSÉ LUIS RAMOS**  
Finance Director

**MARTA MUÑOZ**  
Human Resources Director

**ESTHER MORILLAS**  
Marketing Director

**JOSÉ NÚÑEZ**  
Technical Director

**PEDRO FERNÁNDEZ**  
S&I Director

**JOSÉ CARLOS CRUZ  
ANTONIO CLAVERÍA\***  
Operations Director

**LUCÍA LOBATO**  
Iberia Counsel

**PELAYO BEZANILLA  
NATALIA GONZÁLEZ-VALDÉS\***  
Public Affairs, Communication  
& Sustainability Director

(\*) Se incorporaron al Comité de Dirección de Coca-Cola Iberia el 1 de septiembre de 2020.



## Sostenibilidad en el Gobierno

### Consejo Global de Asuntos Públicos y Reputación Corporativa

Su objetivo es gestionar la Responsabilidad Corporativa, identificar los riesgos y las oportunidades en nuestros negocios y comunidades, así como proponer estrategias de actuación.

Este Consejo está compuesto por un grupo interfuncional de altos directivos que se reúne semestralmente para asegurar el correcto seguimiento de las iniciativas desarrolladas y proponer proyectos transversales a toda la compañía.

### Comisión de Responsabilidad Corporativa

En España, depende del Comité de Dirección y se reúne semestralmente para asegurar un correcto seguimiento de las iniciativas desarrolladas y proponer proyectos que impliquen a toda la organización.

En 2020, los grupos de trabajo derivados de la Comisión avanzaron en materia de movilidad sostenible, Inversión Socialmente Responsable, fomento de una cultura de desarrollo sostenible, compras responsables, así como integrar la discapacidad o mejorar la medición y la transparencia.

El puesto más elevado con responsabilidad directa en la estrategia de sostenibilidad global de Coca-Cola está ocupado por la vicepresidenta y directora de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sostenibilidad de The Coca-Cola Company. Esta posición reporta directamente al Director General y CEO. En España, la función de Responsabilidad Corporativa depende del director de Public Affairs, Comunicación y Sostenibilidad, que depende directamente del Comité de Dirección.

## Derechos Humanos

### El respeto por los Derechos Humanos es un principio esencial en todas nuestras operaciones.

En conformidad con los Principios Rectores de Naciones Unidas, promovemos el respeto por los Derechos Humanos en nuestras relaciones con nuestros empleados, proveedores, clientes y otros grupos de interés.

Hemos desarrollado una Política de Derechos Humanos para abordar el respeto y promoción de los Derechos Humanos en nuestra actividad, la cual se hace extensible a los socios a través de nuestros Principios Rectores para Proveedores.

## Política Anticorrupción

En línea con nuestro compromiso con la transparencia y la cultura ética, en 2020, se ha revisado y actualizado la Política Anticorrupción.

The Coca-Cola Company extiende la aplicación de este documento para todos los empleados, funcionarios, directores y terceros que trabajen en nombre del Sistema Coca-Cola.

### Dentro del contenido de la Política se destaca:

- La prohibición de toda práctica de soborno, ya sea en las relaciones con funcionarios públicos, como con el sector privado.
- Protocolos y procesos validados por diferentes órganos de gobierno en relación a la política de regalos.
- El proceso de debida diligencia que se debe seguir en las relaciones con socios de negocio.
- "EthicsLine" como herramienta para notificar infracciones y mecanismo de revisión y aprobación.
- Regula temas relacionados con la legislación aplicable en anti-corrupción, soborno gubernamental, soborno comercial, pagos de facilitación, transacciones gubernamentales, regalos, comidas, viajes y entretenimiento, donaciones, productos promocionales o contribuciones políticas.
- Procesos de capacitación y auditorías para asegurar su cumplimiento.





Desde Coca-Cola Europacific Partners estamos comprometidos con los más altos estándares de gobierno corporativo y reconocemos la importancia de la transparencia y de la integridad en todos los niveles de nuestra compañía.

A través de nuestro modelo de gobierno, buscamos generar valor para todos nuestros grupos de interés, teniendo muy presente la asociación con The Coca-Cola Company como una palanca para generar crecimiento sostenido y sostenible conjunto.

**Actuamos con integridad y responsabilidad en todas nuestras relaciones, cumpliendo todas las leyes, regulaciones y políticas aplicables. Nuestro objetivo es prevenir todas las formas de soborno y corrupción en nuestros negocios.**

## Nuestro Modelo de Gobierno Corporativo

El máximo órgano para Coca-Cola Europacific Partners es el Comité de Dirección Europeo, que a su vez, se subdivide en el Consejo y Comité de Dirección por región, los cuales trabajan en el cumplimiento del objetivo por fomentar el comportamiento ético de la Compañía, prevenir todas las formas de soborno y corrupción de nuestros negocios.

### Del Consejo, se despliegan Comités que tratan asuntos específicos:

- **Comité de Auditoría:** responsable de monitorear la integridad de los estados financieros y llevar una correcta gestión de los riesgos de la compañía.
- **Comité de Transacciones Afiliadas:** gestiona la relación con inversores y accionistas.
- **Comité de Responsabilidad Corporativa:** responsable de velar por nuestra estrategia de sostenibilidad y por el avance de las políticas y los riesgos asociados al cambio climático, entre otros.
- **Comité de Nominación:** revisa cuestiones relacionadas con la alta dirección y la sucesión de directores, tomando en cuenta factores de cultura, diversidad, talento y liderazgo.
- **Comité de Remuneración:** encargado del marco de remuneración en todos los niveles de la compañía, junto con la supervisión del cumplimiento de políticas y principios relacionados con los esquemas de acciones para empleados.

## Comité de Dirección en Iberia



**Francesc Cosano**  
Director General

**Albert Pérez**  
VP, Finance Iberia

**Pedro Vinhas**  
Customer Service & Supply Chain

**Ana Callol**  
VP Asuntos Públicos,  
Comunicación y Sostenibilidad

**Marta Sempere**  
VP, People & Culture

**David Marimon**  
VP, CIO Iberia

**Juan de Rueda**  
VP, Legal Iberia

**Rui Serpa**  
Country Manager- Portugal

**Ferran Gall**  
VP, Comercial Iberia

**Andrés Curbelo**  
Business Executive Support

## Código de conducta

Nuestro Código de Conducta pretende garantizar que actuemos con integridad y responsabilidad en todos nuestros negocios y relaciones, en cumplimiento de todas las leyes, reglamentos y políticas aplicables.

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

Esperamos que todos los empleados se adhieran a este Código, y que todos los terceros que trabajen en nuestro nombre actúen de manera ética y consistente con él, cumpliendo con nuestros Principios Rectores para Proveedores.

Para promover su seguimiento e implantación, todos los empleados deben realizar una formación sobre el Código de Conducta y todos los managers reciben una guía del Código que aborda sus responsabilidades y orientación en la toma de decisiones. Así mismo, proporcionamos formación sobre temas relacionados con roles específicos cuando es necesario.

### Comités del Código de Conducta

Las posibles infracciones de nuestro Código de Conducta las supervisa el comité local del 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 las supervisa el Comité del Código de Conducta del grupo, que es un subcomité del Comité de Riesgo y Cumplimiento y está presidido por el director de Cumplimiento.

### 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 y al Chief Compliance Officer del Grupo.

- **Speak-Up Channel:** es un canal **confidencial online y telefónico para comunicar sospechas o preocupaciones** sobre posibles incumplimientos de nuestro Código de Conducta, nuestras políticas clave o la ley.

Con este canal, proporcionamos un espacio y los medios para que toda voz sea escuchada, creando el entorno para que todo el mundo se sienta capacitado para prosperar y contribuir al crecimiento de nuestra empresa.

CCEP Speak-Up está administrado por una compañía independiente y está disponible las 24 horas del día, los siete días de la semana, en todos nuestros idiomas locales.

24/7

Siempre que lo permitan las leyes locales, tiene la opción de que las preocupaciones y sospechas presentadas permanezcan en el anonimato. Igualmente, no toleramos ninguna forma de represalia por realizar un reporte o por cooperar en una investigación.

De esta forma, cualquier empleado que desee plantear su preocupación sobre irregularidades en la compañía puede hacerlo de diferentes maneras, tal y como se establece en nuestro Código de Conducta, incluyendo, entre otros, el contacto con su superior directo, a través de nuestros canales de Speak-Up. Cuando un empleado exprese su preocupación en relación con el Código de Conducta, Coca-Cola Europacific Partners llevará a cabo una investigación de forma rápida y adecuada.

**Estamos comprometidos en realizar nuestra actividad siguiendo los estándares éticos más altos y prohibiendo todas las formas de soborno y corrupción en nuestros negocios. Manteniendo un seguimiento continuo al cumplimiento continuo al cumplimiento de nuestras políticas, realizamos las actualizaciones necesarias y desarrollamos formaciones obligatorias segmentadas por audiencias internas, si es necesario.**

### Políticas de Conflictos de Interés y Antisoborno, Regalos y Entretenimiento

Tras una consulta llevada a cabo con los comités de la empresa en cada uno de los países en los que operamos, en 2019 lanzamos nuestra Política Antisoborno, Regalos y Entretenimiento y nuestra Política de Conflictos de Interés. Estas políticas son aplicables a todos los empleados y se acompañan de formación.

**Nuestro objetivo es evitar toda forma de soborno y corrupción en nuestras relaciones comerciales, tal como lo establece nuestro Código de Conducta, incluyendo los conflictos de interés y el intercambio de regalos e invitaciones.**

Prohíbe la corrupción y todas las formas de soborno, tanto en el sector público como en el privado.

**Nunca debemos involucrarnos en esta práctica, ni directamente ni a través de terceros.**

### Conflictos de Interés

Evita que las actividades personales de los empleados, intereses o relaciones externas interfieran, o parezcan interferir, con su capacidad de actuar en el mejor interés de Coca-Cola Europacific Partners. Nadie en la compañía debe usar su posición para beneficio personal.

### Política de Derechos Humanos

Nuestra Política de Derechos Humanos se ha desarrollado en línea con los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y los Derechos Humanos, los estándares establecidos por la Organización Internacional del Trabajo y la Declaración Fundamental sobre Principios y Derechos en el Trabajo de Pacto Mundial. Trabajamos en colaboración con nuestros proveedores para respetar y proteger al ser humano y sus derechos a lo largo de toda nuestra cadena de suministro.

**Estamos comprometidos para que todas las personas involucradas a lo largo de nuestras operaciones sean tratadas con dignidad y respeto.**

# La sostenibilidad en el centro de nuestra estrategia 2020

Continuamos trabajando en todos los mercados de Europa Occidental con objetivos marcados en nuestra estrategia de sostenibilidad.

## RESPONDEMOS a la situación causada por la pandemia

En Coca-Cola estamos haciendo frente al desafío de la pandemia de la COVID-19 trabajando en el ahora, ayudando a paliar la situación que estamos viviendo, pero también con la vista puesta en el futuro. Por eso, ponemos el foco cada día en **proteger a nuestros empleados, mantener el mejor servicio para nuestros clientes y ayudar a las comunidades en las que operamos.**



### Nuestros empleados

- Cuidamos su salud reforzando las medidas de seguridad y trabajando en remoto cuando es posible.
- Reconocemos la actividad de nuestro *Frontline* (compensación extraordinaria de 500 euros).
- Mantenemos una comunicación fluida y transparente.
- Facilitamos actividades de voluntariado para aquellos que quieran colaborar con la comunidad.



### Nuestros clientes

- Adaptamos la producción y la logística para garantizar el mejor servicio.
- Garantizamos la seguridad y salud como prioridades.
- Apoyamos a la hostelería:
  - #Juntosconlahostelería en Bartalent Lab. Mejoramos el contenido de esta plataforma para ayudar al sector a prepararse para la vuelta.
  - Reconocimiento de acciones solidarias del sector a través de Hostelería #PorElClima.
  - Planes específicos para la vuelta a la normalidad.



### Nuestras comunidades

- The Coca-Cola Foundation apoyó a las comunidades de todo el mundo con 120 millones de dólares. En España, se centró en ayudar a 1.000 familias vulnerables a través de Cruz Roja Responde..
- Lanzamos los Encuentros "Todo irá Mejor" para ofrecer apoyo emocional durante la pandemia.
- Donamos bebidas: más de 1 millón de litros para entidades sociales, hospitales o fuerzas de seguridad del estado.
- Reenfocamos proyectos sociales como GIRA a formato online (GIRA Mujeres y GIRA Jóvenes) para seguir apoyando a mujeres y jóvenes.



En tiempos difíciles es clave afrontar los desafíos desde una visión lo más amplia posible. La salud del planeta está directamente relacionada con la nuestra. Por ello, la lucha contra el cambio climático y su impacto en la biodiversidad, la defensa del agua como recurso esencial y el cuidado de las personas, entre otros, son ejes clave de la estrategia de sostenibilidad de Coca-Cola. En este informe presentamos el desempeño y los resultados de 2020.



## AVANZAMOS, nuestra estrategia de sostenibilidad

En 2017 se llevó a cabo un análisis del contexto interno y externo a nuestras empresas, que incluyó una consulta exhaustiva a nuestros grupos de interés. Fruto de este proceso **surgen los seis ejes de la estrategia** que constituyen los asuntos materiales de nuestra gestión, y **buscan impactar significativamente en aquellos temas que nuestros grupos de interés quieren que prioricemos**. En cada uno de ellos hemos adquirido una serie de compromisos que, juntos, proporcionan una dirección clara, en los que estamos trabajando 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.



**CADENA DE SUMINISTRO**

Adquiriremos nuestros principales ingredientes de materias primas responsables y sostenibles.



Nuestros 6 pilares recogidos en "Avanzamos", están vinculadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Contribuimos de manera directa en 6 ODS alineados con nuestra estrategia de sostenibilidad (ODS 3, 4, 6, 12, 13 y 17). Además, a lo largo de nuestra cadena de valor, impactamos de forma indirecta en otros 7: ODS 5, 7, 8, 9, 10, 14 y 15.



This is our **Communication on Progress** in implementing the Ten Principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals. We welcome feedback on its contents.



**ODS 3**

3.4 Promover la salud y el bienestar.



**ODS 4**

4.1 Asegurar que todas las niñas y los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria.

4.4 Aumentar el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias para el empleo.



**ODS 6**

6.4 Aumentar el uso eficiente de los recursos hídricos.

6.6 Proteger y restablecer los ecosistemas relacionados con el agua.



**ODS 12**

12.2 Gestionar de forma sostenible eficiente los recursos naturales.

12.5 Reducir la generación de desechos mediante prevención, reducción, reciclado y reutilización.

12.8 Formar y sensibilizar sobre desarrollo sostenible y estilos de vida sostenibles.



**ODS 13**

13.1 Fortalecer la resiliencia a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales.

13.3 Mejorar la educación y la sensibilización respecto al cambio climático.



**ODS 17**

17.17 Promover alianzas eficaces en la esfera público-privada y de la sociedad civil.



# Nuestra cadena de valor

Estamos convencidos de que nuestra posición en la industria de bebidas implica el desafío de ser líderes en la transformación sostenible, por lo que hemos asumido el compromiso de trabajar a lo largo de toda nuestra cadena de valor bajo las mejores prácticas y estándares internacionales, en línea con grandes pactos como los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Sólo con las mejores materias primas, los envases adecuados para cada producto y dándole importancia a todos los recursos podemos producir y distribuir millones de productos a todos nuestros clientes y consumidores. Participando en nuestra comunidad, obtenemos los mejores resultados financieros y sociales.

En toda nuestra cadena de valor aplicamos buenas prácticas que contemplan criterios de calidad y sostenibilidad para ajustarse a las demandas del mercado. Garantizamos el mejor servicio a través de nuestras líneas de producción, distribución y comercialización.

## El impacto en nuestra cadena de valor

En 2019 hemos realizado un estudio de impacto socioeconómico para sintetizar y cuantificar el impacto que tienen nuestras acciones desde la perspectiva económica, social y ambiental. Los resultados del estudio son los siguientes:



### Nuestro negocio

- 23 marcas, más de 170 productos, más de 360 referencias.
- Producidos en 7\* plantas, 4 manantiales.
- Con una presencia en 60 delegaciones, con 586 distribuidores, más de 270.000 clientes, 3.900 proveedores (96% locales).
- La venta de productos Coca-Cola en número de litros ascendió a 2.800 millones de litros.

\*Al cierre de este informe, Coca-Cola cuenta con seis plantas en España, ubicadas en A Coruña, Barcelona, Bilbao, Sevilla, Tenerife y Valencia



### Nuestra contribución económica

- La contribución de las actividades de Coca-Cola a la economía española alcanza los 5.860 millones de euros. Esta contribución supone el 0,5% del PIB español.
- En 2019, los consumidores gastaron cerca de 7.800 millones de euros en bebidas de Coca-Cola.



### Nuestra contribución al empleo

- Coca-Cola en España tiene una plantilla de empleados de 3.700 personas y aporta 93.800 puestos de trabajo indirectos al país.
- Cada puesto de trabajo directo en Coca-Cola tiene un impacto indirecto en 22 puestos de trabajo en otros lugares de la economía española.

