

**Relatório de
Sustentabilidade**
2019

COCA-COLA BRASIL



De uma empresa de refrigerante, a Coca-Cola Brasil se transformou na maior produtora de bebidas não alcoólicas do país. Assim como não somos mais uma empresa de um único produto, este não é apenas um relatório de sustentabilidade. Nas próximas páginas, apresentaremos o conjunto de soluções que permeia o negócio, construído, no dia a dia, a partir de uma escuta ativa. Nossas iniciativas e projetos estão voltados para a melhoria do desenvolvimento econômico e socioambiental. E é isso que mostraremos no Relatório de Sustentabilidade da Coca-Cola Brasil 2019: o impacto positivo na vida das pessoas e das comunidades com as quais nos relacionamos.

Boa leitura



Sumário

Mensagem do presidente	04
Sobre este relatório	06
Produção e Consumo conscientes	07
Perfil corporativo	08
Embalagens	18
Saúde e Nutrição	32
Recursos humanos	43
Água	77
Mudança climática	93
Diálogo e Engajamento	100
Agricultura sustentável	106
Saúde e Segurança	127
Temas materiais	130
Sumário de conteúdo GRI	132
A pandemia	142
Créditos	143

O propósito como guia

GRI 102-14

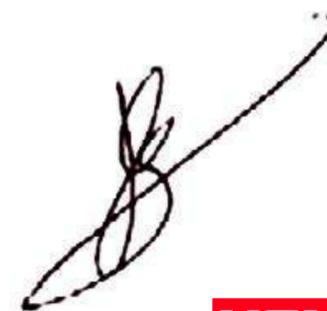
Era dezembro de 2019 quando nosso CEO global, James Quincey, enviou a todos os colaboradores da companhia uma carta sobre o propósito da The Coca-Cola Company para nos lembrar de que aqueles pilares devem sempre servir como bússola para orientar as nossas ações e nosso trabalho. Parecia um prenúncio do que viria pela frente em 2020, quando a pandemia nos deu ainda mais clareza de como é fundamental termos propósito em tudo o que fazemos, desde criar marcas e opções de bebidas para atender às diferentes necessidades das pessoas a crescermos como um negócio sustentável capaz de contribuir para um futuro melhor. Este relatório que apresentamos a vocês mostra, de forma muito transparente, como temos, aqui no Brasil, trabalhado com consistência e obtido avanços significativos com foco nessas prioridades.

O ano de 2019 foi de crescimento do negócio. Tivemos a felicidade de ter um desempenho nas vendas que contribuiu de forma significativa para o resultado positivo global da companhia. Mas tão ou mais importante foi constatar os progressos nas métricas que nos ajudam a acompanhar nossa evolução em indicadores ambientais e de impacto social.

Nossos relatórios de Sustentabilidade são, para nós, uma ferramenta de gestão, nos ajudando a identificar as áreas nas quais precisamos dar foco. Foi assim que alcançamos a neutralidade hídrica antes do prazo que estabelecemos. Agora, caminhamos firmes para atingir antes do previsto nosso compromisso global de, até 2030, coletar e reciclar o equivalente a 100% das embalagens que colocamos no mercado.

Crescer com foco em uma economia circular, gerando zero desperdício e reduzindo a pegada de carbono, faz parte dos nossos desafios, mas também do propósito da nossa empresa. E não só dela. Eu também quero deixar um legado para a minha família, para os associados da companhia e para a sociedade como um todo porque, além de ser a coisa certa, essa determinação me dá mais ânimo e energia no meu dia a dia.

Voltando ao que James Quincey disse naquela carta: “Devemos ser parte da solução para alcançarmos mudanças positivas no mundo”. Nós, da Coca-Cola Brasil, sabemos do nosso papel nesta equação que busca como resultado um sistema, uma comunidade, um país mais inclusivo e sustentável para todos. A retomada pós-pandemia nos dá a oportunidade de reconstruímos melhor, com benefícios para a sociedade e o meio ambiente. Vamos juntos?



HENRIQUE BRAUN
PRESIDENTE DA COCA-COLA BRASIL



8ª edição

Chegamos à oitava edição do nosso Relatório de Sustentabilidade, que será o primeiro exclusivamente digital.

Seguindo as normas da Global Reporting Initiative (GRI), opção Essencial, foram reportados neste documento 31 indicadores: 27 referentes ao GRI e quatro do setor da Indústria de Processamento de Alimentos. O Relatório de 2019 contou com 12 indicadores a mais do que no ano anterior. Do total de indicadores GRI, 16 deles foram integrais e 15, parciais.

O Relatório de 2019 refere-se a todo o Sistema Coca-Cola Brasil, que inclui as unidades de negócios, os nove grupos fabricantes e mais Verde Campo, e a joint-venture com a Leão Alimentos e Bebidas.

Os indicadores que constam deste relatório não foram submetidos a verificação externa. Os dados foram coletados no período entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2019.



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Nossas metas

Crescer de forma sustentável sem impactar o meio ambiente, gerando zero desperdício e reduzindo a pegada de carbono. Nossos compromissos vão além dos muros das nossas fábricas. Esse é o propósito que tem orientado nossa empresa, que assumiu a meta de um mundo sem resíduos.

103 mil
hectares de floresta
amazônica preservados
pelo Bolsa Floresta

1,88 bilhão
de litros de água, ou 753 piscinas
olímpicas, deixaram de ser consumidos
nos últimos quatro anos

100%
das embalagens coletadas
e tratadas até 2030

99,4% das embalagens
da Coca-Cola Brasil
são recicláveis

50% de PET
reciclado até
2030

500
comunidades
urbanas e rurais
beneficiadas por
projetos sociais



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

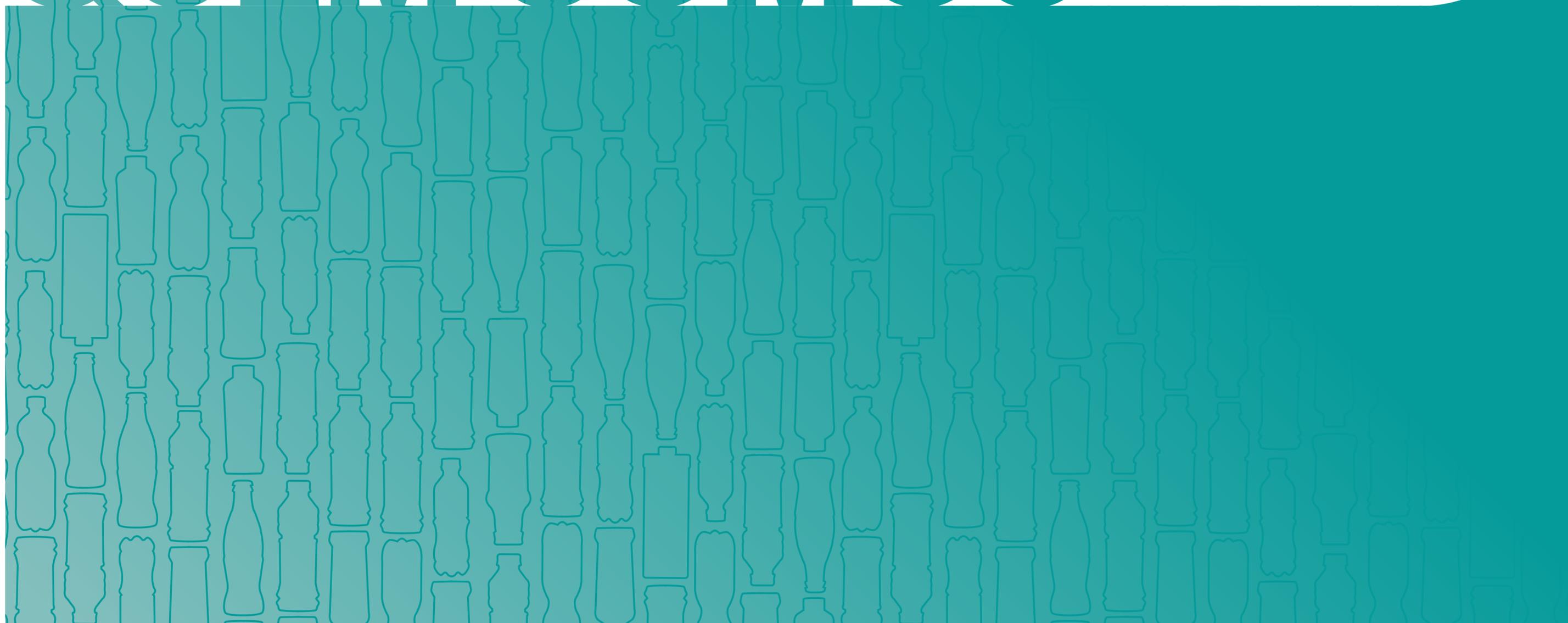
Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

QUEM SOMOS



Somos o maior fabricante de bebidas não alcoólicas do país. Nove grupos de fabricantes, Leão Alimentos e Bebidas e Verde Campo formam o Sistema Coca-Cola Brasil.

Refrigerantes, sucos e bebidas à base de sucos, lácteos, bebidas à base de proteína vegetal, água, águas especiais, água de coco, bebidas esportivas e chás compõem um amplo leque de bebidas que vai muito além dos refrigerantes.

Ao todo, são 25 marcas, entre elas Del Valle e AdeS, que ao serem incorporadas ao negócio foram se reinventando, assim como outras categorias do portfólio da empresa. A Del Valle diversificou seu portfólio, incluindo água de coco e sucos vegetais. O portfólio de chás também passou por um processo de inovação, focando na hidratação. No total, são 260 produtos distribuídos por nove categorias, entre sabores regulares e versões zero ou de baixa caloria.

Nestes 78 anos de presença no mercado brasileiro, inovação e transparência formaram um binômio que, ao ser incorporado na companhia, moldou o DNA do Sistema Coca-Cola Brasil.

Um total de 57,2 mil funcionários formava o quadro de pessoal do Sistema Coca-Cola Brasil em 2019. Na sede da Coca-Cola Brasil que está localizada no Rio de Janeiro trabalhavam 342 pessoas no ano passado. A empresa tem ainda escritórios em Brasília, Fortaleza e São Paulo.

Presente em pouco mais de 200 países, a Coca-Cola Brasil é uma das quatro maiores operações da The Coca-Cola Company.