1



## NUESTRA GENTE

4



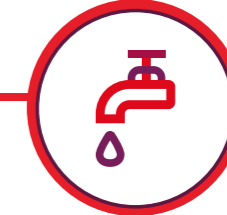
## RECURSOS

3



## ENVASES

2



## MATERIAS PRIMAS

APROVISIONAMIENTO,  
PRODUCCIÓN Y  
DISTRIBUCIÓN

5



## FÁBRICAS

6



## DISTRIBUCIÓN

7

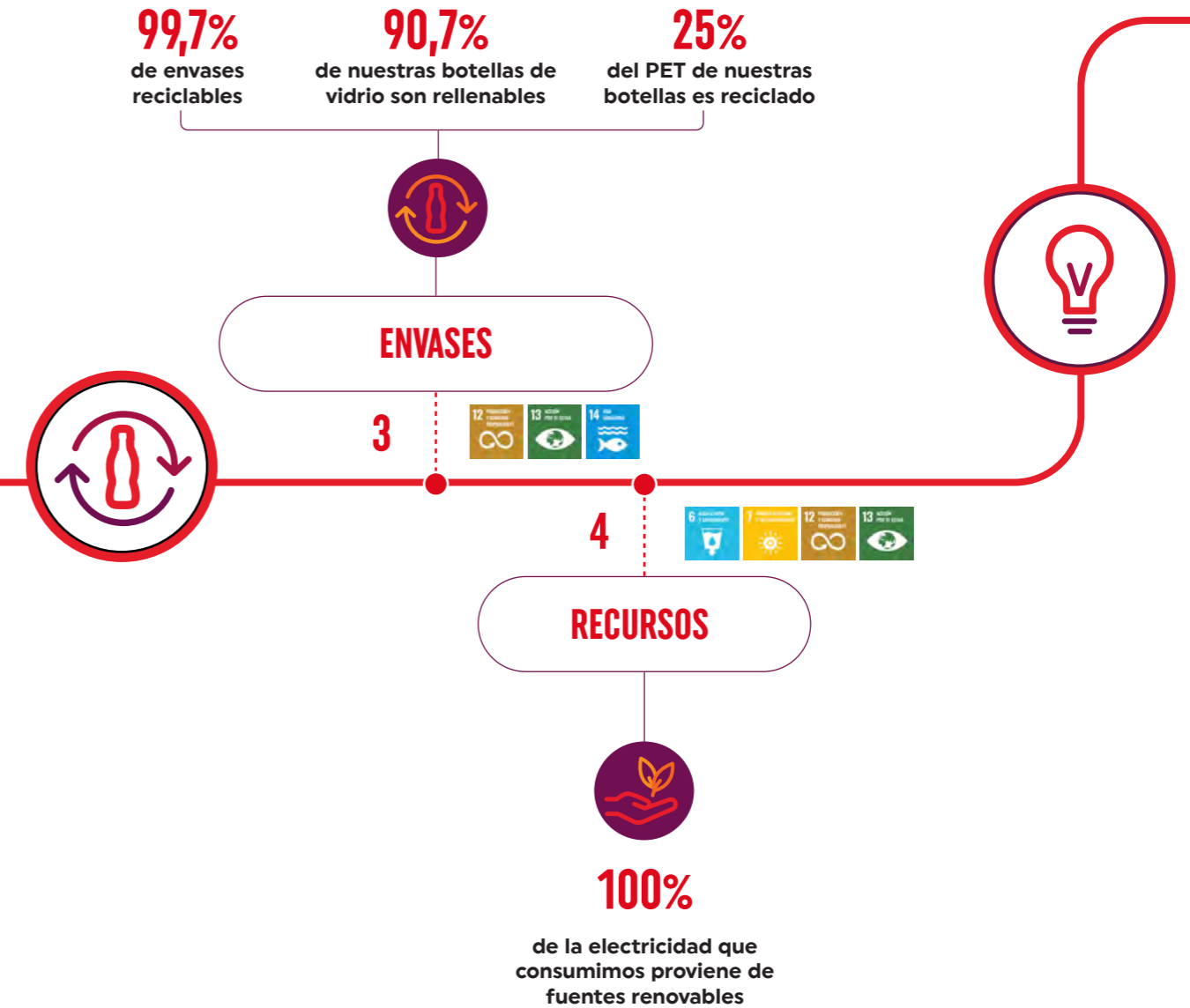
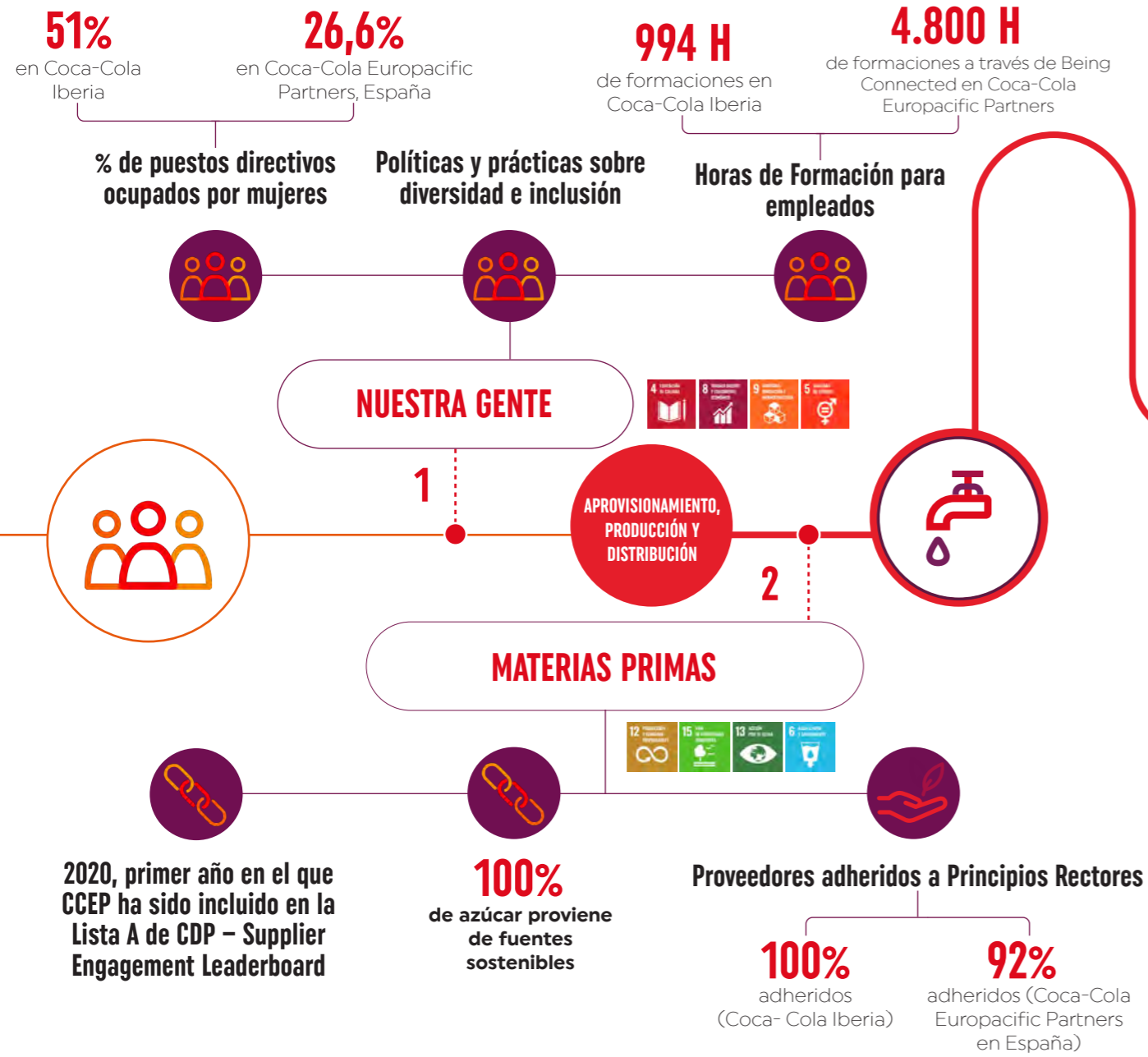


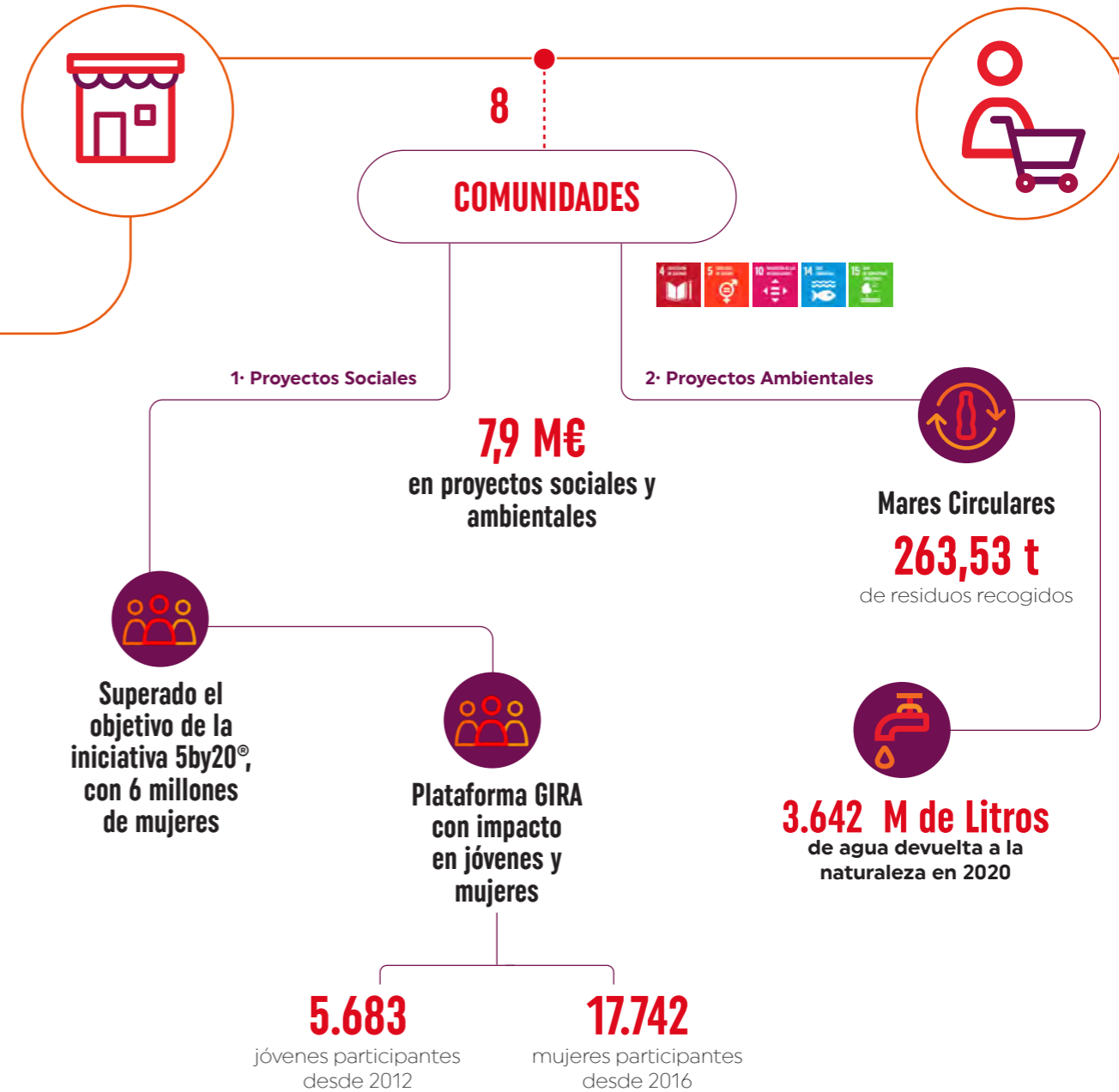
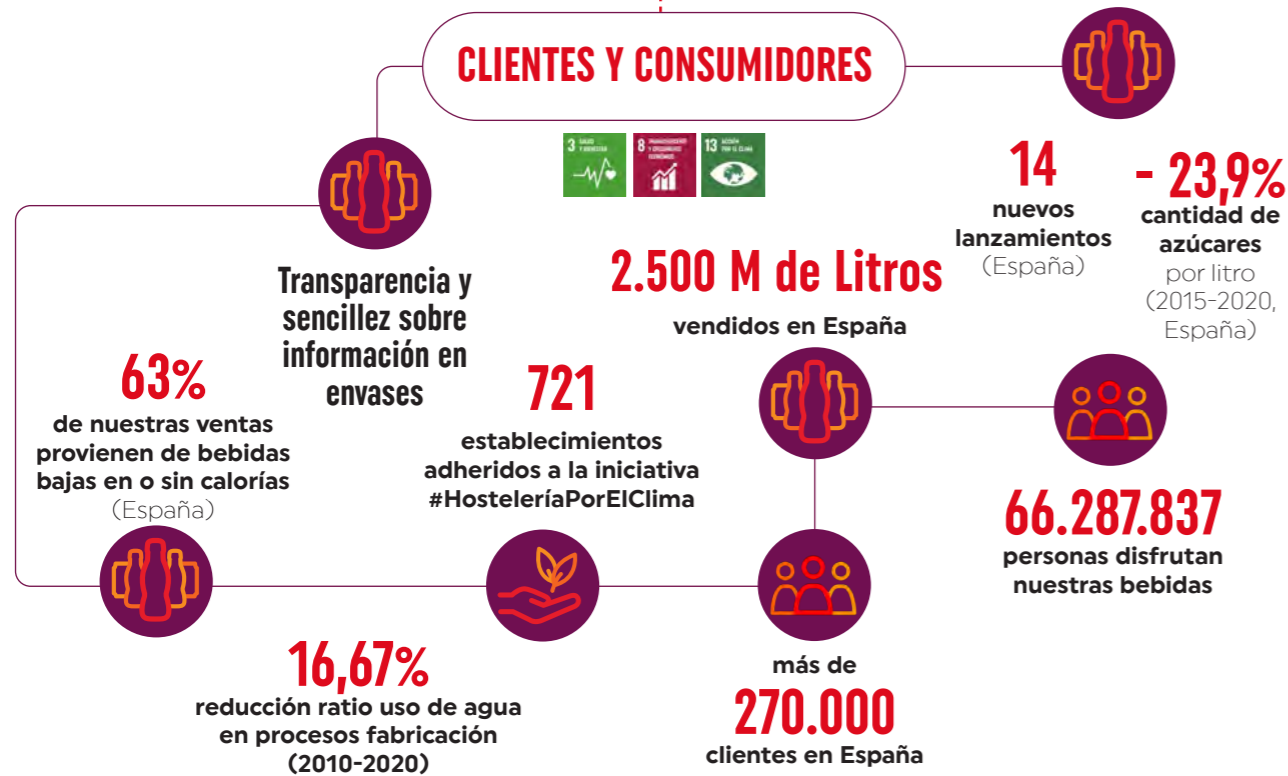
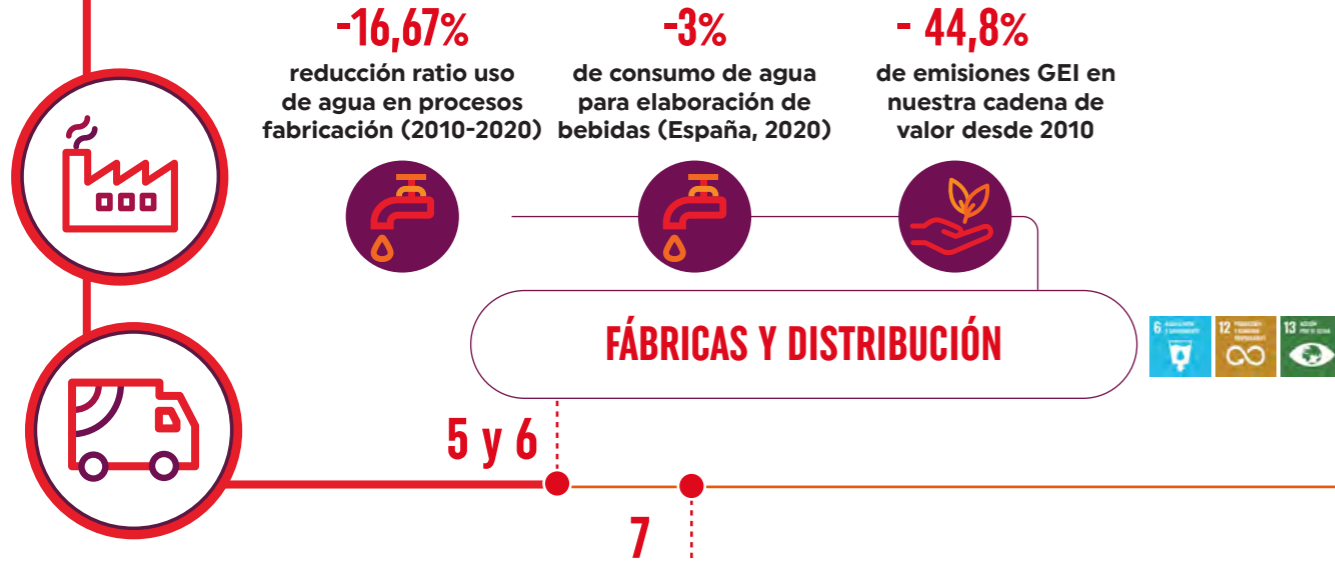
## CLIENTES Y CONSUMIDORES

8



## COMUNIDADES







# Alianzas

Las alianzas y colaboraciones estratégicas nos permiten dar respuesta a las demandas de nuestros grupos de interés y avanzar en nuestro modelo de negocio.

En España, colaboramos con numerosas entidades, instituciones y ciudadanos en diferentes proyectos de impacto social y ambiental.



## Durante 2020 colaboramos, entre otros, con:

Asociación Chelonia • Asociación Inserta Innovación • Asociación Vertidos Cero • Asociación Norte Joven • Cruz Roja Española • Dona Activa • Fundación Secretariado Gitano • Fundación ECOMAR • Fundación Tomillo • Fundación Exit • Fundación Seres • Fundación Don Bosco • Fundación Mujeres • Asociación La Rueda • Federación de Plataformas Sociales Pinardi • Opción 3 Iniciativa Social • Pacto Mundial • World Wide Fund for Nature (WWF) • Fundación A la Par • Fundación Juan XXIII Roncalli • Fundación United Way • Alma Natura • Impact Hub • ECODES

### Sector de la alimentación y las bebidas:

Asociación Multisectorial de Empresas de Alimentación y Bebidas (AME) • Asociación Nacional de Fabricantes de Bebidas Refrescantes (ANFABRA) • Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas (ANEABE) • Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) • Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (ADEC) • Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) • Sociedad Española de Seguridad Alimentaria (SESAL)

### Asociaciones empresariales:

Autocontrol • American Business Council • Asociación de Marketing de España • Asociación Española de Anunciantes (AEA) • Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM) • Asociación Española de Empresas (PROMARCA) • Asociación de Directivos de Responsabilidad Social (DIRSE) • Amcham Spain (Cámara de Comercio de Estados Unidos en España) • Branded Content Marketing Association (BCMA España) • Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) • Círculo de Empresarios • ECOEMBES • Mobile Marketing Association MMA Española • USSC Group United States & Spain Council



**Necesitamos empresas innovadoras y resilientes que asuman la sostenibilidad como una responsabilidad, pero también como una ventaja competitiva. Las organizaciones que se alinean con los Diez Principios del Pacto Mundial y con la Agenda 2030 y sus 17 ODS son más rentables, generan mejor valor de marca, tienen mayor acceso al capital y responden mejor a los empleados, clientes, proveedores y a la sociedad en general.**



**Cristina Sánchez, directora ejecutiva del Pacto Mundial de Naciones Unidas**



# BEBIDAS: AVANZAMOS para ofrecer más variedad



## Una oferta que se adapta a los estilos de vida del consumidor

Nuestra oferta de bebidas progresa cada año con nuevas variedades que responden a las necesidades actuales de los consumidores. Nos adaptamos a las tendencias que promueven estilos de vida saludables.

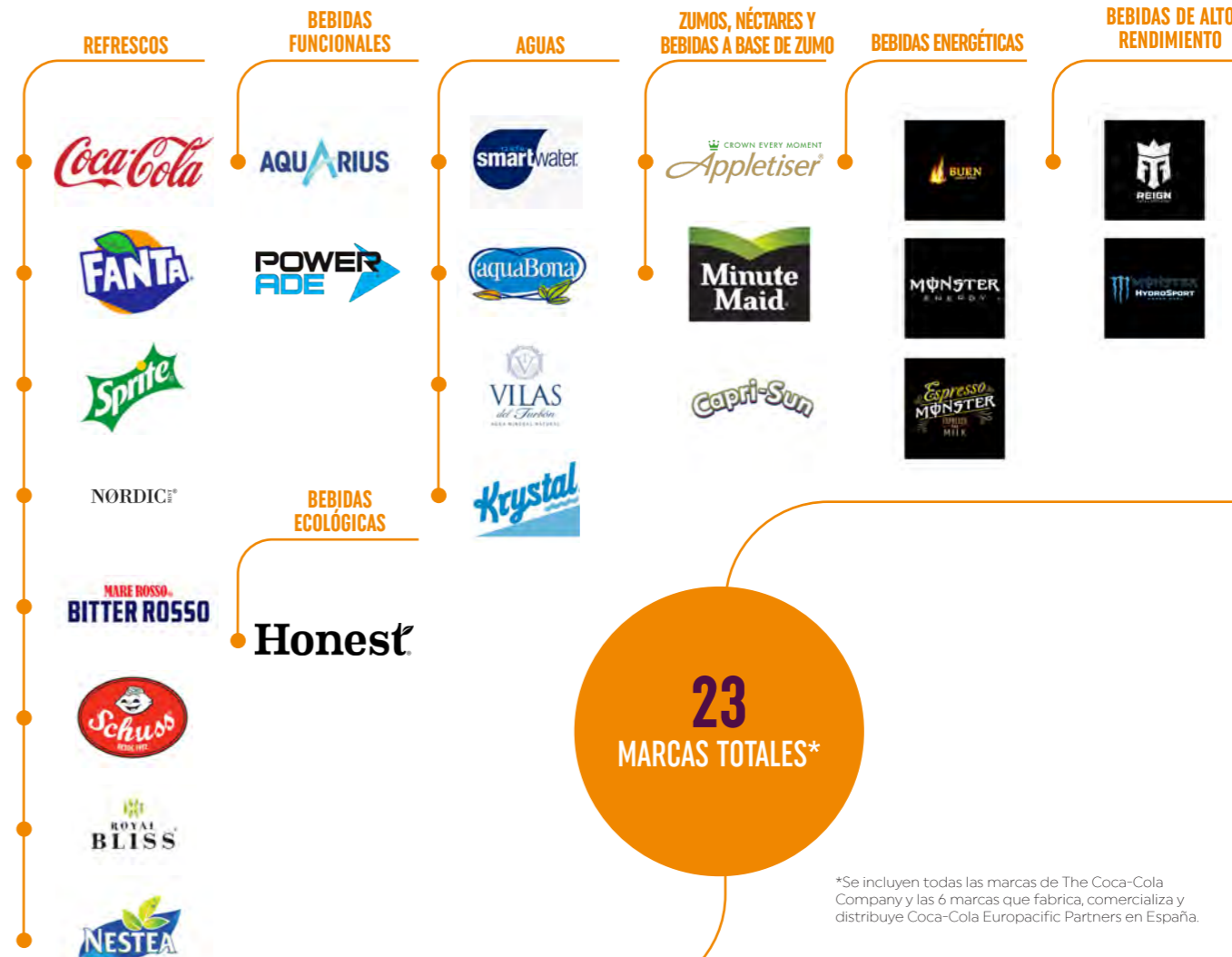
Nuestro objetivo es poner en el mercado bebidas que respondan a las expectativas de los consumidores, de tal manera que puedan encontrar la bebida que mejor se adapte a su estilo de vida.

- Innovamos para introducir nuevos ingredientes y sabores.
- Contamos con nuevos formatos de envases y variedad de tamaños.
- Ofrecemos alternativas bajas en o sin calorías.
- Evolucionamos nuestras recetas para reducir el contenido de azúcar.



## Más variedad

Desde Coca-Cola, continuamos ampliando la oferta de bebidas para que cada persona pueda elegir la mejor opción, aquella que se adapte a sus gustos y necesidades en cada momento y ocasión.



\*Se incluyen todas las marcas de The Coca-Cola Company y las 6 marcas que fabrica, comercializa y distribuye Coca-Cola Europacific Partners en España.

## AVANZAMOS para ofrecer más variedad

En 2020 tuvimos 14 nuevos lanzamientos. 12 de ellos, sin azúcar.

Fanta<sup>1</sup>  
Fanta Sandía<sup>3</sup>



Fanta Piña<sup>3</sup>



Fanta Maracuyá<sup>3</sup>



Fanta Frambuesa<sup>3</sup>



<sup>1</sup>Sin azúcares añadidos con los azúcares naturalmente presentes en el zumo de fruta.

<sup>2</sup>Marcas distribuidas por Coca-Cola Europacific Partners en Iberia. No pertenecen a las marcas propiedad de The Coca-Cola Company.

<sup>3</sup>Lanzamiento in and out

Capri-Sun<sup>2</sup>  
Fruit Crush



Monster<sup>2</sup>  
Monster Ultra Paradise



Monster Pacific Punch<sup>2</sup>



Monster Hydrosport<sup>2</sup>  
Monster Hydrosport Hangtime<sup>2</sup>



Monster Hydrosport Striker<sup>2</sup>



Monster Hydrosport Charge<sup>2</sup>



Reign<sup>2</sup>  
Reign Melon Mania



Reign Apple sour<sup>2</sup>



Reign Lemon<sup>2</sup>



Reign Razzle Berry<sup>2</sup>



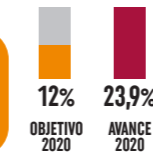
## Menos azúcar

Apoyamos las recomendaciones de la OMS de limitar la ingesta diaria de azúcares para combatir la obesidad y promover un consumo equilibrado e informado.

Queremos ayudar al consumidor para que su ingesta de calorías provenientes de azúcares no supere el 10% al día, (esto incluye azúcares añadidos, siropes, piel y zumos de frutas, según la OMS).

Estamos comprometidos con reducir los azúcares en nuestra oferta de bebidas e incrementar las ventas procedentes de bebidas bajas o sin calorías. En 2020 hemos conseguido y superado los objetivos de reducción de azúcares por litro en el total de nuestras bebidas:

Hemos reducido desde 2015 el el 23,9% del contenido de azúcares por litro en el total de ventas.



Ofrecemos una opción sin azúcares añadidos o sin calorías en todas nuestras marcas (excepto los cafés ecológicos que únicamente pueden ser edulcorados con azúcar u otros edulcorantes calóricos)

El 63% de las bebidas que vende Coca-Cola en España son bajas en o sin calorías.

En 2020, el 6,2% de nuestras ventas estuvo representado por bebidas vendidas en envases de menos de 250 ml.

## Mejoramos la composición de 7 productos

Desde 2010, hemos cambiado la receta a 21 productos para reducir su cantidad de azúcar. En 2020 estas reformulaciones corresponden a Minute Maid naranja, piña y melocotón, que han reducido entre un 40 y 70% el azúcar pasando a la categoría de bebidas "sin azúcares añadidos", pues contienen los azúcares naturales presentes en el zumo.

En 2020, reforzamos todos los productos de Aquarius para que se conviertan en fuente de Zinc. Toda la gama de Aquarius es, además de baja o sin calorías, "Bebida refrescante funcional. Con sales minerales." Contiene 0,8 mg/100ml de Zinc, que representa el 8% del Valor de Referencia de este nutriente.

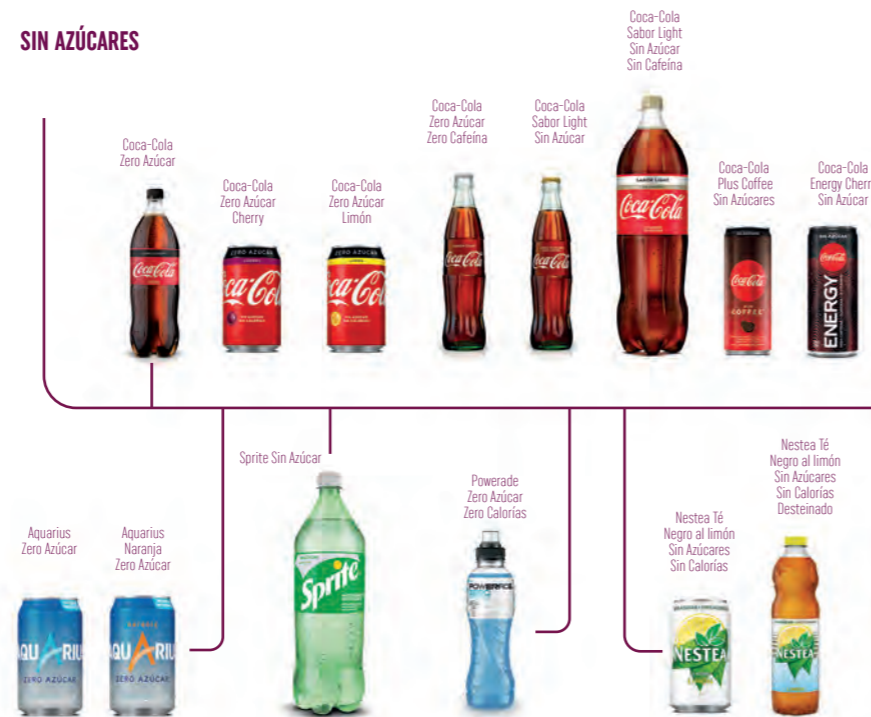


## BEBIDAS SIN AZÚCARES Y SIN AZÚCARES AÑADIDOS INCLUYENDO MARCAS DE AGUA

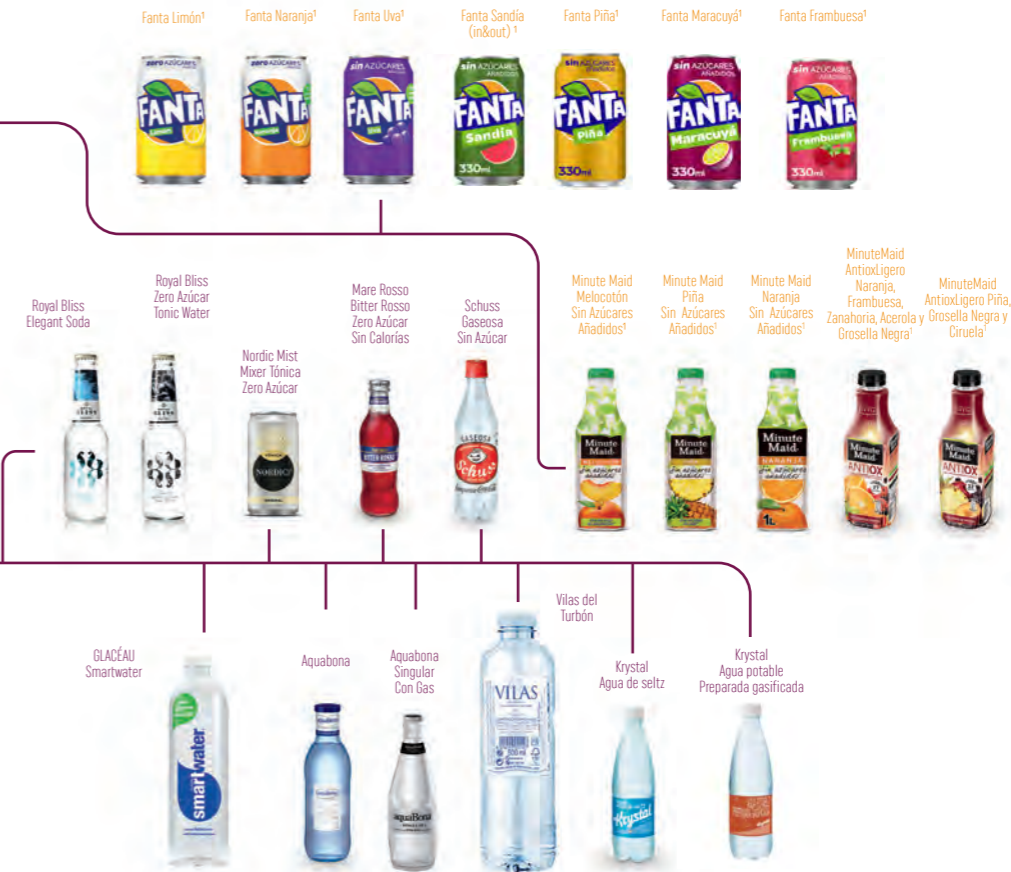
Toda la gama de Fanta, Nestea, Aquarius, Sprite es cero azúcares añadidos, sin azúcar o baja en calorías.

En toda la gama de Powerade, hemos reducido un 30% el contenido de azúcar. Esta bebida contiene la cantidad mínima de azúcar posible, al ser un producto diseñado para rehidratar y contribuir a la resistencia en el deporte.

### SIN AZÚCARES



### SIN AZÚCARES AÑADIDOS



1. Sin azúcares añadidos. Con los azúcares naturalmente presentes en el zumo de fruta.

## Más y mejor información

Apostamos por un etiquetado claro, transparente y de fácil acceso, para que los consumidores tomen decisiones informadas.

### Etiquetado

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

Comunicamos visualmente el contenido de raciones que contiene cada envase.

Hemos ampliado la cantidad de información en los envases de menor tamaño.

### Publicidad responsable

Promovemos la diversidad en nuestra publicidad. Nuestra campaña "Meals" es reflejo de nuestro compromiso con el fomento de la convivencia entre gente de todas las profesiones y clases sociales, sin importar su procedencia.

No dirigimos publicidad a menores de 12 años ni en medios audiovisuales ni impresos ni en etiquetado. En digital, llevamos este compromiso de autorregulación hasta menores de 15 años.



### Promoción de oferta sin azúcar

Utilizamos la llegada de nuestras marcas y nuestra publicidad para dar visibilidad a opciones bajas en o sin calorías. Por ejemplo, en 2020 lanzamos la campaña "Aquarius Zero Azúcar", que responde a nuestro compromiso de ofrecer a los consumidores alternativas sin azúcar con todo el sabor original.

## BEBIDAS: AVANZAMOS para ofrecer más variedad

### OBJETIVO

2020

Reduciremos el contenido de azúcares en nuestra oferta de bebidas en un 12% entre 2015 y 2020.

» Logramos un **23,9%** menos cantidad de azúcares por litro en el periodo 2015 - 2020.

Aspiramos a que al menos el 50% de nuestras ventas procedan de bebidas bajas en o sin calorías.

» El **63%** del volumen de ventas en España proviene de bebidas bajas en o sin calorías.

Evolucionaremos continuamente nuestras recetas y aumentaremos nuestra oferta para ofrecer una mayor variedad de bebidas.

» Tuvimos **14** lanzamientos durante 2020, **12** de ellos sin azúcar.

Facilitaremos que los consumidores puedan reducir su consumo de azúcares proporcionando información clara y sencilla, y ampliando la disponibilidad de envases de menor tamaño.

» El **6,2%** de nuestras ventas están representadas por refrescos en envases de menos de 250 ml.

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

» No dirigimos publicidad a menores de 12 años ni en medios audiovisuales ni impresos ni en etiquetado. En digital, llevamos este compromiso de autorregulación hasta menores de 15 años.



# ENVASES: AVANZAMOS hacia una economía circular

Es crucial que los envases se diseñen para que tengan el mínimo impacto ambiental en todo su ciclo de vida, desde la extracción de las materias primas hasta su reutilización, reciclaje o eliminación

Priorizamos la innovación y el ecodiseño para ofrecer envases más sostenibles y trabajamos sin perder de vista que el envase es parte esencial de la experiencia de consumo y tiene un papel fundamental: proteger los alimentos para que lleguen a los consumidores de manera segura y cómoda.

Trabajamos para reducir los impactos negativos sobre el planeta a través de acciones como la inversión en nuevos desarrollos a través de nuestro centro de I+D ubicado en Bruselas, la colaboración con diferentes start-ups y el desarrollo de nuevos proyectos.

Apostamos por un negocio sostenible para proteger el planeta y avanzar hacia un crecimiento sostenible. Dentro de nuestra estrategia "Avanzamos", reflejamos nuestro compromiso por alcanzar la descarbonización en 2040 y fomentar la economía circular tomando medidas sobre nuestros envases.