78 anos
no Brasil



57,2 mil
empregados diretos
e 500 mil indiretos



260
produtos



25
marcas



9
categorias





2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

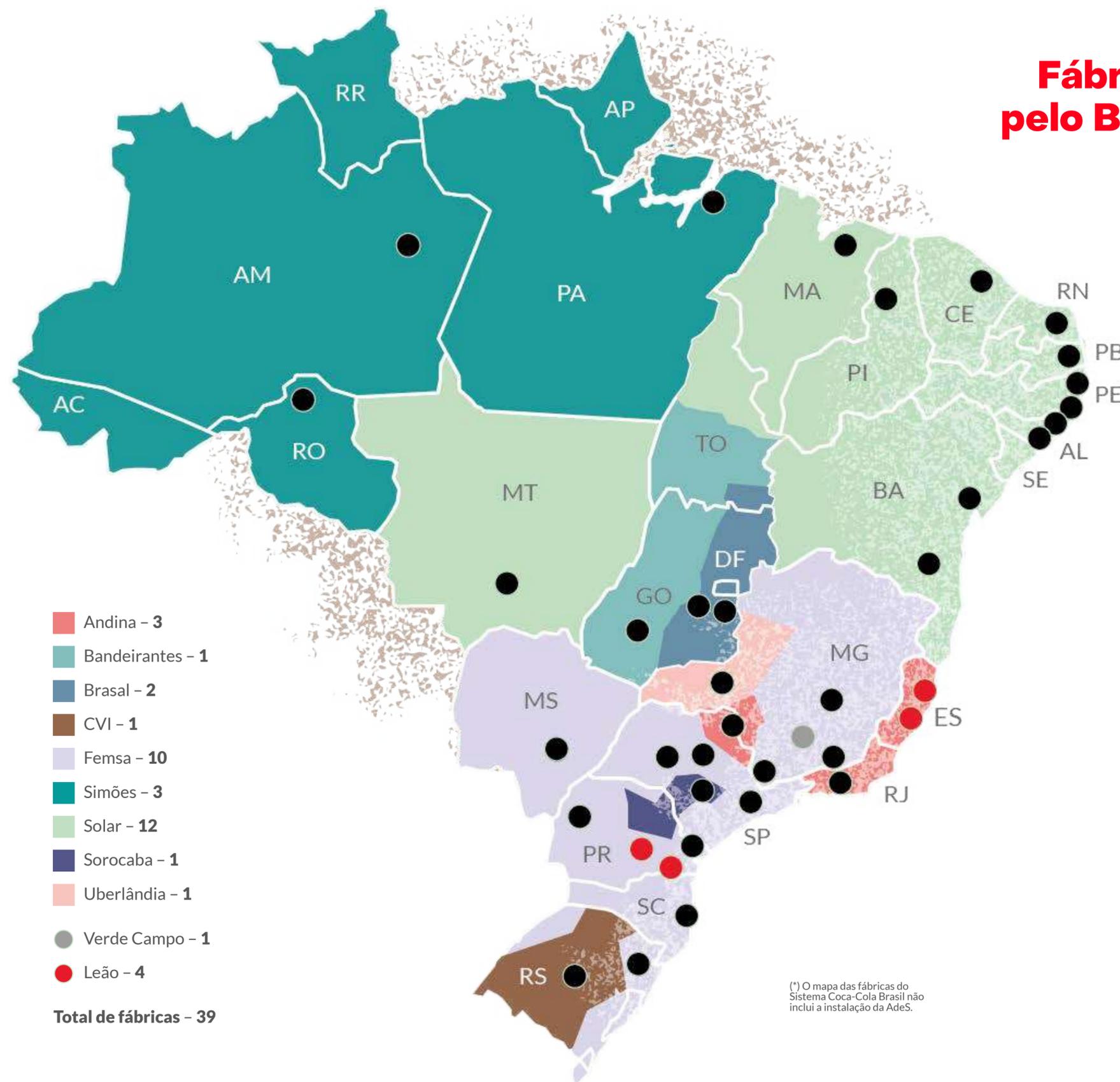
Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Fábricas pelo Brasil



(*) O mapa das fábricas do Sistema Coca-Cola Brasil não inclui a instalação da AdeS.

Nosso negócio

Trinta e nove fábricas compõem o Sistema Coca-Cola Brasil, do qual fazem parte nove franqueados. São eles: Andina, Bandeirantes, Brasal, CVI, Femsa, Simões, Solar, Sorocaba e Uberlândia.

Ao longo dos últimos anos, a aquisição das marcas AdeS, Del Valle, e das empresas Leão Alimentos e Bebidas e Verde Campo fizeram parte de uma estratégia de construção de uma empresa total de bebidas focada em inovação e melhoria contínua de produtos.



FOTO: MIRIAN FICHTNER

Fabricantes

Em 2019, produzimos 9,48 bilhões de litros de bebidas. Operando em sistema de franquia, cada um dos nove fabricantes é responsável por desenvolver o mercado em toda a sua cadeia, da fabricação à distribuição, passando por negociação e por venda.

Com gestões independentes, as diretrizes dos negócios estão alinhadas às da Coca-Cola Brasil, que é responsável pelo plano de negócios de cada um dos nove fabricantes.

Os franqueados seguem a política da Coca-Cola Brasil e suas diretrizes para os temas de saúde e segurança, emissão de gases de efeito estufa, uso de água e de energia, diversidade e o compromisso global “Mundo Sem Resíduos” lançado em janeiro de 2018 pela The Coca-Cola Company.

Leão Alimentos e Bebidas



Líder no mercado de chá para infusão no país, a empresa foi adquirida pela Coca-Cola Brasil em 2007.

A Leão Alimentos e Bebidas tem quatro fábricas, sendo duas no Paraná e duas no Espírito Santo.

Dois delas são de beneficiamento primário de insumos agrícolas, que convertem estes em matéria-prima a ser utilizada nas fábricas do sistema, agregando uma parte da verticalização da cadeia. É por isso que, dentro do Sistema Coca-Cola Brasil, são reconhecidas como fornecedoras, e não fabricantes de produtos acabados para o mercado.

A empresa ostenta o Selo Agro Mais Integridade, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, dado a empresas do setor do agronegócio que, reconhecidamente, desenvolvem boas práticas de gestão, ética e sustentabilidade.

Renovada a cada ano, a certificação foi concedida em 2018 e reafirmada no ano passado. Além de as práticas da Leão Alimentos e Bebidas estarem alinhadas aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODSs), a empresa está em conformidade com as regulamentações trabalhistas, regulatórias, fiscais e ambientais.



FOTO: MIRIAN FICHTNER

De uma indústria artesanal familiar criada no fim dos anos 1960 na cidade mineira de Ijaci, no Sul do estado, a Verde Campo se transformou em uma empresa de laticínios de ponta. Em 2016, a empresa passou a integrar o Sistema Coca-Cola Brasil. Seu portfólio inclui um conjunto de produtos: iogurtes, queijos, requeijão e creme de leite.

Em outubro de 2019 a Verde Campo comemorou seu primeiro ano com a linha de iogurtes sem conservantes. A empresa foi a primeira indústria brasileira de lácteos com atuação nacional a assumir a meta de eliminar conservantes, corantes e aromas artificiais dos seus produtos. Foi também pioneira no lançamento de uma linha de queijos e iogurtes sem lactose, e iogurtes proteicos.

No ano passado a Verde Campo ganhou o prêmio Breakthrough Innovation Latam promovido pela Nielsen com o iogurte proteico Natural Whey.

Com o projeto de expansão da fábrica de Lavras (MG), a capacidade de processamento de leite vai pular de 4 milhões de litros/mês para 9 milhões de litros/mês.

Verde Campo

Nossos processos são desenvolvidos em função dos produtos. Fazemos leituras do mercado. Nossa equipe, além de ter muita capacitação técnica, respira inovação. Temos vários projetos inovadores em desenvolvimento e vamos continuar sendo pioneiros em alimentos saudáveis no Brasil

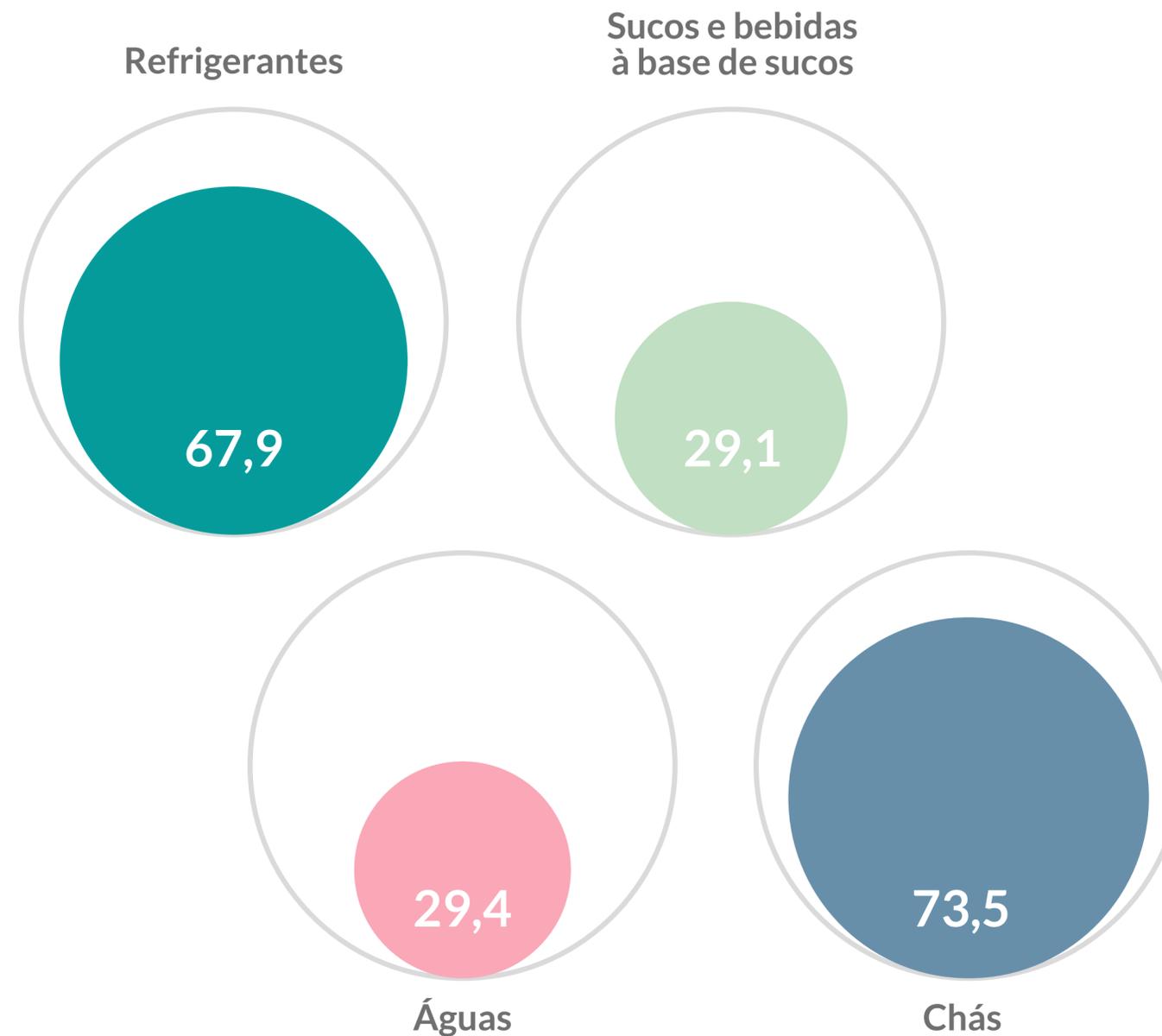
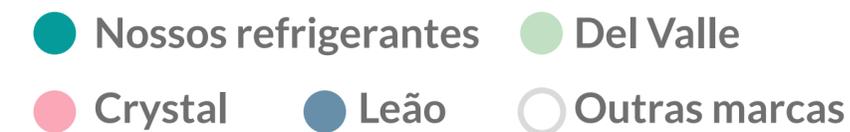
ARLINDO CURZI
CEO



FOTO: FÁBIO SEIXO

Participação de mercado*

O Sistema Coca-Cola Brasil manteve a liderança nos segmentos de refrigerantes e de chás no ano passado. Como a maior produtora de bebidas não alcoólicas do país, a empresa vem aumentando sua participação de mercado em outros segmentos. O setor de água é o maior exemplo: a participação subiu de 26%, em 2018, para 29,4%, no ano passado.



*A participação de mercado de bebidas à base de proteínas vegetais e esportivas, e lácteos não foi coletada para o Relatório de Sustentabilidade da Coca-Cola Brasil 2019.