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



## Trazando el camino hacia la economía circular

Contamos con la Estrategia Global "Un Mundo sin Residuos", que define las siguientes Metas Globales 2030:

- Recoger y reciclar el 100% de los envases que comercializamos.
- Que el 100% de nuestros envases sean reciclables.
- Que el 50% del plástico utilizado sea reciclado.

Los compromisos de este plan se trasponen en Europa con la estrategia Avanzamos, a través de la que hemos establecido que:

- En 2023, al menos el 50% del material utilizado en nuestros envases de PET será plástico reciclado (2022 en el caso de España).
- En 2025, recogeremos cada envase que ponemos en el mercado.
- En Europa, nos hemos comprometido con publicar anualmente la huella de carbono por tipo de envase.

Apostamos por la transformación a través de la innovación hacia una economía circular.

## Actuamos sobre nuestros envases

**Apostamos por la innovación, invirtiendo continuamente en ecoinnovación y colaboramos con empresas punteras para lograr más y mejores resultados.**

### Botella de Papel

En octubre de 2020, publicamos junto a la start-up "PaBoCo" (The Paper Bottle Company), el **primer prototipo de botella hecha de papel**, un material renovable, fácil de reciclar y biodegradable.



### Plant Bottle

Incorporamos **PET fabricado con bioplástico (PET de origen vegetal procedente de la caña de azúcar)** para reducir el uso de materias primas procedentes de fuentes no renovables. Hace más de 10 años fuimos los primeros en incorporar este material en todo el mundo.



### Invertir en el futuro es innovar en el presente.

Trabajamos para reducir tanto el peso de nuestros envases como el uso de materias primas utilizadas en su fabricación, especialmente de plásticos innecesarios, difíciles de reciclar o procedentes de fuentes no renovables. A través de la optimización y mejora del diseño de nuestros envases hemos conseguido aligerar su peso y aumentar el porcentaje de material reciclado que los compone.



**Nosoplas está fuertemente involucrado con la sostenibilidad y la economía circular. Llevamos años apostando por ello, invirtiendo en las mejores tecnologías para fabricar un rpet con el máximo nivel de calidad y la mayor garantía de seguridad alimentaria. Se tiene previsto finalizar el 2021 con un incremento del 290% de la capacidad productiva en rpet. Este gran esfuerzo supondrá un impulso en la recolección y reciclaje de botellas plásticas y asegurará el suministro de reciclado a Coca-Cola para alcanzar sus objetivos.**



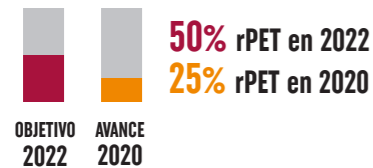
**Almudena Nieto Martínez, Responsable Certificaciones de NOSOPLAS (proveedor de preformas PET)**

## Objetivo cero (plástico de origen no renovable)

Eliminamos plástico virgen de nuestros productos, incrementando el porcentaje de plástico reciclado para alcanzar un sistema totalmente circular que no emplee materias primas virgen. Reduciendo y eliminando el consumo de plástico virgen en nuestros envases contribuimos a alcanzar nuestro objetivo de reducción de emisiones de gases efecto invernadero (GEI).

Estamos eliminando el uso de colores oscuros y de botellas opacas para ayudar a su reciclaje y trabajando para la reutilización de este tipo de envases ya producidos.

- Al menos el 50% del material utilizado en nuestros envases PET será plástico reciclado en 2022. Perseguimos el objetivo de utilizar cero plásticos vírgenes de origen fósil en la próxima década.



- El 99,7% de nuestros envases son reciclables.

## REDUCIMOS, REUTILIZAMOS Y RECUPERAMOS

Abordamos la gestión sostenible de nuestros envases desde tres enfoques:



Granza de pet proveniente de botellas

## REDUCIMOS

Eliminamos el plástico innecesario o difícil de reciclar.

### Aligeramiento de envases

Nuestras latas son ya un 60% más ligeras de lo que eran hace 30 años.

12 millones de euros invertidos en la adaptación de nuestras plantas de producción para el aligeramiento de nuestros envases de aluminio, PET y vidrio<sup>4</sup>:

### Aluminio

- El cambio de acero a aluminio y el aligeramiento de los envases hasta los 9,3 gr, **permitirán ahorrar más de 20.000 Tn de materia prima en Iberia.**
- En las latas de 500 ml, pasamos de 13 gr. hasta los 12 gr. y **ahorramos 119 tn. de materia prima en Iberia.**

### PET

- Hemos aligerado las botellas de PET de 500 ml, 1 litro y 1,25 litros, suponiendo un ahorro de casi 1.200 tn. de plástico anuales. **La botella de plástico de 2 litros ha disminuido su peso en un 35% desde 2010.**

### Vidrio

- Hemos reducido el espesor de nuestros envases de vidrio de 200 ml., consiguiendo un ahorro anual de más de 620 tn de vidrio.

Nuestras latas y botellas son ahora más ligeras y contienen material reciclado.

<sup>4</sup>Datos ibéricos: España y Portugal.



## Agrupamiento de latas en cartón

En 2020, dimos un paso en firme sobre esta ruta al anunciar el acuerdo con la compañía "WestRock", que está especializada en soluciones de packaging sostenible. Instalamos el sistema "CanCollar®", que permite la fabricación de agrupadores de envases mediante cartón reciclable, que proviene de bosques sostenibles y es respetuoso con el medioambiente porque no utiliza pegamento ni adhesivos.

A través del sistema "CanCollar®" hemos conseguido:

- Usar materiales sostenibles en envases y embalajes.
- Certificado PEFC.
- Eliminar adhesivos y pegamentos en este proceso.
- Ahorrar 18 tn. de plástico.
- Invertir 2,6 millones de euros en proyectos que buscan la eliminación de plástico innecesario.
- Mejorar prácticas de envasado, transporte y experiencia del consumidor.
- Utilizamos materiales más sostenibles y con menor impacto.



## Material reciclado como materia prima

Aceleramos el desarrollo de nuevas tecnologías a través del "Sustainable Packaging Innovation Hub", con soluciones de envases sostenibles y encontrando formas de eliminar los residuos de envases para reducir nuestra huella de carbono.

Desde CCEP, apoyamos e invertimos en el proyecto "Cure Technology", una empresa emergente que se especializa en dar nuevos usos a residuos plásticos difíciles de reciclar, evitando que terminen en vertederos.

Esta start-up ha desarrollado un novedoso sistema de reciclaje por despolimerización que permite transformar el PET degradado en nuevos envases para uso alimentario. La implantación de esta tecnología contribuirá a eliminar el PET virgen de origen fósil de nuestros envases durante la próxima década, así como a **terminar con el uso de más de 200.000 toneladas de PET virgen al año de todo nuestro porfolio y a generar menos emisiones de CO<sub>2</sub>**.

En 2019 se creó de la mano de "Ioniqa Technologies" la **primera botella a partir de residuos marinos** recogidos en nuestra actuación a través del proyecto Mares Circulares. Durante 2020 seguimos trabajando para aumentar el porcentaje de material reciclado en este innovador envase.

Las botellas son muestra de las innovadoras técnicas de reciclaje que han permitido convertir un plástico PET muy degradado en materia prima de alta calidad. La técnica de reciclaje utilizada para la fabricación de estas botellas se basa en la despolimerización, un proceso químico que permite descomponer y mejorar el plástico PET de baja calidad, eliminando sus impurezas y convirtiéndolo en plástico PET de gran valor apto para su uso alimentario. De ese modo, plásticos muy degradados, así como los que no son transparentes, pueden reciclarse y convertirse nuevamente en botellas.



Voluntarios Valencia Mares Circulares

## RECUPERAMOS

### Recoger un envase por cada uno vendido

Una vez que garantizamos que nuestros envases son reciclables, podemos recuperarlos para devolverlos a la línea de producción y cerrar el círculo hacia la economía circular.

**Actualmente, nuestras botellas de plástico se componen en un 25% de material reciclado. En 2017 era el 13%, y nuestro objetivo es elevar este porcentaje al 50% antes de 2022.**

Por cada botella o lata que vendamos, recogeremos y reciclaremos una. Usamos menos materias primas y reducimos las emisiones con su recuperación y reciclaje.



Nos hemos propuesto **recuperar el equivalente al 100% de los envases que ponemos en el mercado para 2025, con iniciativas que impliquen la colaboración de toda la sociedad.** Promoviendo junto a socios locales y nacionales, campañas de sensibilización dirigidas a distintos grupos de interés.

### Tapones "Por favor recíclame"

Ampliamos el mensaje "Por favor, recíclame" de todos los tapones de nuestras botellas PET de la marca Coca-Cola al resto del porfolio, para apelar directamente al consumidor

#### Proyecto Bottle to Bottle:

Hemos impulsado con los organizadores del Maratón de Valencia Trinidad Alfonso EDP, y en alianza con Ecoembes, la recogida de botellas PET durante el maratón, en el que cada año participan más de 25.000 corredores.

**Recogimos 11.000 kilos de botellas PET.** Tras su tratamiento y proceso de reciclaje, se convirtieron en material para fabricar nuevas botellas de Aquabona, **las cuales están compuestas en un 25% de plástico PET reciclado.**

#### MARES CIRCULARES:

Uno de nuestros proyectos más ambiciosos Busca impulsar la recogida de residuos en costas y fondos marinos logrando llegar a un total **de 263,56 toneladas (3,65 de ellas, PET) durante 2020, una colaboración de 188 voluntarios y más de 100 organismos e instituciones** durante esa edición.

**Utilizamos el alcance de impacto que tienen nuestras marcas para sensibilizar y crear cultura de reciclaje.**

## REUTILIZAMOS

### Rellenar. Reutilizar. Sin envase

#### Rellenar y Reutilizar

Entre nuestros clientes Horeca (Hostelería y Restauración), fomentamos el uso del envase de vidrio rellenable y retornable, que supone más del 90% del vidrio que ponemos en el mercado.

Recogemos las botellas de vidrio utilizadas en bares, cafeterías, restaurantes y hoteles, las llevamos a nuestras plantas de envasado, las lavamos e inspeccionamos con sensores que muestran desperfectos y separamos las que pueden reutilizarse. Las botellas reutilizables se rellenan, etiquetan y se vuelven a distribuir por España.

Una botella de vidrio puede reutilizarse una media de 25 veces antes de que su vida útil finalice y se recicle para un nuevo uso, convirtiéndolas en parte de otro objeto de vidrio.

**Alrededor del 27% de los envases que producimos en España son rellenables.**

## Sin envase

El sistema de dispensado Freestyle impulsa el consumo de menos envases.

En 2020, hemos lanzado un proyecto piloto en España a través de un acuerdo con **Innovative Tap Solutions, ITS.** Tecnología que permite a los consumidores servirse sus propias bebidas y aumentar la eficiencia del sector hostelero.

La alianza entre CCEP Ventures e ITS representa otro avance dentro nuestro pilar de Envases en la estrategia "Avanzamos", pues a través de este modelo de inversión e innovación, reduciremos el consumo de plástico, sustituyendo por formatos rellenables.

### III Edición del Concurso Mares Circulares – Participación activa de la comunidad científica:

Participaron 17 estudios científicos y 13 start-ups abordando temáticas alineadas con los objetivos europeos actuales de transición verde y economía circular.

Tres estudios científicos y una start-up resultaron ganadoras, recibiendo una ayuda para la puesta en marcha de sus proyectos:

- Start-up: FYCH, start-up de base tecnológica dedicada al desarrollo y comercialización de una nueva tecnología para reciclar envases multicapa.
- Estudios científicos:
  - Valorización energética de microplásticos en hotspots de la Macaronesia (VALORIZAMAC).
  - Proyecto "Plumbum", dirigido por un equipo de la Asociación Hippocampus.
  - Valorización de macroalgas enteras y residuales a bioplásticos sostenibles e ingredientes proteicos para su aplicación en aquafeed.

## MARES CIRCULARES

Nuestro proyecto Mares Circulares es reflejo del compromiso que tenemos con la protección del entorno natural, los recursos naturales, ecosistemas y biodiversidad. A través de él, colaboramos para la limpieza de residuos en playas, espacios protegidos y fondos marinos. Trabajamos también para sensibilizar a los ciudadanos sobre la importancia del reciclaje, y cada año apoyamos tres estudios científicos y una iniciativa empresarial que aporten soluciones al problema de la contaminación marina.

El proyecto se basa en 3 pilares:

1. Limpiezas en entornos acuáticos y monitorización.
2. Voluntariado y sensibilización.
3. Fomentar la economía circular a partir de proyectos científicos de investigación y apadrinamiento de start-ups.



### 1 Limpiezas en entornos acuáticos y monitorización

Este año, tras la declaración del Estado de Alarma por la Covid-19, las actividades presenciales de limpieza de playas y entornos acuáticos, así como intervenciones en Reservas Marinas y otros espacios protegidos, fueron paralizadas. Nos hemos enfocado en trabajar en la monitorización y playas de entornos acuáticos que alimenta la Base de Datos científica del proyecto.

Los datos recogidos durante 2020 en playas españolas se integraron a las publicaciones de los respectivos Informes Anuales del Programa de Seguimiento de Basuras Marinas en Playas del MITECO (Ministerio para la Transición Ecológica, España), publicados en 2021.

Por su parte, los barcos pesqueros continuaron con su trabajo, consiguiendo **15 puertos implicados y 104 barcos pesqueros participantes**.

### 2 Voluntariado y sensibilización

Para seguir con las formaciones dirigidas a colegios y a la ciudadanía, a partir de la declaración del Estado de Alarma, los profesionales de Chelonia continuaron las actividades en formato webinar, formando 6.227 personas en España y Portugal.

### 3 Fomentar la economía circular a partir de proyectos científicos de investigación y apadrinamiento de start-ups

En 2020 hemos llevado a cabo las pruebas del prototipo de robot "Clean-Dock" para la limpieza de microplásticos en puertos. Este robot fue diseñado por la start-up asturiana Semillas del Cantábrico, con la que estamos trabajando para alcanzar un modelo de economía circular a través de la limpieza, sensibilización, investigación y desarrollo tecnológico.



Barcos voluntarios del proyecto Mares Circulares

## Innovación: otras colaboraciones de Mares Circulares

Apostando por la economía circular, el PET recogido dentro del proyecto de Mares Circulares es separado y evaluado para su reincorporación dentro de la cadena de valor de Coca-Cola. En este sentido las colaboraciones de Mares Circulares en 2020 con el PET recogido a cierre de año 2019 han sido:

Investigación Ioniqa: El resto de PET recogido fue destinado a Ioniqa, para crear un prototipo de botella, en línea con la botella presentada en 2019 con un 25% de PET marino reciclado.



# ENVASES: AVANZAMOS hacia una economía circular

## OBJETIVO

2020

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

➤ El **99,7%** de nuestros envases son reciclables.

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

➤ Impulsamos Mares Circulares, que nos ha permitido recoger **3,6 tn.** de envases PET en 2020.

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

➤ Nuestras botellas se componen en un **25%** de PET reciclado.

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

➤ Ampliamos el mensaje "Por favor, recíclame" de todos los tapones de nuestras botellas PET de la marca Coca-Cola al resto del portafolio, para apelar directamente al consumidor.



# SOCIEDAD: AVANZAMOS con nuestros empleados y las comunidades



**Hoy, más que nunca,  
trabajamos para proteger a  
nuestro equipo y ofrecerle  
un entorno inclusivo en  
el que desarrollarse e  
impactar de forma positiva  
en la sociedad.**

## Somos nuestro equipo

El equipo humano de Coca-Cola en España forma parte de dos empresas distintas. Por un lado, los empleados de Coca-Cola Iberia, y por otro, aquellos que son parte de la plantilla de Coca-Cola Europacific Partners.

En un año tan convulso y difícil como 2020, ambos equipos han dado muestra de su gran compromiso. Gracias a ellos hemos podido adaptar nuestras actividades en un contexto de incertidumbre al que jamás nos habíamos enfrentado y mantener en todo momento activa la operación.

Desde Coca-Cola hemos puesto todo de nuestra parte para hacerles más sencillo este esfuerzo, priorizando su seguridad y su bienestar, intentando promover en todo momento los pilares clave de nuestras estrategias de gestión de personas, como la igualdad, la gestión de la diversidad, la inclusión o la formación.



Enfocamos nuestros esfuerzos en mantener entornos de trabajo seguros, diversos e inclusivos, y ofrecemos oportunidades de formación y desarrollo integral. Desde el inicio de la pandemia, hemos asumido el compromiso de apoyar a nuestros empleados para contener las consecuencias de esta crisis y liderar la búsqueda de soluciones innovadoras:

✓ El teletrabajo ha llegado para quedarse en aquellos puestos y roles que nos lo permiten.

✓ La comunicación interna ha sido clave para mantenernos unidos y operativos.

✓ Nos dimos soporte territorial compartiendo las mejores prácticas globales.

✓ Incorporamos nuevas rutinas para sustituir el contacto físico que teníamos en el día a día de la oficina.

✓ Creamos espacios y actividades de bienestar.

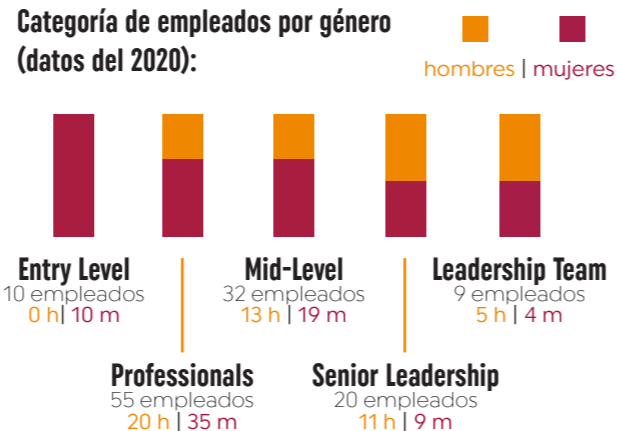


La antigüedad media de la empresa es de

**14,26**

años por empleado

(Siendo 14,98 años la antigüedad media de la plantilla de hombres, 13,53 la de las mujeres)



## Formación y Desarrollo

Hacemos crecer a nuestros empleados desde la capacitación.

**7,9 h**

de formación por empleado

(994 horas de formación totales, de las que 80 corresponden a formación relacionada con los Derechos Humanos)

## Desarrollo profesional y planes de carrera

Promovemos un entorno laboral en el que cada empleado pueda desarrollar sus capacidades y habilidades con planes de formación y de desarrollo, trabajo en equipo, comunicación y diálogo abierto entre líderes y sus equipos, programas de mentoring y feedback.

A través de herramientas como **LinkedIn Learning**, **eCornell** y **Spark**: impartimos cursos y damos soluciones a nuestros empleados sobre habilidades personales, empresariales y tecnológicas.

Con los resultados de la consulta trimestral Pulse Survey, lanzada a nivel global, pusimos en marcha el proyecto "Feeling" con el objetivo de mejorar la experiencia de nuestros empleados.

Este proyecto logró una participación del 60% voluntario de la plantilla en los grupos de trabajo sobre desarrollo de carrera y trabajo en equipo.

## Salud y Seguridad

Trabajamos para proporcionar y mantener un lugar de trabajo seguro, saludable y productivo.

Nuestras iniciativas están encaminadas a **identificar y minimizar los riesgos de accidente, lesiones e impacto a la salud**.

Debido a las nuevas medidas de teletrabajo, hemos instaurado un canal de comunicación sobre "well being" en donde compartimos con nuestros empleados música, recetas de cocina y videos sobre diversas disciplinas para mantenernos en forma.



**252 horas de formación en salud y seguridad**

## Promovemos el equilibrio personal – laboral



Teletrabajo

Opciones de jornada reducida

Horario flexible

## Diversidad e Inclusión

### Promovemos un entorno de trabajo diverso, centrado en las personas y sus talentos.

Aprovechamos la riqueza de la diversidad de personas en todo el mundo para lograr nuestro propósito, creando una fuerza laboral diversa y promoviendo lugares de trabajo inclusivos que fomenten la creatividad, innovación y conexión con las comunidades a las que servimos.

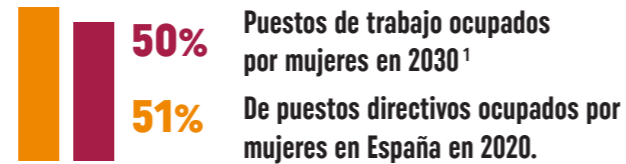
Nuestras políticas sobre igualdad de oportunidades, lucha contra el acoso y no discriminación fomentan la diversidad e inclusión.

## Empoderamos a las mujeres

Contamos con iniciativas globales para acompañar a las mujeres en su desarrollo profesional.

**Global Women's Leadership Council:** consejo integrado por 15 directivos hombres y mujeres que nos asesoran en materia de igualdad.

**Women in Leadership:** aceleramos el crecimiento de las mujeres dentro de la plantilla para promover su salto a posiciones directivas.



<sup>1</sup>El objetivo marcado por "Avanzamos" para Europa Occidental es el 40% en 2025

## Integramos la discapacidad

Trabajamos por la integración de la discapacidad y el fomento de una cultura inclusiva entre nuestros empleados. En este sentido, cumplimos plenamente con la LGD a través de medidas alternativas y estamos trabajando para avanzar en la integración de personas con discapacidad en nuestra plantilla. Sin embargo, los cambios que surgieron por la COVID-19 y el cierre de las oficinas, nos obligó a pausar algunas acciones de nuestro plan de acción para la integración de la discapacidad. Seguimos avanzando en aquellos pilares que no quedaron afectados por la pandemia, como la formación y el voluntariado corporativo.

## Nos comprometemos con los jóvenes

Contamos con un programa de trainees que apuesta por el talento y la formación de los recién graduados y de las personas que aún están cursando estudios de grado o máster.



Este año contamos con la participación de 22 becarios  
62% mujeres 38% hombres

## Iniciativas para la diversidad

En 2020, tras las movilizaciones en torno al movimiento #BlackLivesMatters, lanzamos el programa "Stand As One" (SAO), este programa tiene como objetivo trabajar la justicia social desde programas de diálogo y escucha a todos los niveles de la compañía, creando alianzas con líderes, comunidades y expertos externos.





Apostamos por dar a nuestros empleados las mejores condiciones para que puedan dar lo mejor de sí mismos.



**3.635 empleados**  
2.802 hombres | 833 mujeres



En 2020, un año marcado por la Covid-19, el compromiso de todos los empleados ha sido clave para garantizar la continuidad del negocio. Este compromiso, unido a una gran infraestructura tecnológica, nos permitió adaptarnos de forma rápida a distintos modelos de trabajo, desde la flexibilidad y la resiliencia.

"ME@CCEP" es como hemos denominado al conjunto de actividades, políticas y procesos encaminados a cumplir los objetivos con nuestros empleados. Se estructura en "6 being" aspiracionales.

En este contexto tomaron gran relevancia las acciones vinculadas a **Being well** y **Being connected**, para darles a los trabajadores condiciones seguras dentro de sus entornos, aun en las situaciones más difíciles.

**Nuestra estrategia de "wellbeing" se basa en el desarrollo de un bienestar y seguridad para todos nuestros empleados.**

- **Being well:** bienestar y desarrollo en el lugar de trabajo.
- **Being developed:** oportunidades de aprendizaje y capacitación permanente.
- **Being connected:** comunicación y la interacción para trabajar juntos.
- **Being rewarded:** recompensa por el esfuerzo diario que contribuye al éxito.
- **Being inspired:** ser cambio tanto para las personas como para el planeta.
- **Being valued:** conseguir que cada persona dé lo mejor de sí misma.



## Seguimos trabajando para mejorar

Cada año realizamos **encuestas a toda nuestra plantilla para conocer cómo es su día a día**, y a partir de los resultados, impulsamos nuevos proyectos que responden a sus expectativas.

En 2020, más de 2.500 personas respondieron a esta consulta, con unos resultados que sacaron a la luz un elevado índice de bienestar.

## Being well: bienestar y desarrollo

### Formación para el bienestar

En 2020, más de 680 empleados de todas las áreas participaron en los programas de formación **Wellbeing Energy** y **Wellbeing Conversations**.

Las actividades de estos programas se encaminaron para ayudarles con herramientas de comunicación que facilitaron el trabajo a distancia. Las iniciativas puestas en marcha en el contexto particular del confinamiento tienen vocación de continuidad durante 2021.

Un entorno seguro en el que nuestros trabajadores se desarrollan personal y profesionalmente.



## Priorizamos la seguridad

Durante 2020 hemos adaptado continuamente nuestra forma de trabajar a las circunstancias, siempre con la intención de mantener las mejores condiciones para nuestros equipos. Nuestra prioridad ha sido proteger la salud de nuestros empleados y la de sus familias.

Entre otras actuaciones, reforzamos las medidas y equipos de seguridad y habilitamos la opción de trabajar en remoto en aquellas funciones donde es posible hacerlo. Además, dimos compensaciones económicas extraordinarias en las semanas más duras de la pandemia a cada uno de los empleados que siguieron desarrollando sus actividades de manera presencial, tanto en las fábricas y como en tareas comerciales.

### Reducción de la tasa de tiempo perdido

2019 0,92

2020 0,78

## Being connected: trabajando juntos

Durante el periodo crítico de la Covid-19 (marzo-junio 2020) desarrollamos el Programa de capacitación "By your side", a través del cual acompañamos a nuestros empleados para inspirarlos, motivarlos y capacitarlos, con la intención de mantenernos unidos y salir fortalecidos de la situación.



Lanzamos **50 píldoras** de coaching.

Ofrecimos más de **4.800 horas** de acciones formativas online.

Abordamos diferentes temas:  
**Salud** (talleres de mindfulness, yoga y Programación Neurolingüística).  
**Management** (habilidades y liderazgo).  
**Formación** en tendencias de negocio y Herramientas digitales.

Participamos en la elaboración del **estudio de "Salud y Bienestar Diversidad Generacional Covid-19 en el ámbito laboral"** que desarrolló el Observatorio Generación & Talento.

## Diversidad e Inclusión

### La inclusión y la diversidad están en el corazón de nuestra estrategia de personas.

Nuestro Plan "Inclusión & Diversidad" es la base para atraer, retener y desarrollar el talento a través de cinco dimensiones: Género, Funcional, Generacional, Cultura y LGTBI. Estamos convencidos de que la diversidad enriquece y suma para la creación de una cultura y ambiente inclusivos.

Pese a que fue un año extraordinariamente retador para todos y en todos los niveles, no hemos parado nuestra evolución en el Plan de Inclusión y Diversidad, en este caso, desde el compromiso y participación de nuestro equipo.

26,6%

de los puestos directivos están ocupados por mujeres. (\*)

\*Nivel Senior Manager y superior



## Programa Aliados

Aliados es un programa que ha tenido como objetivo escuchar la voz del empleado para acompañar e impulsar la creación de una Cultura inclusiva dentro de Coca-Cola Europacific Partners, a través del aprendizaje y de la escucha activa y acompañando a nuestros líderes a fomentar una cultura de alto rendimiento que incorpore la diversidad, la igualdad y el bienestar de todos, sean cuales sean nuestras características personales.

Para ello, buscamos personas que quisieran convertirse en embajadores de la diversidad y la inclusión en Coca-Cola Europacific Partners. De esta forma, más de 70 aliados que representan diversas realidades internas (geográficas, funcionales, de edad...), aportan valor desde sus experiencias y vivencias personales.

En 2020, todos ellos participaron en un programa formativo en el que pudieron hacer un diagnóstico interno y externo, a través de encuentros fundamentalmente virtuales, que les ayudaron a hacerse una composición de lugar de cómo estamos y cómo queremos estar a nivel diversidad e inclusión. Estos resultados y propuestas de mejora ya se han presentado al Diversity Council y en 2021 este equipo acompañará al Council en hacer realidad las iniciativas propuestas.

## Plan Aflora para la discapacidad

En el ámbito de la inclusión de personas con discapacidad, en 2020 pusimos la marcha el plan Aflora para acompañar a nuestros empleados que desconocen que sus dolencias pueden ser susceptibles de ser consideradas una discapacidad por las que obtendrían ventajas socio fiscales.

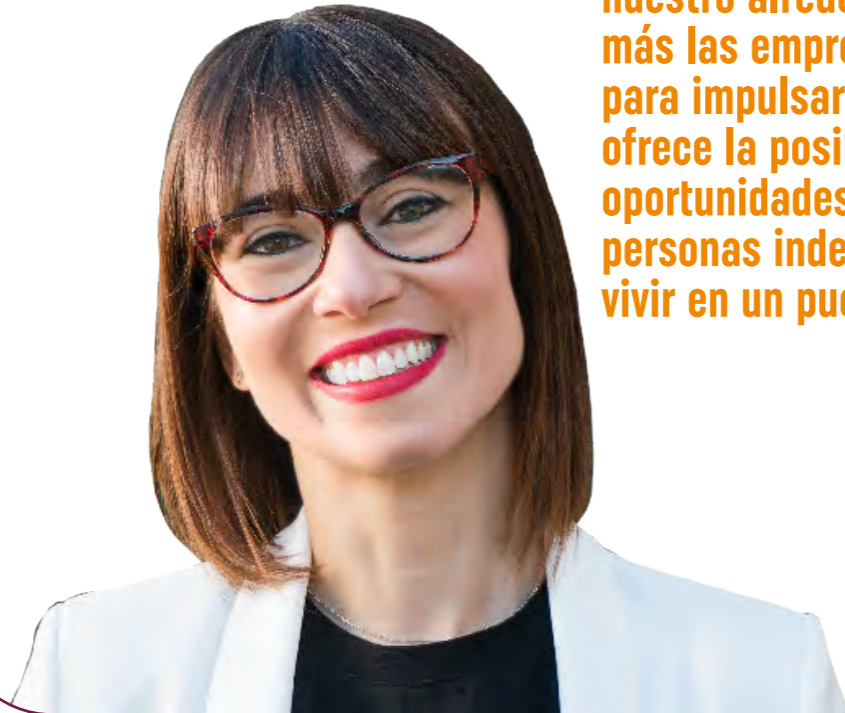
Se trata de un servicio externalizado a la Fundación Adecco, con lo que se garantiza la confidencialidad de los empleados a lo largo de todo el procedimiento.

Se trata de una iniciativa que pone de manifiesto nuestro compromiso con la discapacidad como parte de una cultura inclusiva.

También en el ámbito de la discapacidad cumplimos plenamente con la LGD, bien de forma ordinaria o a través del desarrollo de medidas alternativas.



Es fundamental que desde la empresa comencemos a transmitir valores como la confianza, la seguridad y la transparencia. Este mundo necesita recuperar el sentido de pertenencia, aquel que nos hace sentirnos orgullosos y partícipes de lo que ocurre a nuestro alrededor. Cada vez somos más las empresas comprometidas para impulsar este cambio que ofrece la posibilidad de generar oportunidades para todas las personas independientemente de vivir en un pueblo o una ciudad.



**Conce Macías Sánchez, Directora de Proyectos e Innovación Social de AlmaNatura**  
(B-Corp cuyo propósito es luchar contra la despoblación rural)

## Nos comprometemos con el desarrollo de la comunidad

En 2020, trabajamos para apoyar y estar junto a nuestros clientes, consumidores y comunidades en las que operamos.

Comprometidos con las comunidades, hemos invertido



en proyectos sociales y medioambientales en 2020

A partir de las necesidades derivadas de la COVID-19, la inversión se incrementó un 6%

A través de nuestra estrategia de sostenibilidad "Avanzamos", hemos asumido el compromiso de actuar para asegurar que nuestra actividad es sostenible y tiene una repercusión positiva en la sociedad que marque la diferencia en la vida de nuestros empleados y nuestras comunidades.

Durante los momentos más duros de la pandemia, hemos seguido apoyando a nuestras comunidades en sus necesidades sociales con donaciones económicas y de productos destinadas a los colectivos más vulnerables: pacientes, personal sanitario, usuarios de becas comedor, fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, bancos de alimentos, etc.

Además de esta respuesta de emergencia, hemos adaptado el resto de nuestras iniciativas, manteniendo nuestros objetivos e impactos positivos.

## Voluntariado Corporativo

Fomentamos el voluntariado corporativo como palanca de impacto social.

### I Love Voluntariado



Todos nuestros empleados pueden dedicar **2 días al año para participar en actividades de voluntariado corporativo** con el objetivo de influir positivamente en nuestra sociedad y en nuestro entorno.

Este año, debido a la Covid-19, hemos adaptado todas las iniciativas solidarias a las circunstancias, desarrollándolas en formato online.

### Día del Voluntariado

Celebramos la semana del voluntariado en torno al Día Internacional del Voluntariado, ofreciendo a nuestros empleados la posibilidad de participar en varias iniciativas online dirigidas a personas en riesgo de exclusión social y contribuyendo a necesidades ambientales.

## Voluntarios Plataforma GIRA

Nuestros programas de voluntariado corporativo también se centran en compartir valor dentro de nuestros propios programas, como es el caso de la **Plataforma GIRA**.

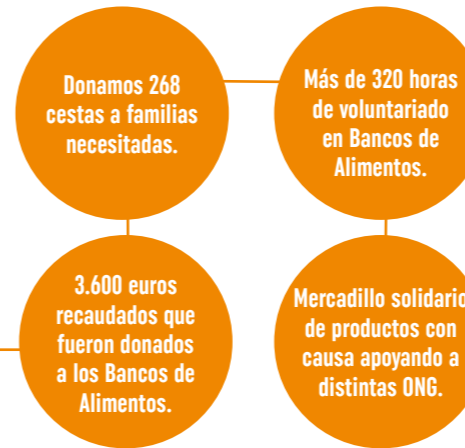
A través de "Speed dating", "Leader Coach" y el "Voluntariado Legal de GIRA Mujeres", nuestros equipos aportan valor profesional voluntario para acompañar a las mujeres y jóvenes de GIRA en sesiones de coaching y asesoramiento profesional.

El equipo de Coca-Cola Iberia y de Coca-Cola Europacific Partners participaron en las actividades de "Speed Dating". Los voluntarios de CCEP participaron además en el "Voluntariado legal de GIRA Mujeres" y "Leader Coach"



## Navidad solidaria

Con el cierre de año, hemos desarrollado diferentes actividades de entrega de donativos y voluntariado que hicieron que, a pesar de las circunstancias atípicas del 2020, se convirtiera en "La Navidad más Solidaria de Coca-Cola".



*The Coca-Cola Company*

### Voluntariado en Coca-Cola Iberia



95 empleados

+



443,5 horas  
(4,6 horas / voluntario)



## Voluntariado en Coca-Cola Europacific Partners



158 voluntarios



7 entidades sociales



1.709 horas de voluntariado

2020 no frenó el compromiso de nuestros voluntarios para seguir impactando.

### Tu experiencia Coca-Cola

A través de este programa, nuestros voluntarios compartieron su trayectoria y experiencia profesional en Coca-Cola para motivar e inspirar a personas que se encuentran estudiando, decidiendo su carrera profesional o en búsqueda de empleo.



## Plataforma GIRA

Jóvenes y mujeres, nuestro compromiso con la empleabilidad y el emprendimiento.



### Compromiso Global 5by20®

En 2010, Coca-Cola lanzó una iniciativa global para **promover el emprendimiento económico de 5 millones de mujeres alrededor del mundo para finales del 2020.**

En España y Portugal, hemos trabajado este compromiso especialmente a través del proyecto GIRA Mujeres, y sumando otras iniciativas relacionadas con formación de habilidades, redes de tutoría y apoyos financieros.



<sup>2</sup> Objetivo Global

### GIRA Mujeres

GIRA Mujeres es un programa de formación y capacitación que desde 2016 está dirigido a mujeres que quieren emplearse o desarrollar una idea de negocio vinculada con el sector de alimentación y bebidas.

Trabajamos con todas las mujeres, poniendo un foco especial en aquellas del ámbito rural que habitan en regiones afectadas por el fenómeno de la despoblación, fomentando el arraigo en el territorio y la apuesta por la actividad económica local para poner freno a la despoblación de lo que ahora se conoce como "la España vaciada".