- Mensagem do presidente
- Sobre este relatório
- Produção e Consumo conscientes
- Perfil corporativo
- Embalagens
- Saúde e Nutrição
- Recursos humanos
- Água
- Mudança climática
- Diálogo e Engajamento
- Agricultura sustentável
- Saúde e Segurança
- Temas materiais
- Sumário de conteúdo GRI
- A pandemia
- Créditos

GRI 102-16

Visão

Portfólio

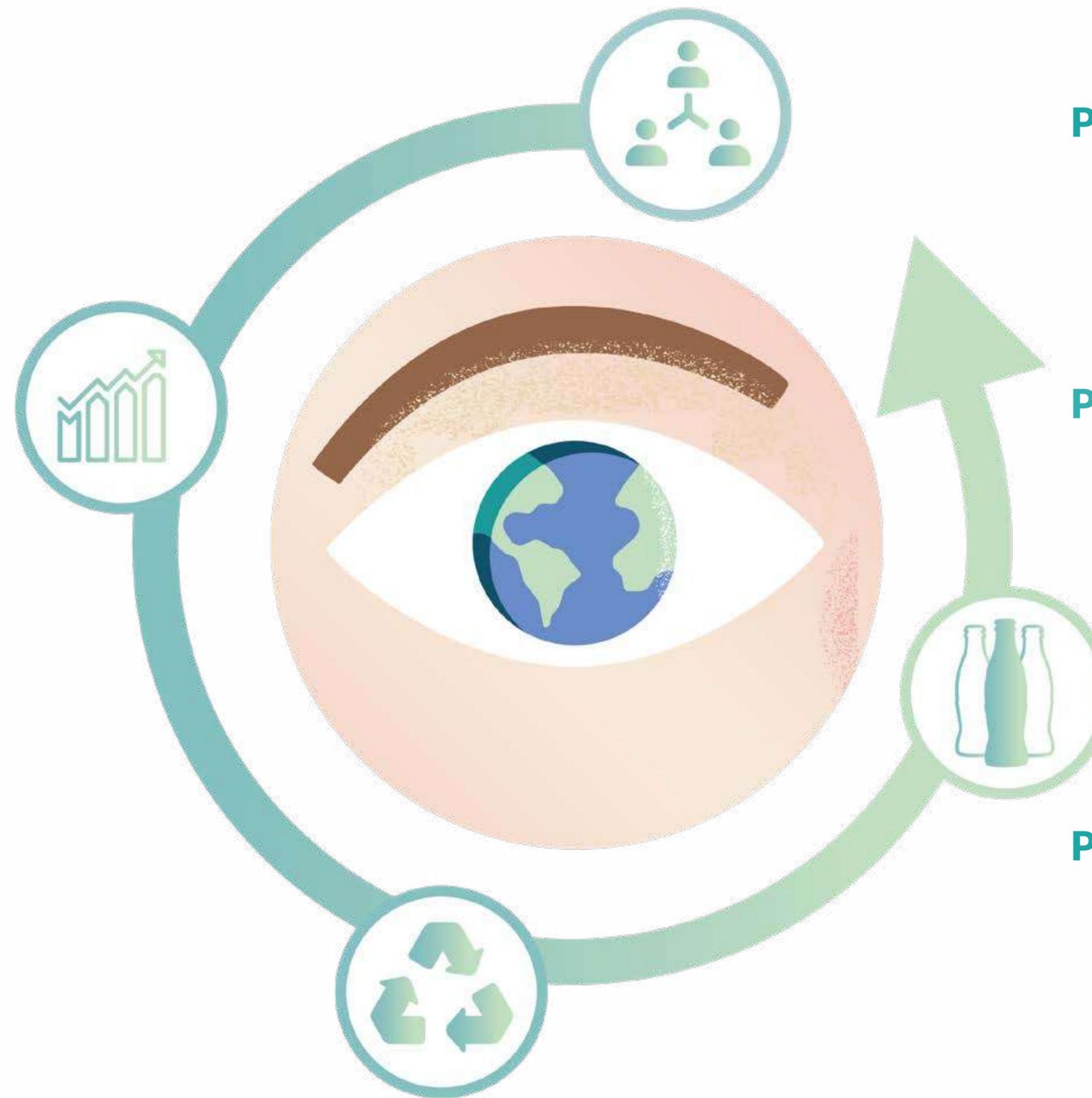
Oferecer ao mundo um portfólio de marcas de bebidas com qualidade que antecipe e atenda às necessidades e aos desejos das pessoas.

Parceiros

Cientes do nosso papel de liderança, buscamos parcerias justas em toda a cadeia produtiva, do campo à mesa do consumidor. Juntos com nossos parceiros, criamos valor mútuo e duradouro.

Lucro

Tendo ciência de nossas responsabilidades como um todo, o desenvolvimento sustentável permeia o negócio.



Pessoas

Pessoas estão no centro do nosso negócio, por isso acreditamos na pluralidade e na diversidade.

Produtividade

Consumo consciente e eficiência produtiva formam o binômio para reduzir os impactos no meio ambiente.

Planeta

Continuar sendo uma companhia responsável que faz a diferença, ajudando a criar e apoiar comunidades sustentáveis.

Inovação

Buscar, imaginar, criar, divertir: esse é o caminho para a inovação. Desejamos buscar o inesperado, estimular um ambiente em que vale a pena correr os riscos de inovar e de compartilhar ideias.

Responsabilidade

Honramos nossos compromissos com a sociedade e estamos em permanente evolução.

Integridade

Ser íntegro significa ser verdadeiro: dizer o que pensamos, fazer o que dizemos e agir corretamente.

Liderança

Como líderes, estamos em constante evolução, porque queremos fazer a diferença. Inspiramos pessoas e formamos líderes melhores com uma visão holística do negócio.

GRI 102-16

VALORES

Qualidade

Inovação e qualidade andam juntas e são os pilares da Coca-Cola Brasil para ter sua excelência reconhecida.

Colaboração

Acreditamos na força da participação e, por isso, promovemos o talento coletivo. Valorizamos a diversidade, estamos conectados globalmente e dividimos os méritos pelos sucessos.

Diversidade

Queremos ter uma força de trabalho tão diversa quanto os mercados em que atuamos, e criamos oportunidades para alcançar esse objetivo. E seguimos cada vez mais influenciando essa pauta na sociedade.

Paixão

Comprometidos de corpo e alma, criamos oportunidades, apostamos na transparência e temos sede de fazer sempre mais.



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos



GRI 102-16

Missão e propósito

- Refrescar o mundo em corpo, mente e espírito.
- Inspirar momentos de otimismo, por meio de nossas marcas e ações.
- Criar valores e fazer a diferença onde estivermos e em tudo o que fizermos.



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

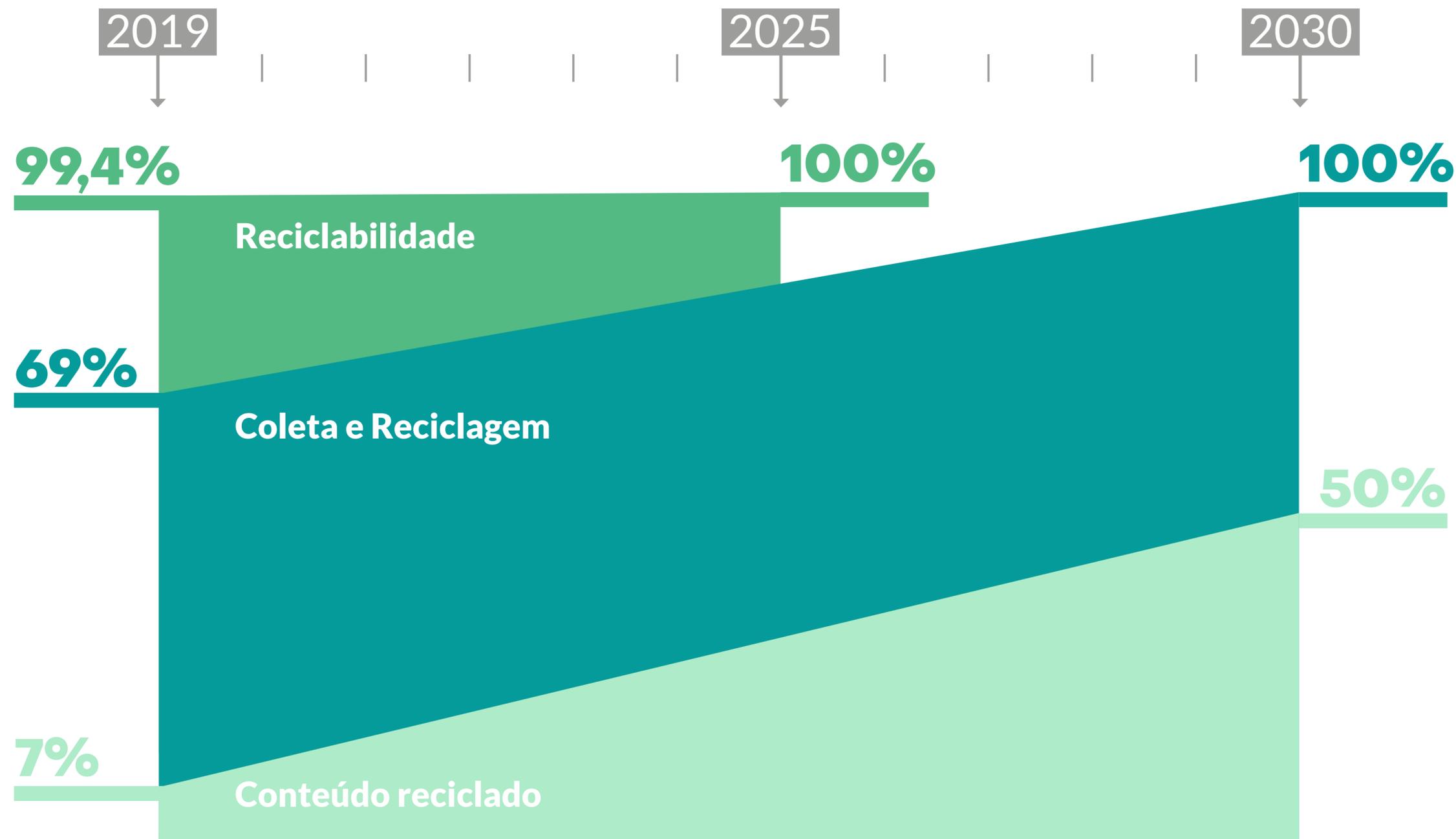
Créditos

UM MUNDO SEM RESÍDUOS

A meta é ambiciosa: até 2030, coletar e reciclar o equivalente a 100% das embalagens da Coca-Cola que chegam ao mercado. O compromisso global “Mundo Sem Resíduos” foi lançado em janeiro de 2018 pela The Coca-Cola Company e vale para todos os países onde a companhia atua.

Para chegar lá, apostamos na melhora da performance de nossas embalagens em três indicadores: reciclabilidade, conteúdo reciclado e coleta e reciclagem.

No Brasil, alcançamos os seguintes números em 2019:





A aposta por crescer de forma consciente e sem aumentar o impacto no meio ambiente empurrou a sustentabilidade para o centro do nosso negócio, deixando de ser apenas uma diretriz à parte das tomadas de decisão.

Ao abraçar o conceito de economia circular, o Sistema Coca-Cola Brasil assumiu o compromisso de evitar que as embalagens virem resíduos – após serem descartadas, trazendo-as de volta ao ciclo de produção como matéria-prima.

Atualmente, 70% das embalagens da Coca-Cola que chegam ao mercado brasileiro têm destinação correta. Para atingirmos o percentual de 100% até 2030, estamos investindo em estratégias para aumentar o volume coletado, crescendo a demanda por matéria-prima reciclada e ampliando nossa oferta de embalagens retornáveis.