### GIRA Jóvenes

GIRA Jóvenes es un programa de capacitación y empleabilidad que nace en 2012 dirigido a jóvenes de entre 16 y 26 años con el objetivo de ayudarles a conocerse mejor a sí mismos, mejorar su empleabilidad y promover su papel como agentes de cambio.

**Adaptamos nuestros programas a las necesidades derivadas de la Covid-19.**



“ Necesitamos prestar atención a una nueva generación de jóvenes gitanos y gitanas que están alzando la voz para reclamar formación, empleo y oportunidades. Jóvenes con talento que no solo quieren pan para hoy, quiere pan para mañana. En un momento como el que vivimos urge más que nunca la creación de oportunidades para quienes están más alejados del mercado de trabajo, pero desde la FSG no podemos, no debemos y no queremos hacerlo solos. Necesitamos el apoyo de las empresas y el compromiso de las instituciones. ”



Arantza Fernández Espiñeria, Directora Departamento de Empleo – Fundación Secretariado Gitano

## Proyectos Community Fund 2020 @CCEP

### SITE LED

Desde Coca-Cola Europacific Partners hemos realizado una **donación de 100.000 euros** entre **10 entidades sociales** que desarrollan su labor en entornos cercanos a nuestras plantas para colaborar con nuestras comunidades. Financiando iniciativas relacionadas con la creación de empleo, mejora de la situación de personas con discapacidad, inclusión laboral, prevención de violencia de género, etc.

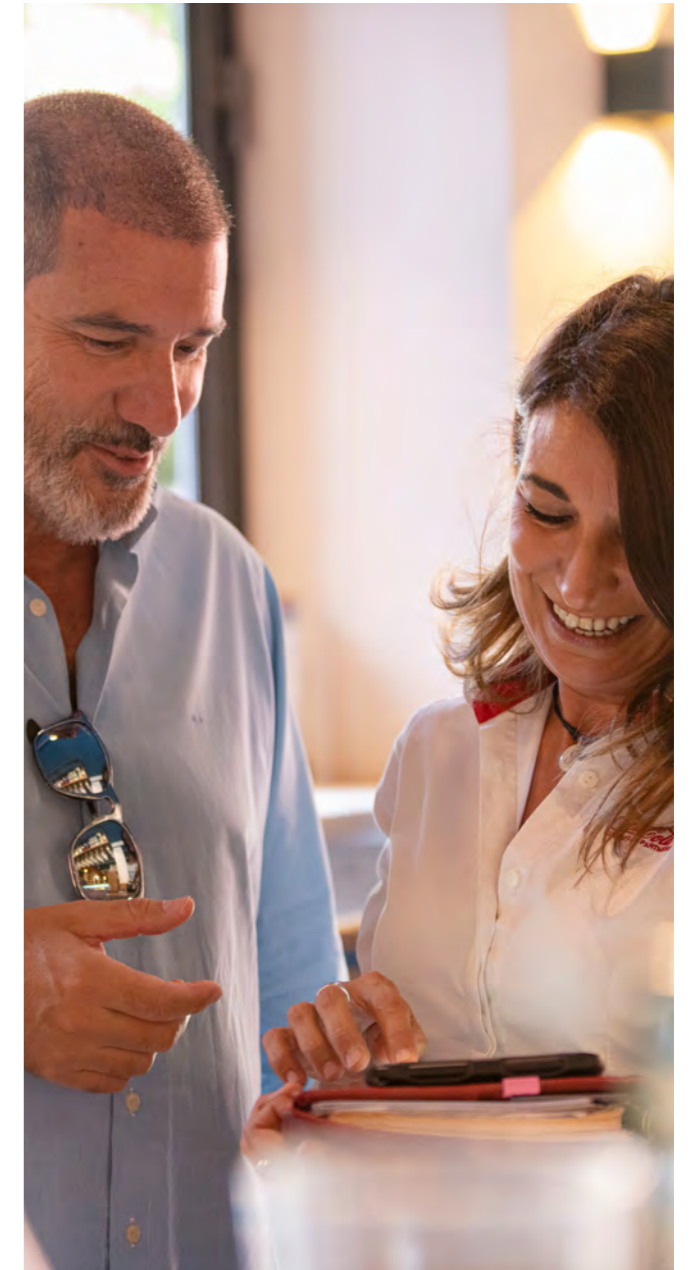


### SUPPORT MY CAUSE

Nuestros empleados proponen un **proyecto o una buena causa de una Organización No Lucrativa** para hacerles una donación que apoye su causa o proyecto.

Este año, premiamos proyectos relacionados con la recuperación tras la Covid-19.

Donaciones por  
**25 mil €**  
a la Asociación Entre Amigos Sevilla (10 mil €),  
Fundación Eddy (8 mil €) y  
Fundación La Merienda (7 mil €)



## Respuesta a la emergencia causada por la Covid-19

En alianza con diferentes organizaciones como Cruz Roja Responde, Health Warriors, Food4Heroes, entre otras, hemos trabajado para dar respuesta a las dificultades que trajo la pandemia.

- Hemos donado más de un millón de litros de productos a familias necesitadas y a colectivos en situación de vulnerabilidad.
- Encuentros "Todo irá a mejor":** Con apoyo de profesionales y de diferentes entidades colaboradoras, facilitamos apoyo emocional a mujeres, jóvenes y personas con discapacidad. Los encuentros comenzaron en septiembre de 2020 de manera virtual y poco a poco hemos integrado la modalidad presencial. Hasta diciembre 2020 hemos conseguido:

- Hicimos un donativo a la Cruz Roja de España para ayudar a 1.000 familias necesitadas.
- Nuestros empleados donaron todo el premio de la Copa Woodruff Global a la asociación Cáritas.

Agradecemos a nuestros empleados, que conscientes de la situación COVID-19, decidieron donar la totalidad de la copa Woodruff a la asociación Cáritas. Este premio reconoce a la Business Unit con mejor desempeño del mundo y está compuesto por un trofeo para el país ganador, un bono extra para cada uno de los empleados ganadores y una dotación presupuestaria para una celebración en la que puede participar toda la plantilla.

Todo irá a mejor



En total  
**301**

encuentros realizados y continuaremos hasta superar los 400



Presencia en  
**35**

provincias



Ofrecimos  
**2.305**

horas de apoyo emocional



Colaboramos con  
**23**

entidades



Un total de  
**1.816**

beneficiarios

**536** jóvenes  
**794** mujeres  
**466** personas con discapacidad  
**20** otros

### Entidades Colaboradoras

Todo ha sido posible gracias a la suma de esfuerzos con:



## Fundación Coca-Cola

A través de Fundación Coca-Cola desarrollamos proyectos propios e impulsamos acciones en el ámbito del teatro, la literatura y el arte para que los jóvenes puedan abordar su futuro con herramientas que permiten su desarrollo integral.

En 2019, el informe de la Fundación Compromiso y Transparencia (FCyT)\* reconoció la Fundación Coca-Cola como una de las más transparentes de España.

\* En 2020, este informe no tuvo actualizaciones.

FUNDACIÓN  
**Coca-Cola**

## Concurso Jóvenes Talentos

Cada año, desde 1961, la Fundación Coca-Cola convoca al "Concurso Jóvenes Talentos". Un certamen de literatura juvenil por el que pasan miles de jóvenes que comparten la pasión por la escritura.

En 2020, debido a la irrupción de la Covid-19, la 60ª edición del concurso tuvo que ser pospuesta ante la imposibilidad de celebrar las pruebas escritas, las cuales se celebrarán en formato online en 2021.

Sin embargo, sí pudimos celebrar la **3ª edición de las Jornadas Literarias para Profesores**, creadas para poner en valor su importante papel como impulsores de la creatividad de los alumnos. **Esta 3ª edición ha sido un éxito a nivel convocatoria, se convirtió en el año con más asistentes, sumando un total de 206 profesores, un 31% más que la edición anterior.**

## Premio Buero del Teatro Joven

En 2003 creamos estos premios en colaboración con el Ministerio de Cultura, a través del Instituto Nacional de las Artes Escénicas y la Música (INAEM). Se dirigen a jóvenes de entre 14 y 21 años que apuestan por el teatro como herramienta educativa.

En 2020, las circunstancias de la Covid-19 nos obligaron a cancelar y cambiar el formato de algunas acciones como las Becas para Jóvenes Actores y Gala de los Premios Autonómicos.

Como resultado de la 17ª edición, conseguimos que:

Se inscribieron 344 grupos de más de 300 centros educativos (91 durante el confinamiento).

Participaron 6.880 jóvenes, 1.376 coordinadores y profesores.

Se premiarán 99 grupos en la fase autonómica.

## Colección Coca-Cola de Arte Contemporáneo

- La Colección de Arte de la Fundación Coca-Cola nació en 1993 como parte del compromiso por promocionar las artes plásticas y acercar la cultura a la sociedad.
- En la actualidad, integran la colección 384 piezas de más de 250 artistas, englobadas en disciplinas artísticas como la escultura, el videoarte, la pintura o la fotografía.
- La colección está depositada desde 2007 como exposición permanente en el Centro de Arte Contemporáneo DA2, en la ciudad de Salamanca.

# SOCIEDAD: AVANZAMOS con nuestros empleados y las comunidades

## OBJETIVO

2020

Fomentaremos una cultura diversa e inclusiva en el negocio y trabajaremos para que las mujeres ocupen, al menos, el 40 % de nuestros puestos directivos en 2025.

Mujeres en cargos directivos:

» **51%** en Coca-Cola Iberia y  
**26,6%** en Coca-Cola Europacific Partners, España

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.

Horas de Voluntariado

» **443,5** Coca-Cola Iberia  
**(4,6 horas por voluntario)**

**1.709** Coca-Cola Europacific Partners  
**(10,8 horas por voluntario)**

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

GIRA JÓVENES

» **5.683** participantes desde 2012

GIRA MUJERES

**17.742** participantes desde 2016





6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

# AGUA: AVANZAMOS en nuestro compromiso con el agua

## El compromiso global con el agua

Promovemos una gestión sostenible del agua en toda la cadena de valor, que se manifiesta en la reducción del agua utilizada en la producción y en la depuración del agua utilizada en los procesos de fabricación. Además, impulsamos proyectos locales para devolver a la naturaleza, particularmente a la conservación de ecosistemas vulnerables, el equivalente al 100% del agua contenida en nuestras bebidas.

Nuestra estrategia de sostenibilidad "Avanzamos" nos compromete a reducir un 20% el consumo de agua en nuestras plantas de producción con respecto al año 2010.

En este sentido, los esfuerzos realizados en 2020 nos han permitido reducir el agua que consumimos por litro de producto final hasta una ratio **de 1,81 litros**.

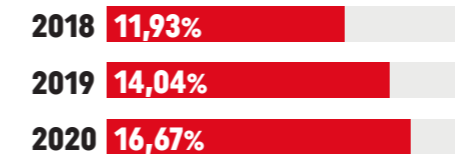
En conjunto, las acciones desarrolladas, en la última década nos han permitido reducir un 16,67%, el consumo de agua con respecto a 2010.

Partiendo de estos resultados, en 2020 implantamos la nueva estrategia de agua 2030, con el objetivo de incrementar la seguridad hídrica en donde operamos.

Esta nueva estrategia refuerza nuestro compromiso de reponer el 100% del agua que consumimos y contempla la implantación de sistemas de circuito cerrado en las plantas ubicadas en zonas de estrés hídrico.



### Objetivo "Avanzamos" 2025 reducción consumo de agua 20%



# Protegemos las fuentes de agua

Para proteger las fuentes de agua, nuestras fábricas evalúan su vulnerabilidad ante riesgos potenciales en términos de calidad y disponibilidad. A partir de los análisis desarrollamos planes de **protección del agua en origen, en los que se tienen en cuenta las necesidades futuras y se identifican las acciones adicionales requeridas para protegerla.**

Estudiamos 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"**.

Seguiremos trabajando en esta estrategia dirigida a proteger el agua, ampliando nuestra perspectiva local y poniendo el foco en aquellas áreas que presentan un mayor riesgo hídrico.

**En el 100% de nuestras operaciones de fabricación se han implementado planes de protección de las fuentes de agua.**

Por quinto año consecutivo, las acciones de Coca-Cola Europacific Partners, se han incluido en la Lista A de CDP en su edición de 2020. Por su parte, The Coca-Cola Company está calificada en la lista A- a nivel global. Este reconocimiento respalda nuestros compromisos con la seguridad hídrica.



# Mejoramos nuestro desempeño

El agua es nuestro principal ingrediente y recurso esencial para nuestros procesos productivos, por lo que promovemos su gestión sostenible a lo largo de toda nuestra cadena de valor:

- 1 Reducimos el agua que usamos** en la producción de nuestras bebidas. Llevamos a cabo diferentes proyectos, según las necesidades de las diferentes plantas del Sistema Iberia:

  - **Tenerife y Barcelona:** implantamos auditorías de tratamiento de aguas, desarrollando acciones que suponen **un ahorro de 1,2 m<sup>3</sup> por cada turno de 8 horas** en estas plantas.
  - **Valencia:** los cambios implementados han generado **un ahorro del 13% respecto al año anterior.**
  - **A Coruña:** con las nuevas medidas implantadas en 2020, **se espera ahorrar 60.000 litros anuales.**
- 2** Depuramos el agua que utilizamos en los procesos de fabricación.
- 3** Impulsamos proyectos locales que devuelvan a la naturaleza el equivalente al agua que contienen nuestras bebidas.



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



Juan Carlos del Olmo, Secretario General de WWF España

“ El agua es el combustible que mueve la biosfera, un recurso estratégico para nuestra calidad de vida y el elemento central para negocios como el de la alimentación. Por eso, ante la certeza de que será cada vez más escasa, debemos cambiar radicalmente nuestra relación con el agua, aceptando que es un recurso finito, convirtiendo su uso eficiente en dogma empresarial e invirtiendo a gran escala en recuperar y proteger los ecosistemas de los que depende el agua. ”

## Devolvemos a la naturaleza el agua que utilizamos

Queremos devolver a la naturaleza el equivalente al 100% del agua contenida en nuestras bebidas.

En 2020, hemos logrado devolver 3.642 millones de litros del agua, lo que supone el equivalente al 149% del agua contenida en las bebidas comercializadas a España.

Estamos comprometidos con reabastecer, recuperar y ahorrar agua en las comunidades en las que operamos.



**3.642 M de litros**  
de agua devuelta a la naturaleza en 2020



**149%**  
agua devuelta a la naturaleza respecto al volumen de ventas en España



**163%**  
agua devuelta a la naturaleza respecto a la embotellada en zonas de estrés hídrico en España



## Promovemos la conservación de ecosistemas y biodiversidad

A través de las acciones de nuestros proyectos de agua, como restauración de lagos y lagunas, fomento de la recuperación hidroforestal, el cuidado de conectores naturales y la optimización de sistemas de riego, contribuimos a la conservación de los ecosistemas que componen el entorno de nuestras fuentes hídricas e impactamos positivamente en el cuidado de la flora y fauna.

Estamos comprometidos con la implantación de las mejores técnicas para evaluar el impacto de nuestros proyectos.

Desde 2017 hemos utilizado como referente en nuestros proyectos de agua el Protocolo de Capital Natural (Natural Capital Protocol). Entendemos que, cuidando y protegiendo el agua, impactaremos directamente en la biodiversidad y podremos contribuir de manera positiva al valor ambiental, social y económico de las comunidades locales.

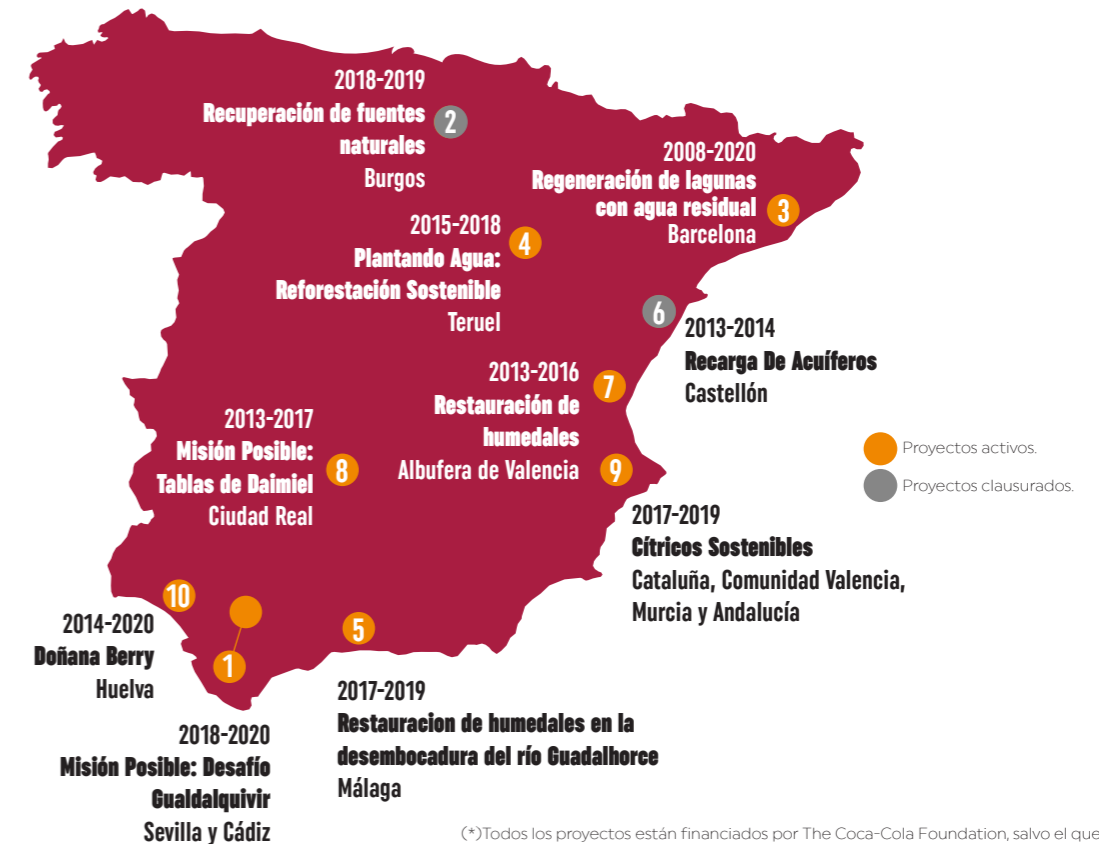


El "Protocolo de Capital Natural" facilita recomendaciones y actuaciones para maximizar los beneficios ambientales, sociales y económicos.