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

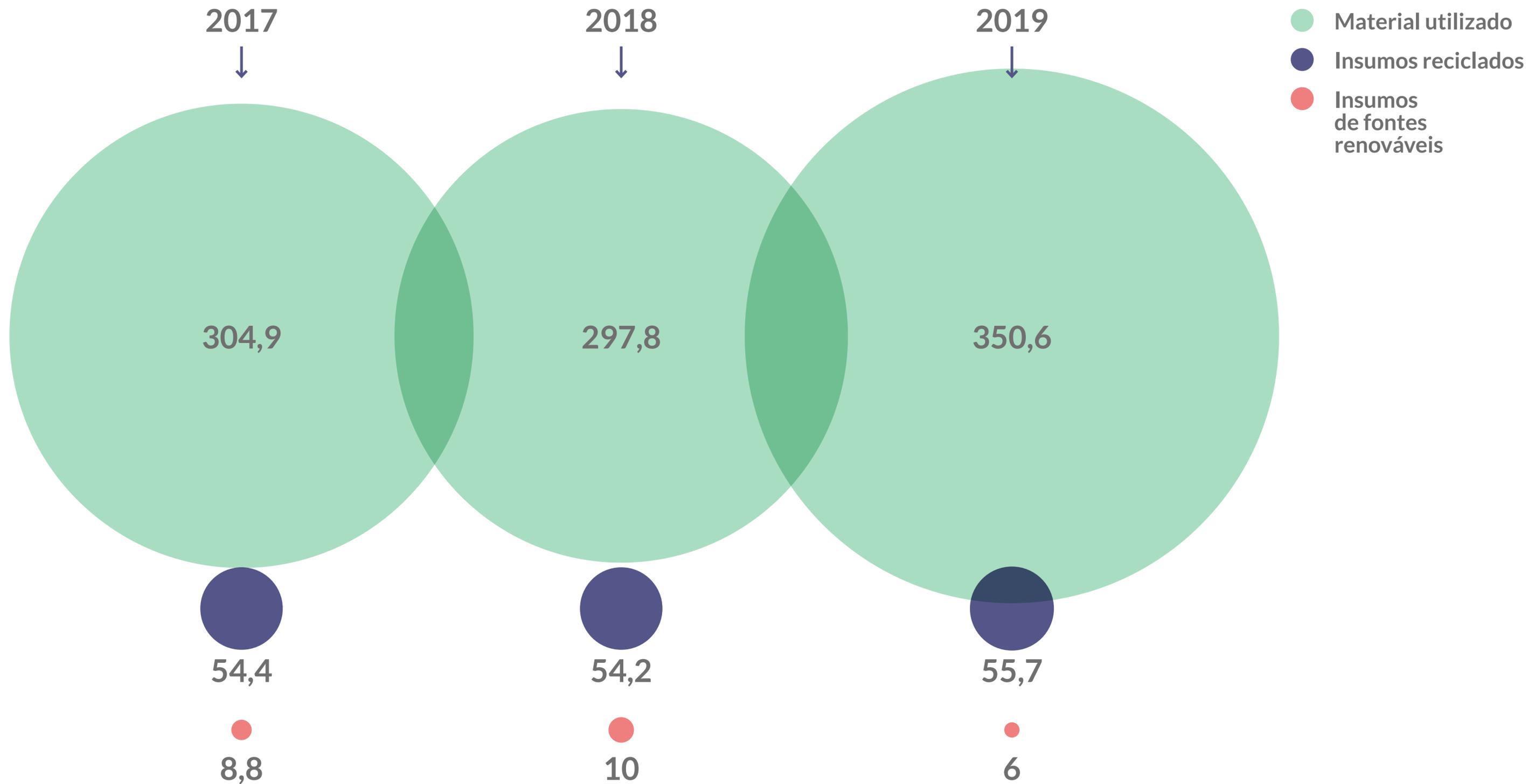
A pandemia

Créditos

GRI 301-1 + GRI 301-2

Material utilizado nas embalagens

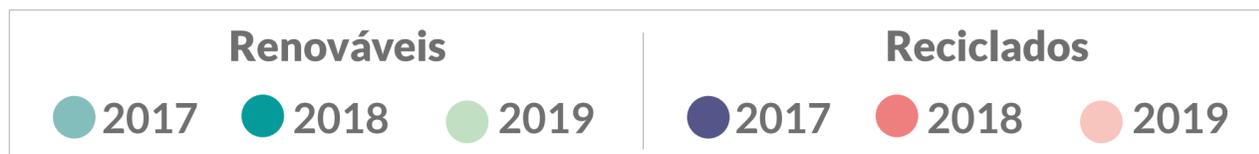
(Em mil ton)



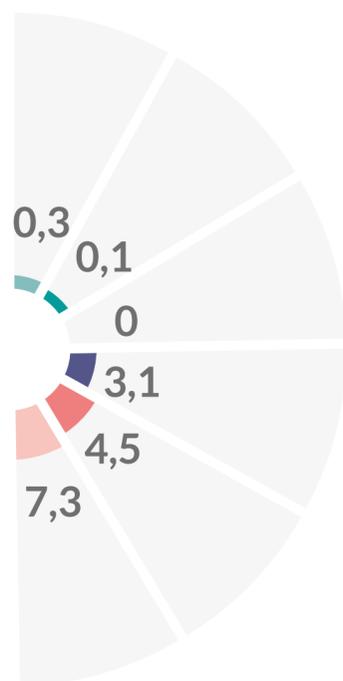
GRI 301-1 + GRI 301-2

Percentual de insumos renováveis e reciclados nas embalagens

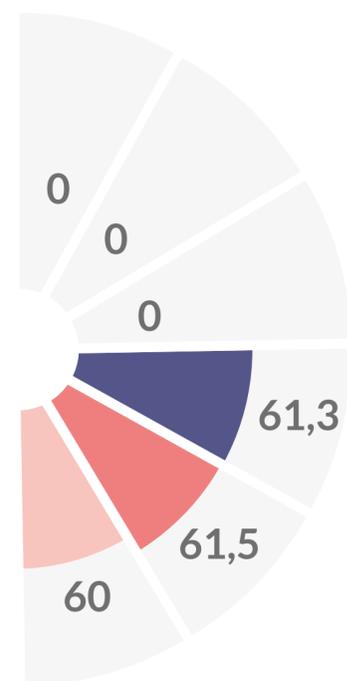
(Em %)



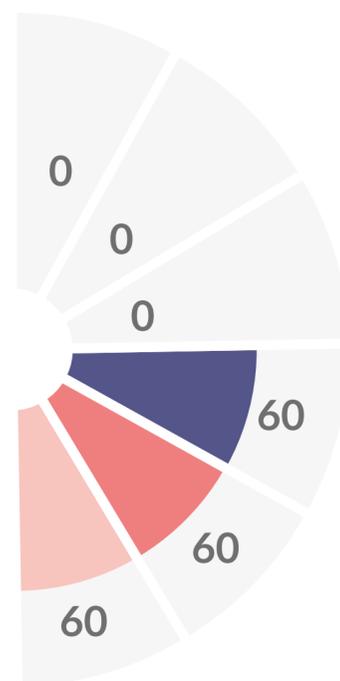
Pet



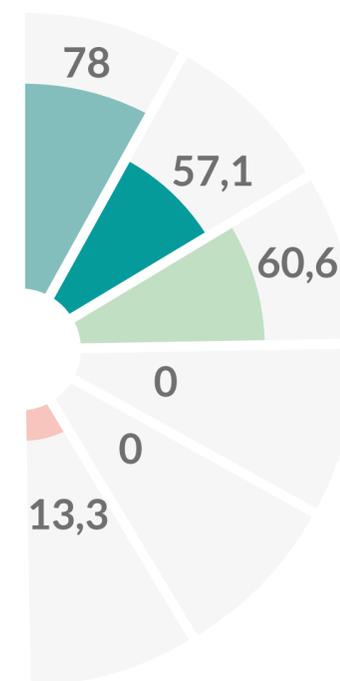
Lata



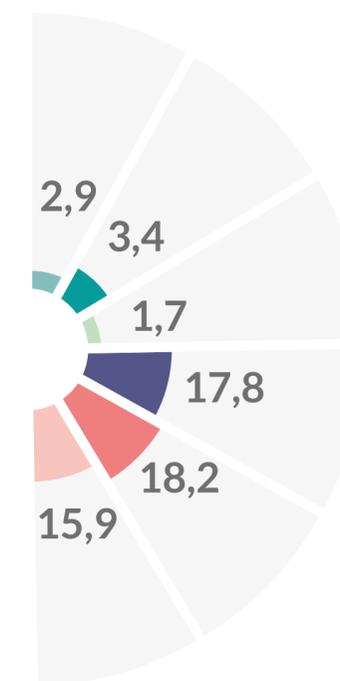
Vidro



Cartonado



Geral



Embalagens

- Saúde e Nutrição
- Recursos humanos
- Água
- Mudança climática
- Diálogo e Engajamento
- Agricultura sustentável
- Saúde e Segurança
- Temas materiais
- Sumário de conteúdo GRI
- A pandemia
- Créditos



Sabemos que viver num mundo livre de resíduos não é uma tarefa trivial. É um compromisso que requer dar atenção a todo o ciclo de vida das embalagens: da etapa de idealização, passando pela produção, o descarte e a reciclagem. O redesign de nossas embalagens busca intensificar o reúso e garantir 100% de reciclabilidade.

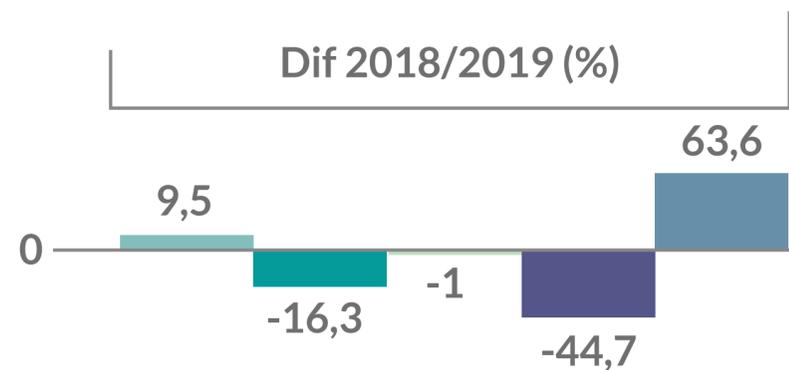
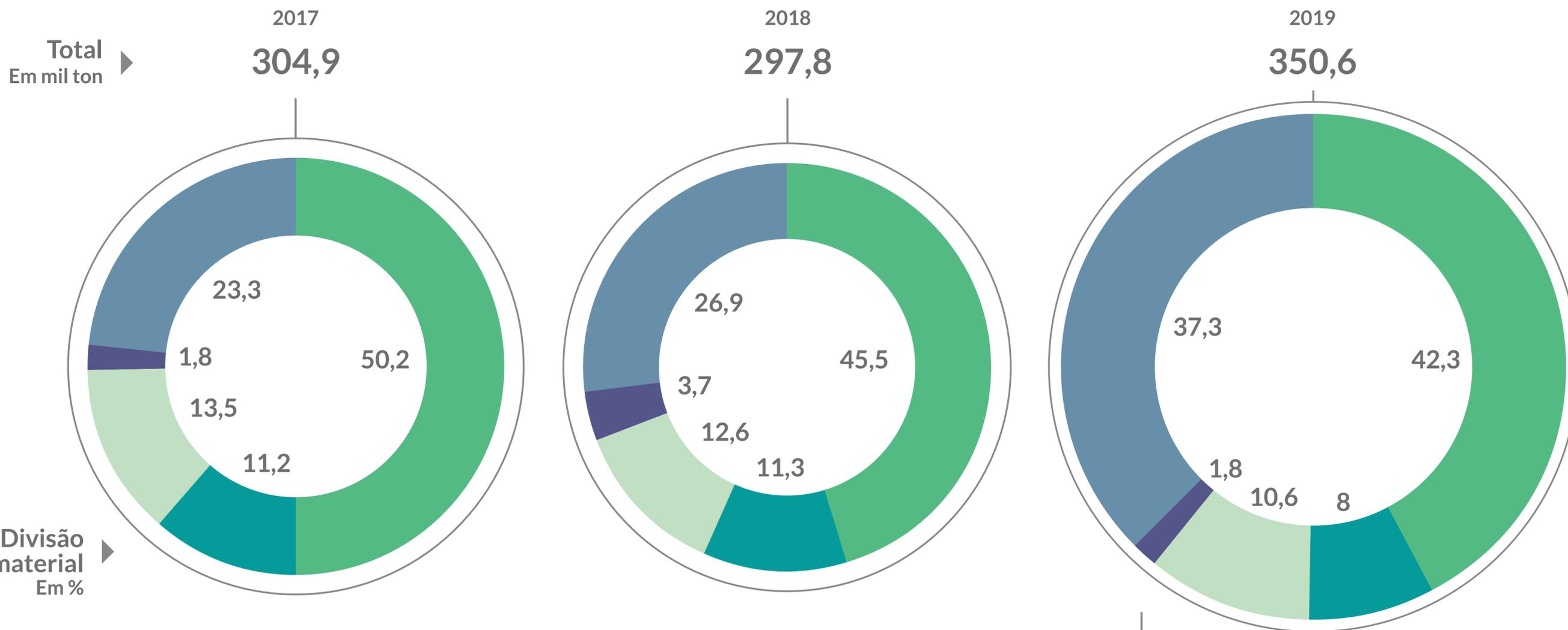


2019

GRI 301-1 + GRI 301-2

Evolução do uso de insumos nas embalagens

● Pet
 ● Vidro
 ● Lata
 ● Embalagem cartonada
 ● Outros



- Mensagem do presidente
- Sobre este relatório
- Produção e Consumo conscientes
- Perfil corporativo

Embalagens

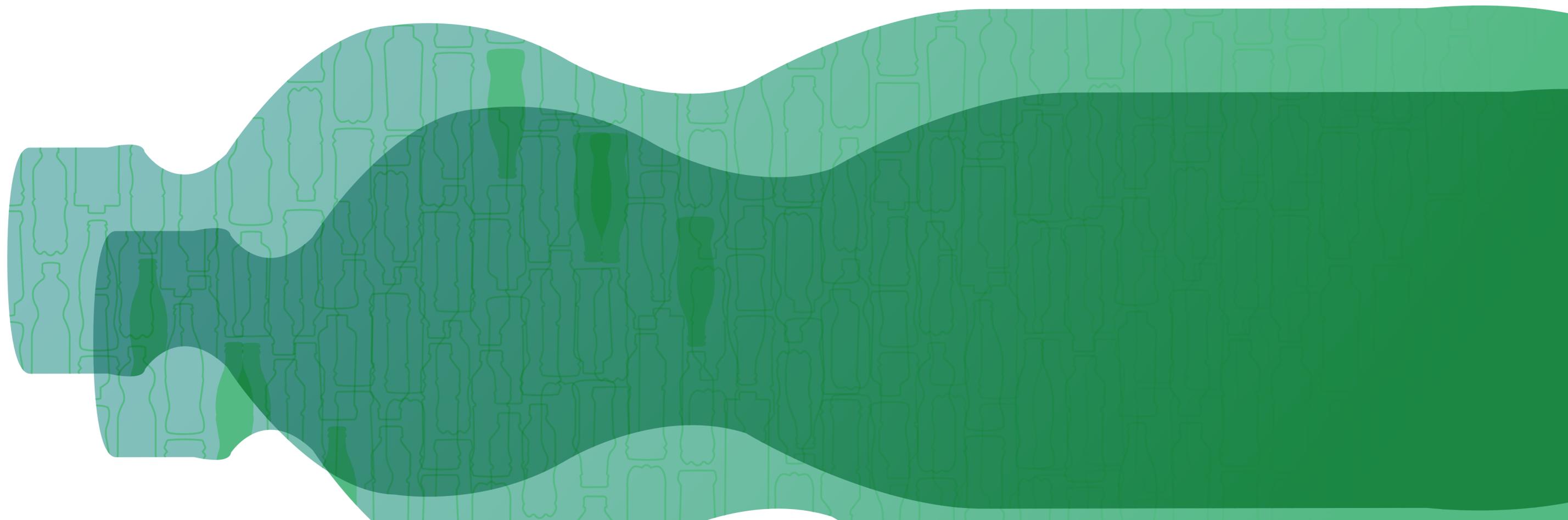
- Saúde e Nutrição
- Recursos humanos
- Água
- Mudança climática
- Diálogo e Engajamento
- Agricultura sustentável
- Saúde e Segurança
- Temas materiais
- Sumário de conteúdo GRI
- A pandemia
- Créditos

Hoje, 99,4% das embalagens da Coca-Cola Brasil são recicláveis. Apenas quatro tipos de embalagens em todo o nosso portfólio não são passíveis de reciclagem ou não são do interesse dos recicladores. Juntas, elas representam menos de 1% do peso total do volume de embalagens comercializado todos os anos. Essas embalagens estão sendo revistas e, a partir de 2020, nenhum novo produto será lançado em embalagens não recicláveis.

Pioneira no lançamento da garrafa retornável universal, que envasa diferentes sabores na mesma embalagem de PET, a Coca-Cola Brasil virou um case internacional.

Em relatório sobre reuso da Fundação Ellen MacArthur, instituição britânica referência em economia circular, a experiência brasileira foi citada como um exemplo a ser seguido.

Entre 2016 e 2020, investimos R\$ 1,6 bilhão adaptando as fábricas do Sistema Coca-Cola Brasil para trabalhar com as novas garrafas retornáveis universais.



Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Garrafas retornáveis

As garrafas retornáveis são a grande aposta da Coca-Cola Brasil para cumprir o compromisso global “Mundo Sem Resíduos”. Colhendo os frutos dos investimentos feitos nos últimos anos, o incremento de retornáveis no mercado brasileiro evitou que 1,6 bilhão de garrafas descartáveis se tornassem resíduo e circulassem em 2019.

As garrafas retornáveis – de PET ou de vidro – representaram 21% das vendas totais de refrigerantes da Coca-Cola Brasil no ano passado. O percentual de vendas avançou sete pontos se comparado com 2010, ano de lançamento das garrafas retornáveis do tipo refPET no mercado. À época, as garrafas retornáveis de vidro respondiam por 14% do volume total das vendas de refrigerantes.



Pesquisa Nielsen indicou que, em 2019, 44% dos lares pesquisados consumiram embalagens retornáveis – o maior índice dos últimos sete anos. É que a opção por embalagens retornáveis deixou de ser apenas uma questão de preço, passando a integrar a escolha de consumidores preocupados com o meio ambiente.

A mudança de comportamento do consumidor, que passou a valorizar variáveis ambientais, levou a Coca-Cola Brasil a enfatizar os fatores sustentáveis do produto, além do seu forte componente econômico – as retornáveis custam 30% mais barato.

Um estudo de Avaliação do Ciclo de Vida (ACV) comprovou que a garrafa retornável de PET é uma embalagem mais sustentável que as garrafas retornáveis de vidro e de PET descartável, mesmo passando por ciclos de lavagem ao retornar à fábrica. A pegada hídrica dessas embalagens é menor do que a da similar descartável se consideradas as 16 voltas que as garrafas fazem às fábricas.

Para cumprir o compromisso global “Mundo Sem Resíduos”, a Coca-Cola Brasil está ampliando o uso das garrafas retornáveis universais para outros sabores e desenvolvendo a garrafa universal de um litro.



Projetos de Reciclagem

Segundo a Associação Brasileira da Indústria do PET (Abipet), pouco mais da metade de todo o PET colocado no mercado brasileiro em 2019 foi reciclado – cerca de 55%.

Para atingir o compromisso global “Mundo Sem Resíduos”, a Coca-Cola Brasil vem investindo em projetos que incrementem o volume de PET reciclado nacionalmente. Atualmente, três projetos fazem parte dos nossos esforços nesse sentido: SustentaPET, Reciclar pelo Brasil e Cataki.

SustentaPET

Funcionando num galpão da engarrafadora FEMSA no bairro Jardim Santo Elias, na cidade de São Paulo, a agregadora SustentaPET foi criada para estimular a cadeia de reciclagem do PET pagando um preço mais competitivo pelo material coletado. Inaugurada em setembro de 2019, a SustentaPET agregou 736 toneladas de PET até dezembro daquele ano.



Reciclar pelo Brasil

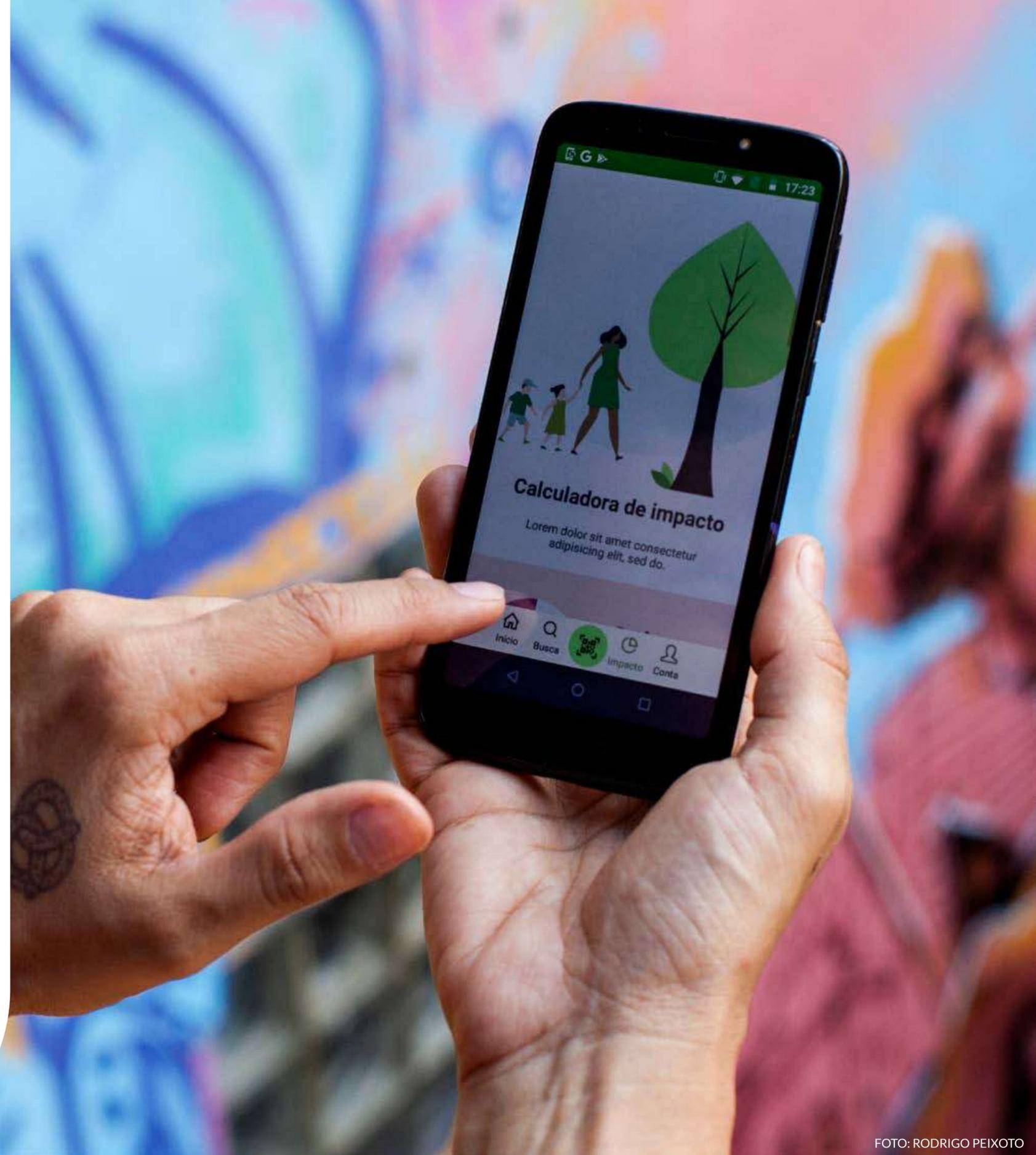
Aumentar o índice de reciclagem no Brasil não é uma tarefa fácil. Para enfrentar esse desafio, a Coca-Cola Brasil juntou esforços com outras grandes empresas no programa Reciclar pelo Brasil – uma agenda pré-competitiva de apoio a cooperativas em todo o país.

Em parceria com a Associação Nacional dos Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis (ANCAT), apoiamos as cooperativas com consultoria técnica para que se organizem financeiramente e incrementem sua produtividade. Em 2019, 227 cooperativas fizeram parte do programa, beneficiando 4,6 mil cooperados.



Cataki

Com investimentos de R\$ 1 milhão, a parceria da Coca-Cola Brasil com a ONG Pimp my Carroça resultou no aprimoramento do aplicativo Cataki. Lançada há dois anos, a ferramenta conecta o consumidor e o reciclador de resíduos com os catadores autônomos em várias cidades brasileiras.





2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

MENOS AÇÚCAR, MAIS SABORES

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Há menos de dois anos, criamos o Centro de Inovação no Brasil. Trabalhando de forma similar à de uma startup, ganhamos agilidade para atender um consumidor cada vez mais exigente, que sabe o que quer e procura produtos que agreguem valor à sua vida. Estamos antenados com o conjunto de necessidades de uma sociedade diversa. À medida que nos tornamos mais e mais transparentes, cocriamos com profissionais de saúde e outros públicos de interesse.