## Proyectos de agua en España\*

Nuestros proyectos están enfocados en el reabastecimiento de agua, la recuperación y protección de cuencas hidrográficas y en el ahorro de agua.

Desde 2009, hemos desarrollado **10 proyectos de recuperación y reabastecimiento de agua**, de los que 8 siguen activos. Implementados en colaboración con diversas ONG, universidades, institutos tecnológicos, organismos públicos y otros agentes expertos en la conservación del agua.



1

## Misión Posible: Desafío Guadalquivir, Sevilla y Cádiz

Desde 2018 acompañamos este proyecto en trece fincas de cultivos de cítricos del valle del Guadalquivir para reducir la presión hidrográfica y optimizar las prácticas de riego con los agricultores de la zona.

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 que suman 655 hectáreas. Este proyecto se desarrolla en colaboración con WWF.

A través de este proyecto, se ha recuperado la biodiversidad de una de las marismas más características del estuario de Guadalquivir. La creación de islas artificiales y la instalación de elementos de uso público han favorecido a las aves que forman en la zona colonias de cría de la Península Ibérica.

Respetando las medidas necesarias por la Covid-19, también se realizaron actividades de educación ambiental con la población local para impulsar el turismo verde. Para seguir divulgando la riqueza natural del estuario se editó una guía de bolsillo sobre su biodiversidad, en español y en inglés, y una aplicación para el móvil en ambos idiomas para que su consulta resulte más cómoda.



### ACCIONES

- **13** fincas involucradas
- **10** fincas con sondas y NDVI
- **6** fincas ecológicas
- **7** fincas convencionales

### RESULTADOS

- **621 ha.** de lagunas restauradas
- **1.540.000 m<sup>3</sup>** de agua acumulados en los tres años del proyecto (2018-2020)

2

### Santolín, Burgos

Recuperación de fuentes naturales y mejora del caudal en el entorno del manantial.

● **1.500** especies autóctonas plantadas

● **+5 M de litros** de agua al año en régimen hídrico



4

### Plantando agua, Teruel

Recuperación hidroforestal mediante la reforestación tras un gran incendio que afectó a las Cuencas Mineras.

● **+79.470** árboles plantados

● **629,2 M de litros** de agua recuperada en 2020



6

### La Vall d'Uixó, Castellón

La recarga artificial del acuífero permite detener la salinización.

● **50%** de aguas residuales utilizadas para la recarga



3

### Can Fenosa, Barcelona

Creación de una laguna artificial con aguas residuales depuradas y generación de un conector biológico.

● **+11.200** plantas y arbustos plantados desde 2010

● **121,2 M de litros** de agua recuperada en 2020



5

### Delta del Guadalhorce, Málaga

Restauración hidrológica de los humedales de la desembocadura del río Guadalhorce.

● **11** piezómetros instalados para monitorizar aguas subterráneas

● **4** humedales serán restaurados para actuar de filtro natural



## 7 Tancat de la Pipa, Albufera de Valencia

Creación de filtros naturales que permiten mejorar la calidad de las aguas de este humedal.



**40 ha** de humedal que actúa como filtro natural

**+25.000** plantas acuáticas plantadas desde 2013

**1.436 M de litros** de agua recuperada en 2020

## 9 Cítricos Sostenibles, Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia y Andalucía

Promoción de la agricultura sostenible para ahorrar agua gracias al trabajo con agricultores en distintas regiones del país.



**6%** de mejora en la producción

**750 ha** de cultivo (37 fincas)

**676 M de litros** de agua recuperada en 2020

## 8 Tablas de Daimiel, Ciudad Real

Promoción de la agricultura sostenible para reducir la demanda de agua y regeneración de la vegetación de la zona.



**+400** agricultores asesorados de forma directa desde 2014

**337,25 M de litros** de agua recuperada en 2020

## 10 Ferdoñana, Huelva

Promueve el cultivo sostenible de frutos rojos en la zona agrícola cercana a los humedales del Parque Nacional de Doñana.



**72** fincas de frutos rojos en seguimiento

**225,4 M de litros** de agua recuperada en 2020

# AGUA: AVANZAMOS en nuestro compromiso con el agua

OBJETIVO

2020

Reduciremos el agua que utilizamos en nuestros procesos de fabricación en un 20% para 2025 y abordaremos el impacto que tiene su uso en nuestra cadena de suministro.

**16,67%** de reducción de consumo de agua en los procesos de fabricación entre 2010 y 2020.

➤ **1,81 litros** de agua empleada por litro de bebida producido.

**100%** de nuestras plantas cuentan con planes de protección de las fuentes de agua.

**3.642 millones de litros** devueltos a la naturaleza en España en 2020. Más de 10.000 millones de litros acumulados desde 2018.

Devolveremos el 100% del agua contenida en nuestras bebidas, especialmente en áreas de estrés hídrico, como es el caso de la Península Ibérica.

➤ Devolvimos a la naturaleza el equivalente al agua contenida en nuestras bebidas:

**149%** Agua devuelta a la naturaleza respecto a la comercializada en España.

**163%** Agua devuelta a la naturaleza respecto a la embotellada en áreas con estrés hídrico.

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

➤ **8 proyectos activos** para el reabastecimiento de agua y recuperación de cuencas hidrográficas y humedales en España.



# CLIMA: AVANZAMOS hacia nuestro objetivo cero



Hemos alcanzado el objetivo que estableció The Coca-Cola Company a nivel global en 2010 para reducir las emisiones relativas de carbono en un 25% para 2020

Reafirmamos nuestro compromiso con el clima redoblando los esfuerzos para apoyar una reconstrucción sostenible basada en la lucha contra el cambio climático y la reversión de los efectos que el calentamiento global genera en la biodiversidad y en la salud y bienestar de las personas.

Estamos trabajando hacia nuestro objetivo cero emisiones, el cual está basado en reducir el valor absoluto de emisiones GEI en un 30% para 2030 y lograr emisiones de carbono netas cero para 2040.



## Actuamos sobre el clima

Nuestra ambición es dirigirnos hacia un futuro neutro en carbono. Apostamos por tomar medidas para reducir las emisiones de GEI (Gases Efecto Invernadero) en toda nuestra cadena de valor, desde la obtención de nuestros ingredientes y de los envases que utilizamos hasta las bebidas que vendemos, para limitar el aumento de la temperatura mundial y proteger el futuro de nuestro planeta.

### Desglose de las emisiones de GEI 2020, por alcance en España:



Seguimos trabajando para

**2030:** Reduiremos un 30% más las emisiones GEI, versus 2019.

**2040:** Seremos cero emisiones de GEI - neutros de carbono - en toda nuestra cadena de valor.

Especialmente este año, tras la Covid-19, **hemos fortalecido nuestros compromisos hacia el objetivo cero**, sumándonos a las declaraciones Recover Better y Green Recovery. Iniciativas que instan a las organizaciones para que los esfuerzos y planes de recuperación económica y social frente a los retos producidos por la pandemia tengan en cuenta **actuaciones que aceleren la transición económica verde y descarbonizada**.

### Recover Better

Convocada por **The Science Based Targets, el Pacto Mundial de Naciones Unidas y la coalición We Mean Business**. Promueve mantener el aumento de la temperatura global en 1,5°C por encima de niveles preindustriales con el **objetivo de alcanzar emisiones cero antes de 2050**.

Firmada en el marco del Día Mundial del Medioambiente, en mayo 2020.



### Green Recovery

Promovida por el Pacto Mundial para seguir actuando e invitar a la adopción de medidas que promuevan una recuperación sostenible tras la crisis generada por la Covid-19.





Estamos en la década de la ambición climática y tenemos un gran desafío como país: afrontar a la vez, de forma convergente, las cuatro crisis que padecemos: la sanitaria, la económica, la ambiental y la emergencia climática. Por ello es necesario construir una economía reconciliada con la naturaleza, saludable, sostenible e inclusiva, pues sin sostenibilidad no hay futuro para las empresas.



Víctor Viñuales, Director Ejecutivo de ECODES

© Laura Guerrero

## Nuevo Plan de Acción Climática: Objetivo Cero

Es el momento actuar, el clima está en un punto crítico. Por eso, decidimos lanzar un nuevo plan de acción climática con objetivos renovados y más ambiciosos.

**Objetivo Cero** busca contribuir a limitar el aumento de la temperatura terrestre en 1,5°C en línea con las recomendaciones del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC).

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

### Principios

En el camino hacia un futuro neutro en carbono, nuestros esfuerzos van a estar guiados por **cinco principios que consideramos absolutamente clave:**

- 1. ASUMIMOS LA RESPONSABILIDAD**, reduciendo las emisiones en toda nuestra cadena de valor.
- 2. INVOLUCRAREMOS A NUESTROS PROVEEDORES**, movilizándolos para que tomen medidas climáticas y trabajando estrechamente con ellos.
- 3. COMPENSAREMOS SOLO DONDE SEA ESENCIAL**, cuando no podamos reducir más, sólo entonces invertiremos en mecanismos que eliminen.
- 4. SEREMOS TOTALMENTE TRANSPARENTES**, divulgando información sobre las emisiones GEI y los riesgos climáticos a los que nos enfrentamos.
- 5. COMUNICAREMOS PARA IMPLICAR**, como empresa relevante en nuestro sector buscamos acelerar la transición hacia un futuro con bajas emisiones de carbono y para lograr los cambios necesarios en todas nuestras economías.



Hemos identificado el alcance de nuestras emisiones para establecer prioridades dentro de nuestro Plan de Acción Climática.



**6%** **ALCANCE 1**  
Emisiones directas procedentes de fuentes propias o bajo control propio

**1%** **ALCANCE 2**  
Emisiones indirectas de la generación de energía comprada

**93%** **ALCANCE 3**  
Emisiones indirectas que se producen en la cadena de valor



## Acciones inmediatas dentro del Nuevo Plan de Acción Climática: Objetivo Cero

Estamos invirtiendo 250 millones de euros en los objetivos de descarbonización de Europa. Además, desarrollamos un plan de incentivos para los equipos directivos, que serán reconocidos en la medida que consigan la reducción de las emisiones durante los próximos tres años.

Para reducir las emisiones en cada uno de los alcances (1, 2 y 3), nos centraremos en acciones relacionadas con:



MÁS PLÁSTICO  
RECICLADO



ENVASES MÁS  
LIGEROS



EQUIPOS  
DE FRÍO



MÁS TECNOLOGÍA,  
MENOS ENVASES

FÁBRICAS LIBRES  
DE ENERGÍA DE  
ORIGEN FÓSIL



MÁS VEHÍCULOS  
ELÉCTRICOS

## Actuamos en nuestros centros de producción

Llevamos a cabo programas de eficiencia relacionados con consumo energético, aprovechamiento de residuos, emisiones de CO<sub>2</sub> y consumo de agua en las instalaciones de nuestras plantas de Iberia.

- Conseguimos identificar 950 puntos de fuga de energía, que se han eliminado mediante la instalación de mantas térmicas hechas a la medida, lo que supone un ahorro de energía de más de 4,2 Mkw/h anuales.
- Realizamos auditorías periódicas en las instalaciones de distribución de CO<sub>2</sub> de nuestras plantas para identificar fugas y reducir las pérdidas.
- En 2019 y 2020 se llevó a cabo un proyecto para automatizar los sistemas de refrigeración en función de las demandas, optimizando el consumo de energía.

Por quinto año consecutivo, las acciones de Coca-Cola Europacific Partners, se han incluido en la Lista A de CDP en su edición de 2020. Por su parte, Coca-Cola Company está calificada en la lista A- a nivel global.



## Hostelería #PorElClima

Desde 2017, desarrollamos junto con Comunidad #PorElClima y ECODES esta iniciativa. Es 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.

721

establecimientos adheridos

5.033

acciones por el clima

HOSTELERÍA  
#POR EL CLIMA

### Mejoras en nuestras herramientas

✓ Una calculadora de emisiones de CO<sub>2</sub> con el fin de que los locales puedan conocer sus emisiones reales.

✓ Una nueva sección con un listado de acciones climáticas que pueden poner en marcha los establecimientos, que sirve para elaborar su perfil y su plan de acción personalizado.

Además, en su espacio privado, obtienen un diagnóstico y un plan de acción personalizado que le permitirá mejorar su puntuación.

## Medimos y compensamos la huella de establecimientos hosteleros

Lanzamos un programa piloto en el que 17 locales han podido calcular de forma gratuita su huella de carbono, identificando qué actividades generan mayor impacto ambiental para mitigarlo y compensarlo.

A partir de los resultados obtenidos, se ha conseguido la neutralidad en carbono mediante acciones de compensación, ya que estos bares y restaurantes no pueden evitar emitir después de aplicar sus planes de reducción. Esta compensación consiste en la aportación voluntaria de una cantidad económica, proporcional a las toneladas de CO<sub>2</sub> generadas, que se destina a un proyecto de sumidero de carbono (depósito natural o artificial que absorbe el carbono de la atmósfera contribuyendo a reducir el CO<sub>2</sub> del aire).

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).

**ecodes**  
tiempo de actuar

# CLIMA: AVANZAMOS hacia nuestro objetivo cero

OBJETIVO

2020

Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en toda nuestra cadena de valor en un 35% para 2020.

» 44,8% reducción de emisiones de gases efecto invernadero en toda la cadena de valor (2010 - 2020).

» 21,6% reducción de emisiones gases efecto invernadero (2019-2020).

Utilizar electricidad procedente de fuentes Renovables

» 100% de electricidad proviene de fuentes renovables.



# CADENA DE SUMINISTRO: AVANZAMOS juntos



## Construimos de la mano de nuestros proveedores para seguir alcanzando los objetivos.

El crecimiento de la población, la mayor demanda de productos alimenticios y el cambio climático están sometiendo nuestra cadena de suministro a una presión cada vez mayor.

Conscientes del impacto que estos factores tienen sobre nuestro negocio, y sobre todo en la cadena de suministro, tenemos la determinación de apoyar el crecimiento sostenible con el uso de materias primas que tengan certificaciones de abastecimiento sostenible, y seleccionando proveedores que cumplan con nuestros Principios Rectores.

## Impulsamos la sostenibilidad de nuestra cadena de suministro

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 nuestra relación con proveedores.

Nos hemos comprometido a facilitarles los medios necesarios para que los fabricantes y proveedores conozcan y comprendan estas pautas, y así, puedan asumir su cumplimiento.

## Código de Conducta Empresarial para Proveedores

Este Código 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 para Proveedores (SGP- Supplier Guiding Principles)

Estos principios son un pilar fundamental dentro de los programas de Derechos Humanos y sostenibilidad.

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, acorde 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.

## Evaluamos el rendimiento.

El proceso de gestión de relaciones con proveedores nos proporciona un marco para evaluar su sostenibilidad. Cada proveedor recibe una puntuación basada en el valor financiero, la eficiencia, la innovación, el riesgo y la sostenibilidad. El componente de sostenibilidad viene definido por la empresa de evaluación independiente EcoVadis. En este sentido, evalúa aspectos ambientales, de gestión del carbono, Derechos Humanos y prácticas comerciales justas.

## Proveedores adheridos a los SGP:



Coca-Cola Iberia



Coca-Cola European Partners

2020 es el primer año en el que Coca-Cola European Partners ha sido incluido en la Lista A de CDP – Supplier Engagement Leaderboard.

## Agricultura sostenible

Una cadena de suministro agrícola sostenible es especialmente relevante para nuestros objetivos de sostenibilidad en torno al clima, el agua o Derechos Humanos. Nuestra estrategia "Avanzamos" marca el objetivo 2020 de abastecer nuestros principales ingredientes agrícolas, incluidos el azúcar, zumos de fruta, café y té entre otros, de forma respetuosa con el medio ambiente

En 2020, la COVID-19 afectó a nuestra capacidad de organizar evaluaciones y de reunirnos con proveedores y agricultores. Si bien **hemos alcanzado el 100% de abastecimiento sostenible para la soja, el azúcar o el papel**, seguimos progresando en otros ingredientes prioritarios. Estamos orgullosos de lo logrado pero reconocemos que debemos seguir desarrollando nuestro enfoque y prácticas de sostenibilidad relacionadas con nuestra cadena de suministro agrícola.

En este sentido, en 2020 se ha hecho una revisión global de nuestro progreso. Seguiremos promoviendo el diálogo abierto y nuestro compromiso respecto a este objetivo con las principales organizaciones de normas agrícolas, las partes interesadas, los expertos, los proveedores y la industria. Entre otros, a través del trabajo con la Plataforma global de la Iniciativa para la Agricultura Sostenible (Plataforma SAI).



El objetivo es garantizar que el

100%

de los ingredientes que obtengamos cumplan con los principios de agricultura sostenible y las condiciones de salud y bienestar animal responsables.

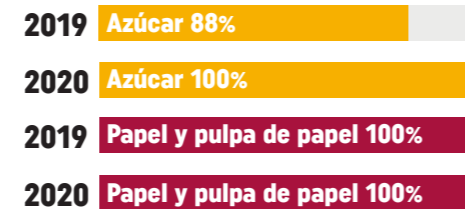
## Principios de Agricultura Sostenible

Nuestros proveedores agrícolas autorizados deben cumplir con estos Principios de Agricultura Sostenible, los cuales regulan el cumplimiento de los Derechos Humanos y laborales, el respeto y cuidado del medio ambiente y los sistemas de gestión.

La agricultura sostenible y la salud y el bienestar de los animales se integrarán en nuestro Programa de Agricultura Sostenible y en los Principios Rectores de la Agricultura Sostenible (SAGP) revisados.