FOTO: AGÊNCIA FIBRA



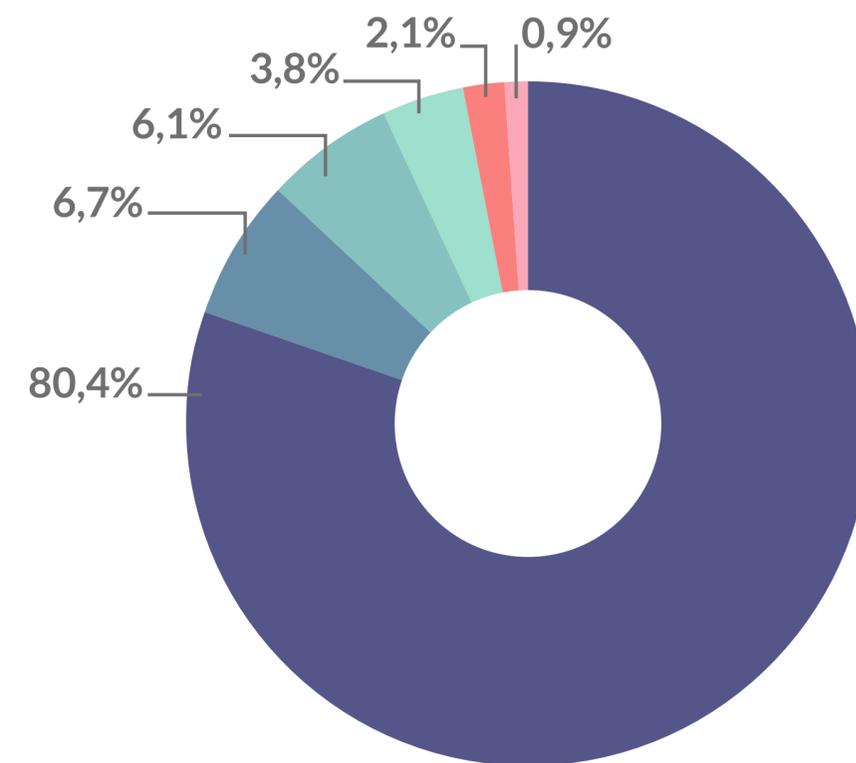
Portfólio

Ao todo, 260 produtos espalhados por 25 marcas, divididos em nove categorias, traduzem opções que vão de sabores regulares a versões zero, passando por produtos de baixa caloria.

GRI FP6 + GRI FP7

Percentual por categoria do volume de vendas

- Refrigerante
- Chá
- Água mineral
- Bebida de fruta/Néctar
- Regional
- Outros



Lançamentos de 2019

Produtos sem conservantes e sem açúcar, e nenhum outro aditivo artificial, marcaram os lançamentos do Sistema Coca-Cola Brasil em 2019. Ao todo, seis novas linhas de produtos ampliaram o portfólio da empresa, que vem incentivando o consumo consciente de bebidas com menos açúcares e calorias.

Reafirmando o compromisso de a sustentabilidade estar no centro do negócio, deixando de ser apenas uma diretriz, lançamos, com base num olhar holístico sobre a cadeia produtiva, um novo Del Valle com 23% menos plástico na embalagem e sem ingredientes artificiais.



Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Baixas calorias

Somos uma das empresas signatárias do acordo setorial que prevê a redução de 144 mil toneladas de açúcar nos produtos industrializados de seis categorias até 2022. O acordo voluntário foi assinado por empresas de bebidas e de alimentos em 2018.

O consumo de açúcar é assunto em pauta e vem sendo discutido por diferentes segmentos da sociedade. A Coca-Cola Brasil participa ativamente dessa discussão e está engajada nessa campanha desde o ano de 2010, quando iniciou sua jornada por menos açúcar e mais sabores.

MAIS INOVAÇÃO E MENOS AÇÚCAR

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

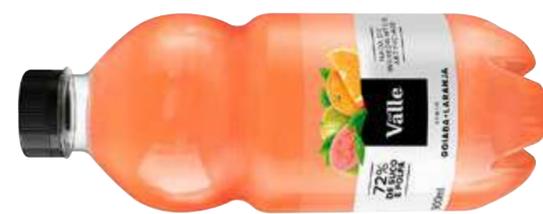
Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

- Lançamento de **Del Valle Hortifruti** e **Del Valle Veggies** sem adição de açúcares nem edulcorantes



Lançamentos:

- Del Valle: 1) concentrado sem adição de açúcares 2) água de coco 3) novos sabores de Del Valle Frut com **60% menos açúcares**
- Yas sem adição de açúcares e edulcorantes
- Sprite Lemon Fresh e Ice Mint sem açúcares
- **Coca-Cola Plus Café Espresso**, 50% menos açúcares



Continuação

2019

2018

2010 a 2011



- Lançamento de **Laranja Caseira Light** com Truvia
- Relançamento de Del Valle Kapo com **28% menos açúcares**

2012 a 2013



- Relançamento de **Coca-Cola Light** reforçando o compromisso de oferecer bebidas sem calorias

- Lançamento de **Coca-Cola Stevia** com **50% menos açúcares**
- Em 5 anos, 42 produtos tiveram suas receitas alteradas, dos quais 24 com redução de açúcar

2014 a 2015



- Em 2016 e 2017, 18 produtos tiveram redução da quantidade de açúcar adicionado, o que, em três anos, somou 42 produtos
- **60 produtos reformulados** nos últimos 6 anos

2016



- Redução do açúcar adicionado em 17 bebidas
- Novo compromisso: Reduzir, em média, 30% da quantidade de açúcares de todo portfólio até 2020 quando comparado com o ano de 2015
- Lançamento **Crystal Sparkling** + Coca-Cola limão e laranja com **30% menos açúcar**

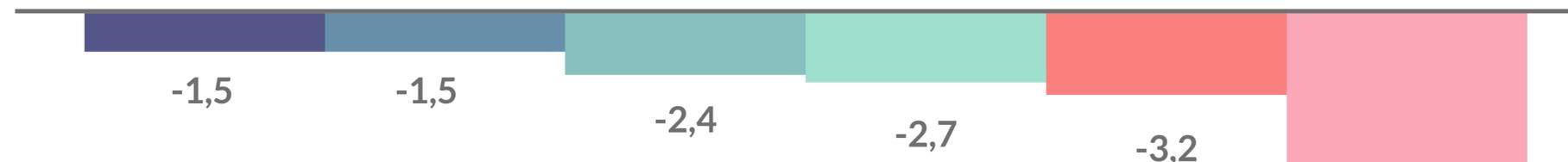
2017



Em 2019, o percentual de redução do açúcar atingiu seis produtos e o de sódio, 81 produtos.

A recomendação da Organização Mundial da Saúde (OMS) é não ultrapassar o equivalente a 10% das calorias de uma dieta diária de duas mil calorias.

Ano a ano, a Coca-Cola Brasil busca reduzir ainda mais o açúcar de suas bebidas, sem abrir mão do sabor e do padrão de qualidade do Sistema Coca-Cola Brasil. Nossa bússola é a opinião do consumidor.



GRI FP6 + GRI FP7

Redução de açúcar adicionado nos produtos

(Em percentual)

- Leão Guaraná e Açai
- Del Valle New Nectar Goiaba
- Del Valle New Nectar Abacaxi
- Del Valle New Nectar Laranja
- Del Valle New Nectar Maracujá
- Leão Ice Tea Pêssego

Enfrentando a obesidade

Embalagens de tamanhos reduzidos, de 250ml ou menos, corresponderam a 76% de um total de 20 marcas. A garrafa de 270ml do AdeS nos sabores amêndoa com café e chocolate com coco oferece 53% da ingestão diária de cálcio recomendada para um adulto. Nos casos das vitaminas D e B12, os percentuais ingeridos atingem 54%.



Mudamos a receita de alguns produtos reduzindo o açúcar

Somos a favor de total transparência, e todas as informações estão disponíveis em nossa rotulagem, embalagem e site

Lançamos novos produtos sem açúcar

Oferecemos embalagens menores

Certificações

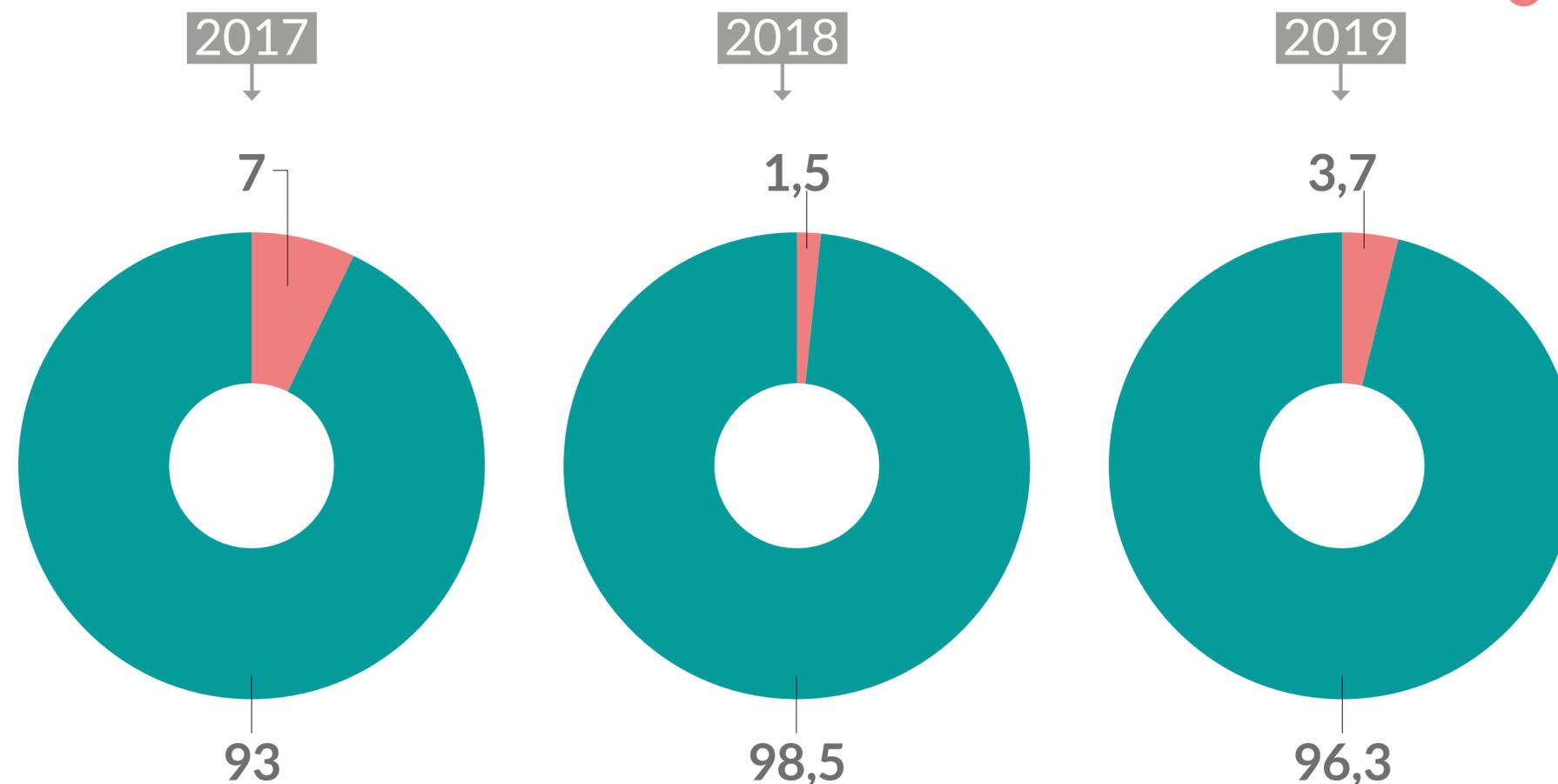
Praticamente todas as fábricas do Sistema Coca-Cola Brasil, num total de 96,3% delas, foram submetidas à certificação acreditada pela Food Safety (FSSC 22000, na sigla em inglês). O percentual das fábricas certificadas ficou ligeiramente menor que no ano anterior, devido à inclusão de três fabricantes no cálculo: Verde Campo, Luiziânia e Brasal.

GRI FP5

Percentual do volume produzido em unidades com certificação

Em %

● sim
● não



Transparência e rotulagem

Fomos a primeira empresa de bebidas a informar, na parte frontal dos rótulos das embalagens, a quantidade de calorias por porção ou embalagem individual.



Cofundador da Junta Local, Thiago Nasser faz palestra no Coppead

FOTO: DIVULGAÇÃO/ INSTITUTO RIO MODA

Há uma década todas as nossas bebidas, com exceção de água mineral e embalagens retornáveis, utilizam como padrão de rótulo a tabela Valor Diário de Referência, que segue o modelo internacional Guideline Daily Amounts (GDA, na sigla em inglês).

Junto com a Rede de Rotulagem, a empresa vem participando ativamente do processo de revisão de normas para a adoção de um novo modelo de rotulagem nutricional no Brasil. As discussões estão sendo lideradas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Somos a favor da evolução da rotulagem nutricional, assim como da máxima transparência.

Só que ser pioneiro não é suficiente. Precisamos nos manter nessa jornada e, por isso, desde o ano passado a Coca-Cola Brasil firmou uma parceria com o Instituto Coppead de Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) para responder à pergunta: “Como podemos ser mais transparentes?”. Evoluímos nessa jornada considerando a cadeia produtiva, além dos ingredientes.

Publicidade responsável

Há uma década, a Coca-Cola Brasil é signatária do Compromisso pela Publicidade Responsável para Crianças, iniciativa voluntária de um grupo de empresas do setor de alimentos e bebidas não alcoólicas que adota e reforça diretrizes de comunicação, marketing e publicidade dirigida a crianças menores de 12 anos. Reconhecemos que pais e responsáveis são os guardiões do que seus filhos consomem.

Também seguimos as recomendações do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR).

Não

anunciamos nossos produtos em canais que tenham audiência maior que 35% de crianças menores de 12 anos ou direcionados para crianças.

Não

distribuimos brindes com marcas desenhados exclusivamente para engajar crianças menores de 12 anos

Não

divulgamos crianças menores de 12 anos consumindo nossos produtos sem a presença de um adulto



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

PESSOAS NO CENTRO DO NEGÓCIO

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos



FOTO: CONSPIRAÇÃO FILMES

O cearense **Miguel Silveira Neto**, que teve a vida marcada pela falta d'água, virou operador de água do Sistema Integrado de Saneamento Rural do Ceará (Sisar-CE), um dos projetos apoiados pela Aliança Água+ Acesso.

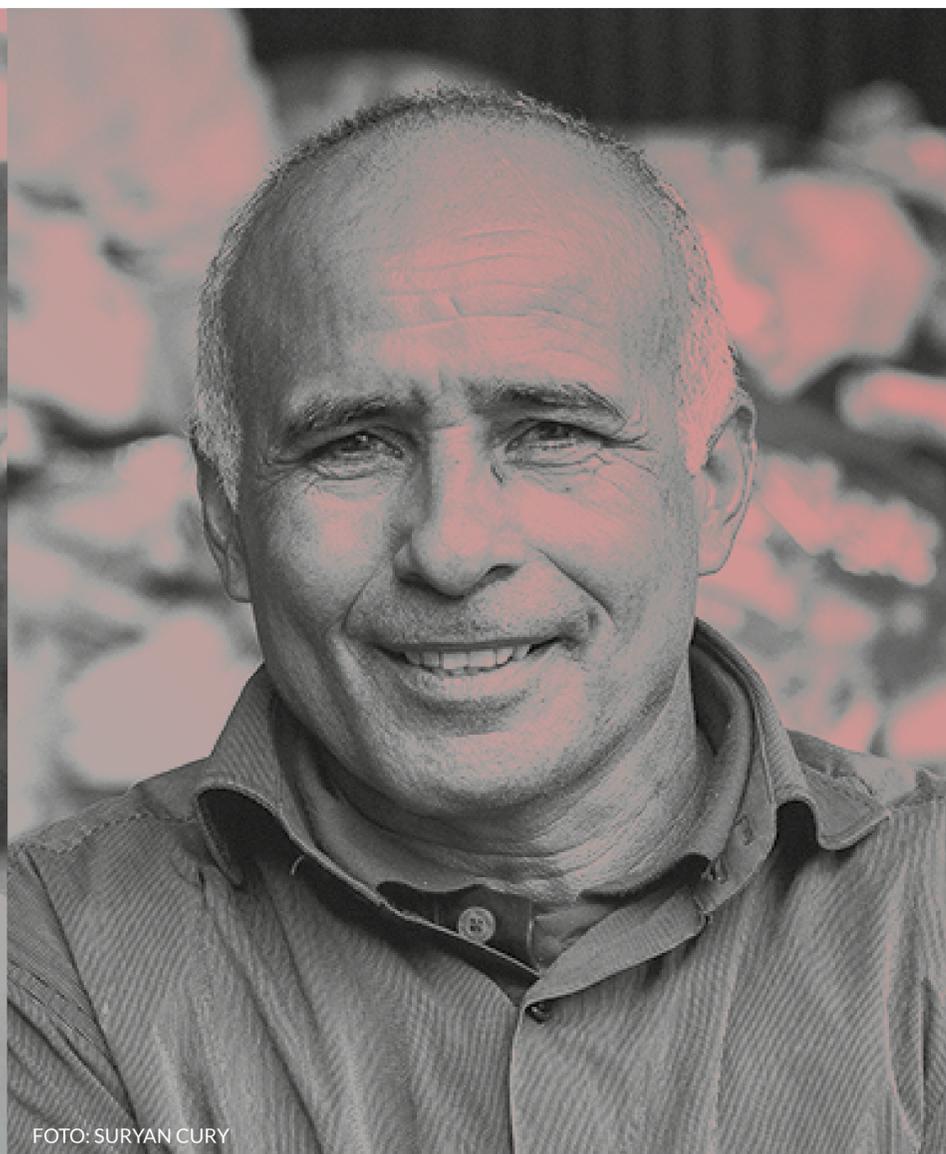


FOTO: SURYAN CURY

Ex-garimpeiro no Pará, **Domingos Pereira** começou como faxineiro na Cooperativa de Produção, Coleta e Triagem de Material Reciclável de São Mateus (CooperLeste), em São Paulo, e, hoje, está à frente do negócio.



FOTO: BRUNO ZANARDO

A amazonense **Lourdes Maria Monteiro** passa o dia de trabalho colhendo guaraná e até construiu uma casinha no guaranazal para descansar e almoçar.



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Comunicação humanizada

Três histórias de vida marcadas pela escassez de oportunidades. Três personagens que mudaram suas trajetórias pessoais, passaram a inspirar mudanças nas suas áreas de atuação e viraram protagonistas da campanha publicitária da Coca-Cola Brasil em 2019.

O ano foi marcado por uma mudança estrutural na comunicação com o público externo. No lugar de uma publicidade multifacetada, apenas dois temas foram abordados na comunicação corporativa: os projetos socioambientais da companhia, com foco em reciclagem, água e juventude, e uma campanha institucional mostrando a diversidade do portfólio capaz de atender os gostos de uma sociedade plural.

Ao dar visibilidade para os projetos socioambientais humanizando nossa propaganda, a Coca-Cola Brasil fechou o ano com um Índice de Reputação Corporativa recorde: pulou de 5,8, no começo do ano, para 6,1 no fim de 2019. Os projetos socioambientais da companhia são liderados pelo Instituto Coca-Cola Brasil.

Transformação cultural

Ser inovador está no nosso DNA, e, para isso, é preciso também ser ousado e rápido na tomada de decisões. Enfrentamos os desafios do futuro desconstruindo caminhos e criando um ambiente mais inclusivo, inovador, acelerado e focado em crescimento.

A cultura organizacional da Coca-Cola Brasil vem acompanhando essa transformação, que inclui uma mudança estrutural da forma de liderar. No lugar de hierarquias tradicionais, queremos pessoas empoderadas e equipes multifuncionais, trabalhando de forma cada vez mais ágil.

Há dois anos, iniciamos, globalmente, uma transformação cultural, batizada, pela The Coca-Cola Company, de Cultura 10X.

Mude o ângulo e tenha novas perspectivas. Mais do que olhar para fora. É olhar para fora, para frente e questionar o status quo.

É melhor pedir desculpa do que licença. É dar autonomia confiando nas decisões tomadas. Porque, quando todos agimos, avançamos mais rápido.



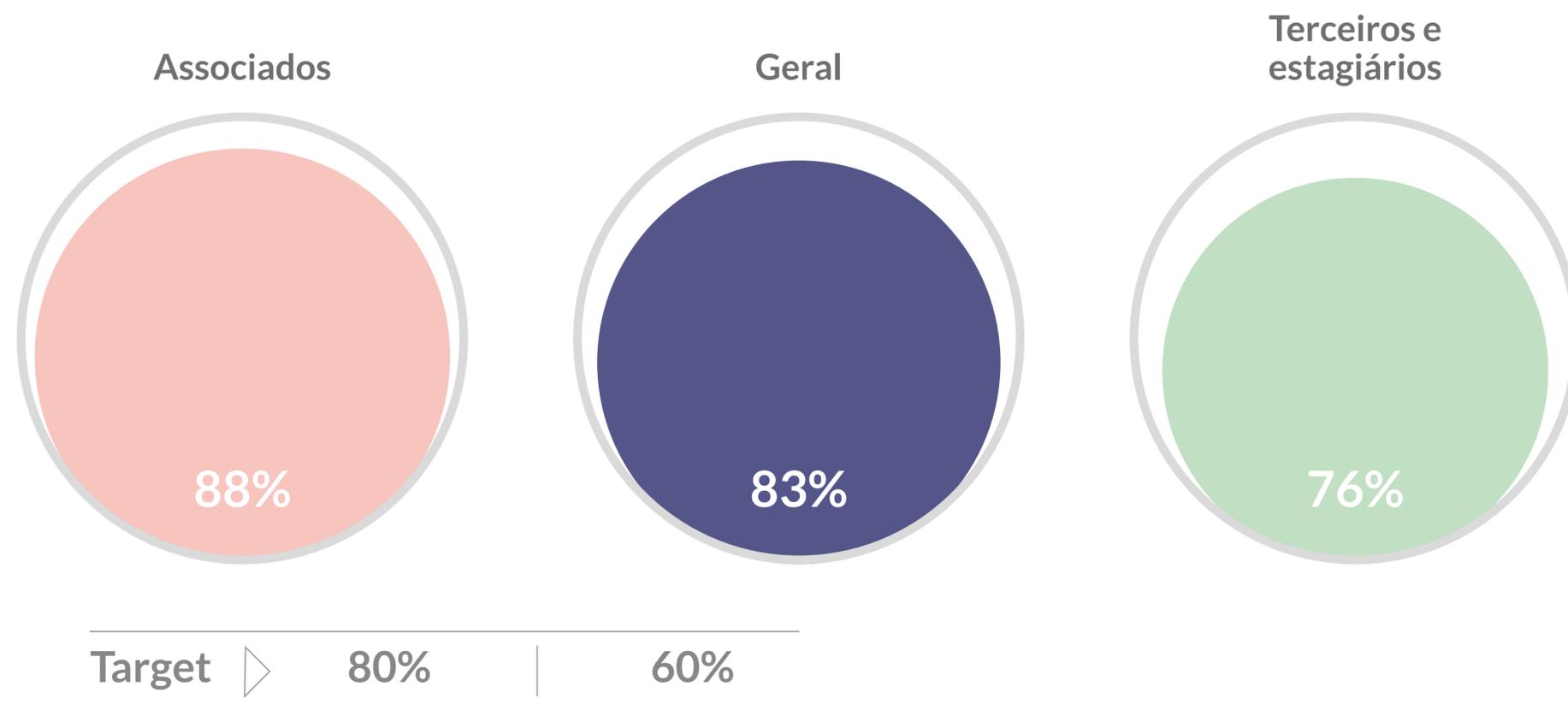
Juntos somos mais. É sobre confiar no outro e trabalhar de forma inclusiva e colaborativa. Porque, para nossa companhia crescer nos próximos cem anos, não basta ser bom.

Feito é melhor do que perfeito. Não ter medo de errar, aprender e evoluir. Porque, quando algo estiver perfeito, já se tornou obsoleto.

Em 2019 realizamos duas dezenas de encontros para discutir e aprofundar nossa transformação cultural. Cerca de 500 funcionários, entre associados, terceiros, estagiários e jovens aprendizes, participaram do Workshop de Growth Behaviors, uma grande onda de reflexão e comprometimento.