### Avances de proveedores adheridos a SAGP (Azúcar / Papel y pulpa de papel)



## Política de bienestar animal

Fue lanzada en 2020 para avanzar en el compromiso con el buen trato de los animales, y así, priorizar la mejora continua de la salud y bienestar animal.

Esperamos que nuestros proveedores se aseguren de cumplir con normas que les sean aplicables en la materia y traten a los animales con cuidado, comprensión y respeto. Tomando como referencia los reglamentos locales, regionales e internacionales aplicables a la salud y bienestar de los animales.

Nos comprometemos a ir más allá de las normativas, cuando sea necesario, para cumplir con nuestros principios rectores y áreas de interés global.



**La sostenibilidad de la actividad agrícola solo se puede alcanzar eficazmente con el compromiso decidido de las empresas de los sectores agrícola y agroalimentario. La cercanía, el conocimiento y la responsabilidad social de estas empresas deben apremiar a las instituciones y contribuir a la concienciación ciudadana.**



**Ignacio Morell Evangelista,**  
Catedrático de Hidrogeología en la Universitat Jaume I, Castellón

## Creamos valor en toda la cadena

En línea con nuestros criterios de abastecimiento sostenible, trabajamos con aquellos proveedores que nos ofrecen soluciones con calidad sobre el producto o servicio, y además, añaden valor en aspectos sociales y ambientales.

Entre otros proyectos, este año hemos trabajado con proveedores que añaden valor en cuanto a:

- **Certificación Lean&Green.**
- **Materiales 100% reciclables.**
- **Iniciativas sobre reducción de emisiones y residuos.**



Además, desde 2019, hemos puesto en marcha un proyecto para reducir el desperdicio de producto de merchandising y aprovechar el excedente de los materiales que no son utilizados en eventos corporativos.

Incluye todo tipo de materiales promocionales, desde carpas, corpóreos o decoración, hasta regalos corporativos, camisetas, gorras, gafas o material de imprenta como folletos, flyers, etc.

**50 mil €**

de ahorro económico aproximado en 2020

Este año, el

**98%**

de nuestro gasto con proveedores,  
fue en proveedores locales.\*

(\*): Dato Coca-Cola Iberia y Coca-Cola Europacific Partners en Andorra y España

# CADENA DE SUMINISTRO AVANZAMOS juntos

## OBJETIVO

2020

Nos aseguraremos de que en 2020 el 100% de los principales ingredientes agrícolas y las materias primas provengan de recursos sostenibles.



### Principios Rectores de Agricultura Sostenible (SAGP):

- **100%** del azúcar proviene de proveedores que cumplen los principios SAGP.
- **100%** de la pulpa y el papel se obtienen a través de proveedores que cumplen los SAGP.

Continuaremos incluyendo la sostenibilidad, la ética y los Derechos Humanos en nuestra cadena de suministro a través de la aplicación de nuestros Principios Rectores para Proveedores y nuestras políticas en materia de Derechos Humanos.



### 100% de proveedores adheridos al Código de Conducta para Proveedores.

#### Adheridos a los Principios Rectores para Proveedores:

- **100%** en Coca-Cola Iberia.
- **92%** en Coca-Cola Europacific Partners en España.
- **44,8%** reducción de emisiones de gases efecto invernadero en toda la cadena de valor (2010-2020).

# ANEXOS

## TABLA DE CONTENIDO GRI

	Contenido	Comentarios	Números de página
102	Contenidos generales		
Perfil de la organización			
102-1	Nombre de la organización		6 y 7
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios		6 y 7
102-3	Ubicación de la sede		115
102-4	Ubicación de las operaciones		115
102-5	Propiedad y forma jurídica		6 y 7
102-6	Mercados servidos		6 y 7
102-7	Tamaño de la organización		11
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores		56 - 69
102-9	Cadena de suministro		100 - 106
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	No hubo cambios significativos en la organización y en su cadena de valor.	
102-11	Principio o enfoque de precaución	Información sobre las áreas con estrés hídrico.	91
102-12	Iniciativas externas	ODS, CDP Clima, CDP Agua, CDP Cadena de Suministro Dow Jones Sustainability index, FTSE4Good, Recover Better, Green Recovery	25, 82, 93, 97, 101
102-13	Afiliación a asociaciones		32 y 33
Estrategia			
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones		4 y 5
Ética e integridad			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta		12 - 21
Gobernanza			
102-18	Estructura de gobernanza		12 - 21
Participación de los grupos de interés			
102-40	Lista de grupos de interés		11
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	Datos reportados en las tablas de información sobre rendimiento clave del Grupo en 2020: <a href="https://www.cocacolaep.com/assets/2d4725e18e/2020-Corporate-Data-Tables.pdf">https://www.cocacolaep.com/assets/2d4725e18e/2020-Corporate-Data-Tables.pdf</a>	

102-42	Identificación y selección de grupos de interés		11
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés		11
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados		10, 11 y 24
Prácticas para la elaboración de informes			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados		6 y 7
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	Los contenidos del presente informe, así como la definición de la estructura del mismo, se han elaborado siguiendo los temas identificados como materiales.	24
102-47	Lista de temas materiales		24
102-48	Reexpresión de la información	No ha sido necesario reexpresar ni reformular información contenida en informes anteriores.	
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No fue necesario hacer cambios sobre informes anteriores.	
102-50	Periodo objeto del informe	El presente informe de sostenibilidad corresponde al ejercicio 2020.	
102-51	Fecha del último informe	El informe más reciente publicado corresponde al ejercicio 2019.	
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual.	
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	<a href="https://www.cocacolaep.com/es/contacto/">https://www.cocacolaep.com/es/contacto/</a>	
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI.	
102-55	Índice de contenidos GRI		108 - 112
103 Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	El enfoque de gestión se desarrolla en cada uno de los apartados de la presente Memoria	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
203 Impactos económicos			
203-2	Impactos económicos indirectos significativos		69 - 79

	Contenido	Comentarios	Números de página
204	Prácticas de adquisición		
5204-1	Proporción de gasto en proveedores locales		105
205	Anticorrupción		
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		12 - 21
301	Materiales		
301-1	Materiales utilizados por peso y volumen		113 y 114
301-2	Insumos reciclados		113
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado		42 - 55
302	Energía		
302-3	Intensidad energética		116
302-4	Reducción del consumo energético		116
303	Agua y efluentes		
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido		115
303-3	Extracción de agua		115
303-4	Vertidos de agua		115
303-5	Consumo de agua		115
305	Emisiones		
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)		116
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)		116
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)		116
305-4	Intensidad de las emisiones GEI		116
305-5	Reducción de las emisiones de GEI		116
306	Residuos		
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos		42 - 45
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos		42 - 45

	Contenido	Comentarios	Números de página
306-3	Residuos generados		42 - 45
307	Cumplimiento ambiental		
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Durante 2020 no hemos tenido multas o sanciones monetarias	
308	Evaluación ambiental de proveedores		
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales		101
401	Empleo		
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal		58 y 62
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		59, 60, 61, 63, 64, 65, 66 y 67
403	Salud y seguridad en el trabajo		
403-3	Servicios de salud en el trabajo		59, 64 y 65
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		59, 64 y 65
403-6	Fomento de la salud de los trabajadores		59, 64 y 65
403-9	Lesiones por accidente laboral		65
404	Formación y enseñanza		
404-1	Media de horas de formación al año por empleado		59 y 65
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición		59 - 67
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional		59 - 67
405	Diversidad e igualdad de oportunidades		
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados		58 y 60



	Contenido	Comentarios	Números de página
412	Evaluación de derechos humanos		
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	Llevamos a cabo evaluaciones a proveedores sobre criterios de sostenibilidad, las cuales contemplan aspectos ambientales, de gestión del carbono, Derechos Humanos y prácticas comerciales justas.	101, 102 y 106
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos		21 y 59
413	Comunidades locales		
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		22
414	Evaluación social de los proveedores		
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Llevamos a cabo evaluaciones a proveedores sobre criterios de sostenibilidad, las cuales contemplan aspectos ambientales, de gestión del carbono, Derechos Humanos y prácticas comerciales justas.	115
416	Salud y seguridad de los clientes		
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Todos nuestros productos son evaluados para determinar los impactos en materia de salud y seguridad.	34 - 41
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	En 2020 no hemos tenido ningún caso de incumplimiento relativo a los impactos en la salud y seguridad.	
417	Marketing y etiquetado		
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Contamos con el compromiso de mantener un etiquetado nutricional claro en todos nuestros productos.	41
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	En 2020 no hemos tenido ningún caso de incumplimiento relativo a la información y etiquetado.	
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	En 2020 no hemos tenido ningún caso de incumplimiento relativo a las comunicaciones de marketing.	
419	Cumplimiento socioeconómico		
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	En 2020 no hemos tenido casos de incumplimiento de las normativas en materia social y/o económica.	

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

Compromiso	Métricas	2010	2018	2019	2020
<b>BEBIDAS</b>					
Reduciremos el azúcar en nuestras bebidas un 10% entre 2015 y 2020 <sup>2</sup> .	Reducción en el promedio de azúcar por litro en nuestras bebidas desde 2015. (Un 12% para España entre 2015 y 2020). (%)		17,1	18,2	23,9
	Reducción de la media de azúcar por litro en nuestra oferta de bebidas desde 2010. (%)		31	32,0	36,7
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	55	56	63
Desarrollaremos continuamente nuestras recetas y nuestra oferta de bebidas para ofrecer una mayor variedad.	Número de nuevos productos que han cambiado sus componentes para reducir el azúcar desde 2010. (N.o)				21
	Número de nuevos productos bajos en calorías y sin calorías lanzados desde 2010. (N.o)				60
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. (%)				6,2
<b>ENVASES</b>					
Nos aseguraremos de que el 100% de nuestros envases sea reciclable o reutilizable.	Porcentaje de envases que es reciclable. (%) <sup>4</sup>		99,6	99,6	99,7
	Porcentaje de envases de vidrio que es rellenable. (%) <sup>5</sup>	88,7	91,4	91,6	90,7
Trabajaremos con socios locales y nacionales para recoger el 100% de nuestros envases en Europa Occidental.	Envases recogidos para reciclaje como porcentaje del total de envases puestos en el mercado. (%)		74 <sup>6</sup>	78 <sup>7</sup>	83 <sup>8</sup>
Nos aseguraremos de que al menos el 50% de material que utilizamos para nuestras bebidas de PET provenga de plástico reciclado (rPET).	Porcentaje de PET utilizado que es rPET. (%)		20,5	25	25

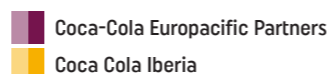
<sup>1</sup>En algunos casos, los datos de años anteriores pueden no estar disponibles, ya que se han establecido nuevos objetivos en 2017. Además, los datos combinados para Coca-Cola Europacific Partners antes de su formación, pueden no estar disponibles.  
<sup>2</sup>Solo refrescos con y sin gas. No incluye agua ni zumo.  
<sup>3</sup>Ventas totales de CCEP. No incluye freestyle, Bebidas bajas en calorías y bebidas de cero calorías.  
<sup>4</sup>Basado en el volumen de ventas de refrescos de Coca-Cola Europacific Partners de 2017, respecto a 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 datos: ECOEMBES (2017), Ecovidrio (2017).  
<sup>7</sup>Fuente de datos: ECOEMBES (2017, 2018), Ecovidrio (2017).  
<sup>8</sup>Fuente de datos: ECOEMBES (2018, 2019), Ministerio de Medioambiente (2017).

Compromiso	Métricas	2010	2018	2019	2020
Peso del embalaje.	Aluminio: peso total (Toneladas)	7.175	22.283	23.423	26.199
	Acero: peso total (Toneladas)	71.427	27.438	26.143	9.124
	PET: peso total (Toneladas)	48.153	38.334	39.389	34.099
	Vidrio: peso total (Toneladas)	50.701	33.767	35.280	19.418
	Otras primarias: peso total (Toneladas)	6.090	4.024	4.487	3.267
	Peso total del embalaje (primario/secundario/ terciario) (Toneladas)	195.288	135.411	141.081	103.384
	Porcentaje de contenido reciclado total (primario/ secundario/terciario) (%)	10,0	18,1	19,2	24,1
Ratio de uso de embalajes.	Ratio de uso de embalaje. (g/litro de producto) <sup>9</sup>	61,89	46,21	47,31	42,21
Residuos de fabricación.	Total de residuos de fabricación enviados para reciclaje (incluido compostaje y residuos para recuperación de energía). (%)	82,7	97,1	98,1	97,7
SOCIEDAD					
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). (%)		26,8	26,0	26,6
			37	49	51
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>10</sup> .		6,5	7,4	7,9
	Número total de horas de voluntariado. (Horas)		2.310	8.664	1.709
			505	1.378	444

<sup>9</sup>Ratio de uso de embalaje basado en toneladas de embalajes, incluyendo la media de usos para los envases reutilizables.

<sup>10</sup>Datos para Sistema Coca-Cola: Coca-Cola Iberia y CCEP. Datos consolidados para España, Portugal y Andorra.



Compromiso	Métricas	2010	2018	2019	2020
EMPLEADOS					
Empleados	Total de empleados. (N.o)		3.920	3.705	3.635
			126	126	126
	Hombres. (N.o/%)		3.111/79,4	2.873/77,5	2.802/77,1
			56/44	48/38,1	49/39
	Mujeres. (N.o/%)		809/20,6	832/22,5	833/22,9
			70/56	78/61,9	77/61
Seguridad	Tasa de incidentes con tiempo perdido (LTIR) (número de incidentes con tiempo perdido por cada 100 empleados equivalentes a tiempo completo)		0,77	0,92	0,78
AGUA					
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	100
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>11</sup>	2,17	1,91	1,87	1,81
	Porcentaje de reducción del ratio de uso de agua. (%)		11,93	14,04	16,67
	Volumen total de agua extraída. (m <sup>3</sup> )	6.391.000	5.135.000	5.183.000	4.302.000
	Volumen total de aguas residuales descargadas. (m <sup>3</sup> )	2.487.750	2.293.102	2.050.716	1.794.245
Repondremos el 100% del agua que usamos, especialmente en áreas con estrés hídrico.	Fábricas con sus propias instalaciones de tratamiento de agua. (N.o)		7	7	7
	Volumen total de agua reabastecida. (m <sup>3</sup> )		3.278.950	3.782.450	3.642.850
	Porcentaje de agua reabastecida sobre el total de agua utilizada en nuestras bebidas cuando proviene de áreas con estrés hídrico. (%) <sup>12</sup>		129,2	146,0	163,3

<sup>11</sup>Ratio de uso de agua: litros de agua consumidos por litro de producto terminado producido.

<sup>12</sup>Reposición de agua calculada en el volumen de producción de los sitios de Coca-Cola Europacific Partners a partir de las 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.

Compromiso	Métricas	2010	2018	2019	2020
<b>CLIMA</b>					
Reduciremos las emisiones de gases efecto invernadero (GEI) en un 30% en toda nuestra cadena de valor para 2030, en comparación con 2019.	Emisiones de Alcance 1 (tCO <sub>2</sub> eq)	63.489	51.930	52.156	<b>39.371</b>
	Emisiones de Alcance 2 (enfoque basado en el mercado) (tCO <sub>2</sub> eq)	47.621	1.851	514	<b>278</b>
	Emisiones de Alcance 2 (enfoque basado en la ubicación) (tCO <sub>2</sub> eq)	63.142	38.309	43.635	<b>33.831</b>
	Emisiones de Alcance 3 (tCO <sub>2</sub> eq)	1.150.294	791.452	834.641	<b>656.393</b>
	Emisiones totales de emisiones GEI. Alcance 1, 2 y 3 (cadena de valor completa) (tCO <sub>2</sub> eq)	1.261.404	845.233	887.311	<b>696.042</b>
	Reducción total de las emisiones de alcance 1, 2 y 3 (cadena de valor completa) desde 2010 (%)		33,0	29,7	<b>44,8</b>
	Reducción total de las emisiones de alcance 1,2y 3 (cadena de valor completa) desde 2019 (%)				<b>21,6</b>
Utilizaremos electricidad 100% renovable para 2020.	Porcentaje de electricidad utilizada que proviene de fuentes renovables. (%)		100	100	<b>100</b>
Porcentaje de las emisiones en la cadena de valor	Manufactura (%)	10	8	9	<b>9</b>
	Distribución (%)	10	9	10	<b>8</b>
	Equipos de refrigeración (%)	20	20	21	<b>22</b>
	Packaging (%)	43	44	42	<b>42</b>
	Ingredientes (%)	17	19	18	<b>19</b>
Energía utilizada.	Ratio de uso de energía. (MJ/litro) <sup>13</sup>	0,445	0,377	0,360	<b>0,341</b>
	Energía total utilizada. (MWh)	426.315	324.119	314.809	<b>252.800</b>

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

Compromiso	Métricas	2010	2018	2019	2020
<b>CADENA DE SUMINISTRO</b>					
Seguiremos incorporando los conceptos de sostenibilidad, ética y Derechos Humanos en nuestra cadena de suministro.	Proveedores adheridos a nuestros Principios Rectores para Proveedores. (%)		73	97	<b>92</b>
			73	100	<b>100</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 (SAGP). (%) <sup>14</sup>		42	88	<b>100</b>
	Porcentaje de la pulpa y el papel procedente de proveedores que cumplen con nuestros Principios Rectores de Agricultura Sostenibles (SAGP). (%)			100	<b>100</b>
	Porcentaje del gasto realizado en España y Andorra. (%)			94	70,7
				92	<b>98</b>

<sup>14</sup>Ratio de uso de energía, MJ/litro de producto producido.

Coca-Cola Europacific Partners  
 Coca-Cola Iberia

**Coca-Cola Iberia**  
**Coca-Cola Europacific Partners Iberia**  
**C/Ribera del Loira, 20-22**  
**28042 Madrid**  
**[www.cocacolaespana.es](http://www.cocacolaespana.es)**  
**[www.cocacolaep.com/es](http://www.cocacolaep.com/es)**