À medida que avançamos na nossa transformação cultural, as mudanças foram aparecendo. Um exemplo foram os mais de mil reconhecimentos cadastrados na plataforma Celebrating You, usada pelos funcionários para celebrar ações que reflitam nossos compromissos de crescimento. Isso significou, em 2019, um aumento de mais de quatro vezes o número do ano anterior.

Participação no Workshop do Growth Behaviors



497 pessoas impactadas

Lançamos ainda uma campanha interna com histórias de boas práticas dos Growth Behaviors em vídeos compartilhados no Yammer, nossa rede social corporativa, e nas TVs internas.

Dois anos depois de iniciarmos nossa transformação cultural, o Comitê de Cultura passou a contar com 20 membros. Além das reuniões mensais ocorridas durante todo o ano, os membros do comitê se encontraram, a cada três meses, com o presidente da empresa para discutir o tema de cultura e trazer ações propositivas.

Globalmente, monitoramos os indicadores de cultura e o engajamento dos nossos associados, pois escutar é fundamental. Pesquisa feita em setembro de 2019, com 94% de taxa de participação, constatou que a Coca-Cola Brasil teve um índice de engajamento sustentável de 86%, um crescimento de sete pontos percentuais em relação ao resultado da pesquisa do ano anterior, mostrando a força de pessoas altamente engajadas com a companhia.

Colocamos o pé no acelerador para avançar mais e mais na nossa transformação cultural, incluindo a forma de trabalhar ágil. Em 2019 foram criados alguns times trabalhando de forma ágil, essenciais para a entrega do plano de negócios do ano: os agile growth accelerator teams (AGATs, da sigla em inglês). E um time multifuncional acompanhou essa jornada de transformação em direção a uma Cultura 10X: o time “Way of Working” (Formas de Trabalhar).

Reconhecimentos por Behaviors



Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Apostando em líderes

Em 2019, seguimos fortes no nosso investimento em liderança. Investimos US\$ 375 mil em programas de treinamento de lideranças para um total de 81 líderes, que concluíram cursos na Coca-Cola University, entre eles o Women in Leadership.

Internamente, 122 associados foram promovidos, enquanto 15 talentos foram exportados para exercer funções na The Coca-Cola Company na América Latina, na Europa, na Ásia e em Atlanta, nos Estados Unidos, onde está localizada a sede da empresa. A perspectiva de construir carreiras internacionais e ver como o talento desenvolvido na Coca-Cola Brasil pode ganhar asas no mundo é, sem dúvida, um diferencial.



Jovens talentos

Em 2019, a Coca-Cola Brasil contratou 36 novos estagiários. Foram investidas 30 horas de treinamento em desenvolvimento dos novos profissionais.

E chegamos à terceira edição do programa Jovens Aprendizes. Mantendo o foco na diversidade racial e o investimento em jovens de baixa renda, contratamos 15 pessoas oriundas do Coletivo Jovem, um dos projetos do Instituto Coca-Cola Brasil. Oitenta por cento deles eram jovens negros e 66% eram mulheres.

Ao fim de um ano e cinco meses do treinamento, cinco jovens migraram para o programa de estágio na Coca-Cola Brasil e outros três foram colocados como estagiários no mercado. Ou seja, uma aprovação de 53,3%, o que representou um índice de aproveitamento dos jovens nunca antes alcançado.



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos



Inclusão e Diversidade

A agenda de diversidade e inclusão da Coca-Cola Brasil é um compromisso estratégico. Em 2019, os grupos de afinidade foram fortalecidos e congregaram 70 pessoas, de diferentes áreas da companhia, que participaram ativamente de discussões sobre temas relacionados a gênero, raça, orientação sexual e pessoas com deficiência.

O Comitê de Inclusão e Diversidade foi reeditado em 2019, com encontros mais regulares para assegurar um planejamento de estratégia e planos concretos.

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos



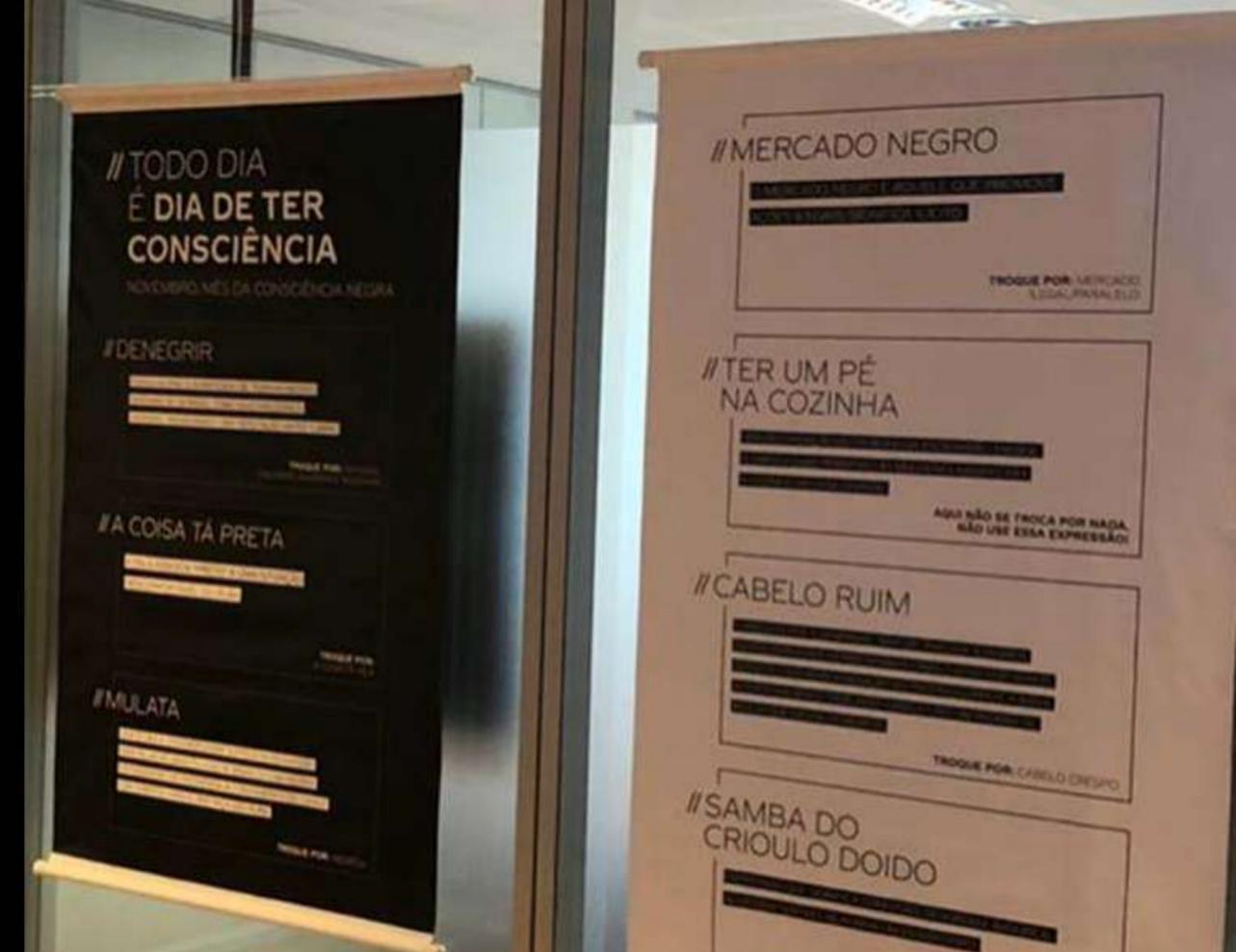
Defensor da tese de que mentalidade inclusiva incentiva a prática de comportamento inclusivo, o especialista em diversidade Steve Robbins foi um dos convidados, no ano passado, a discutir o tema com todos os funcionários da empresa. A diretora global de Diversidade da The Coca-Cola Company, Lori George Billingsley, também esteve presente no encontro.

A palestra e os bate-papos por eles conduzidos fizeram parte da estratégia de capacitar nossos líderes e todos os funcionários sobre vieses inconscientes e a importância da criação de um ambiente fortemente inclusivo.

// ELEVADOR

"JÁ TE IMPEDIRAM DE PEGAR O ELEVADOR SOCIAL?"

O ano de 2019 foi marcado por campanhas de conscientização que enfatizaram datas importantes da agenda de diversidade. Em especial a campanha do dia 20 de novembro, que marca o Dia da Consciência Negra, trouxe peças provocadoras a nossos escritórios, mostrando a luta diária por equidade racial vivida pelos negros.

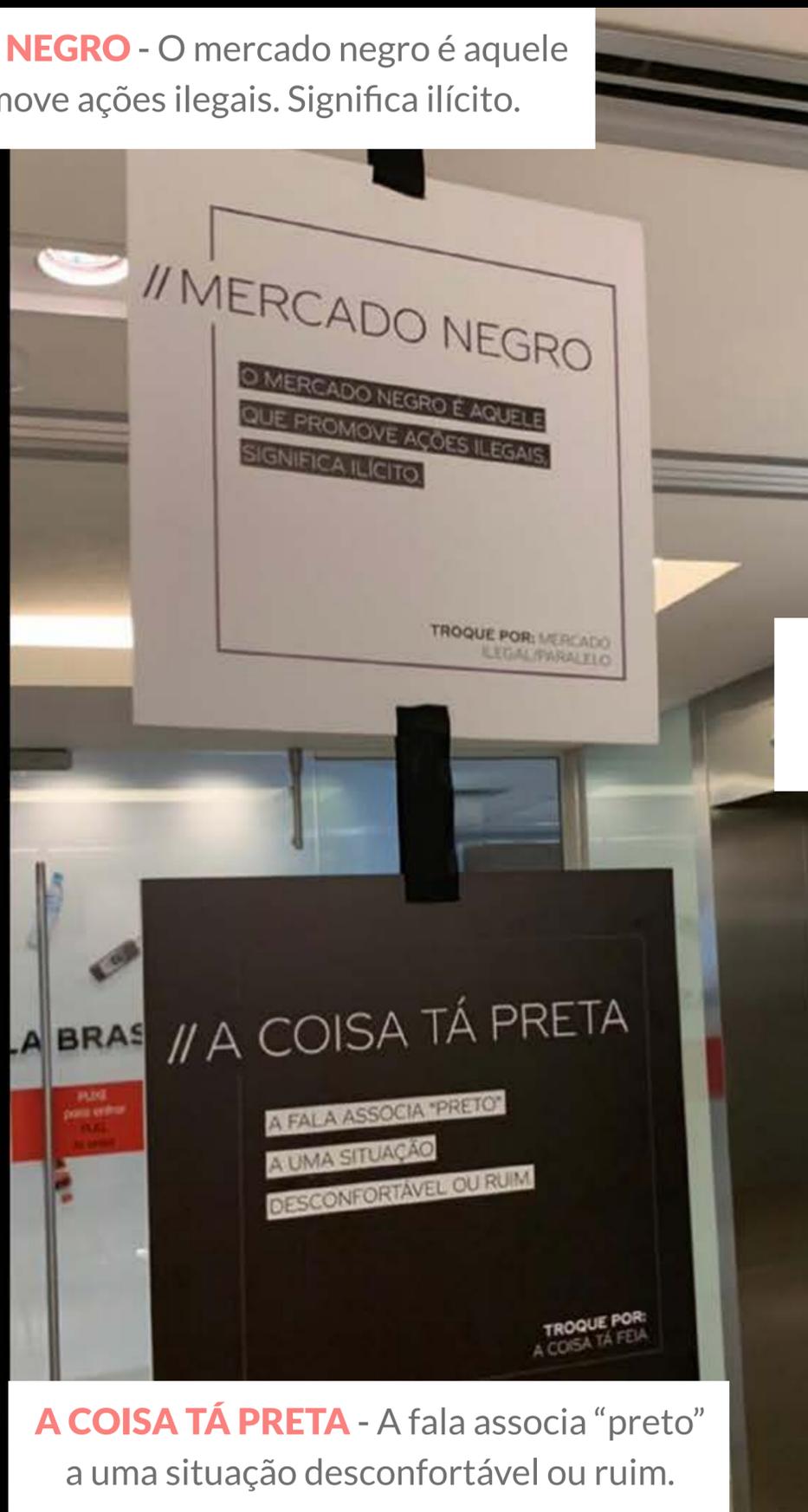
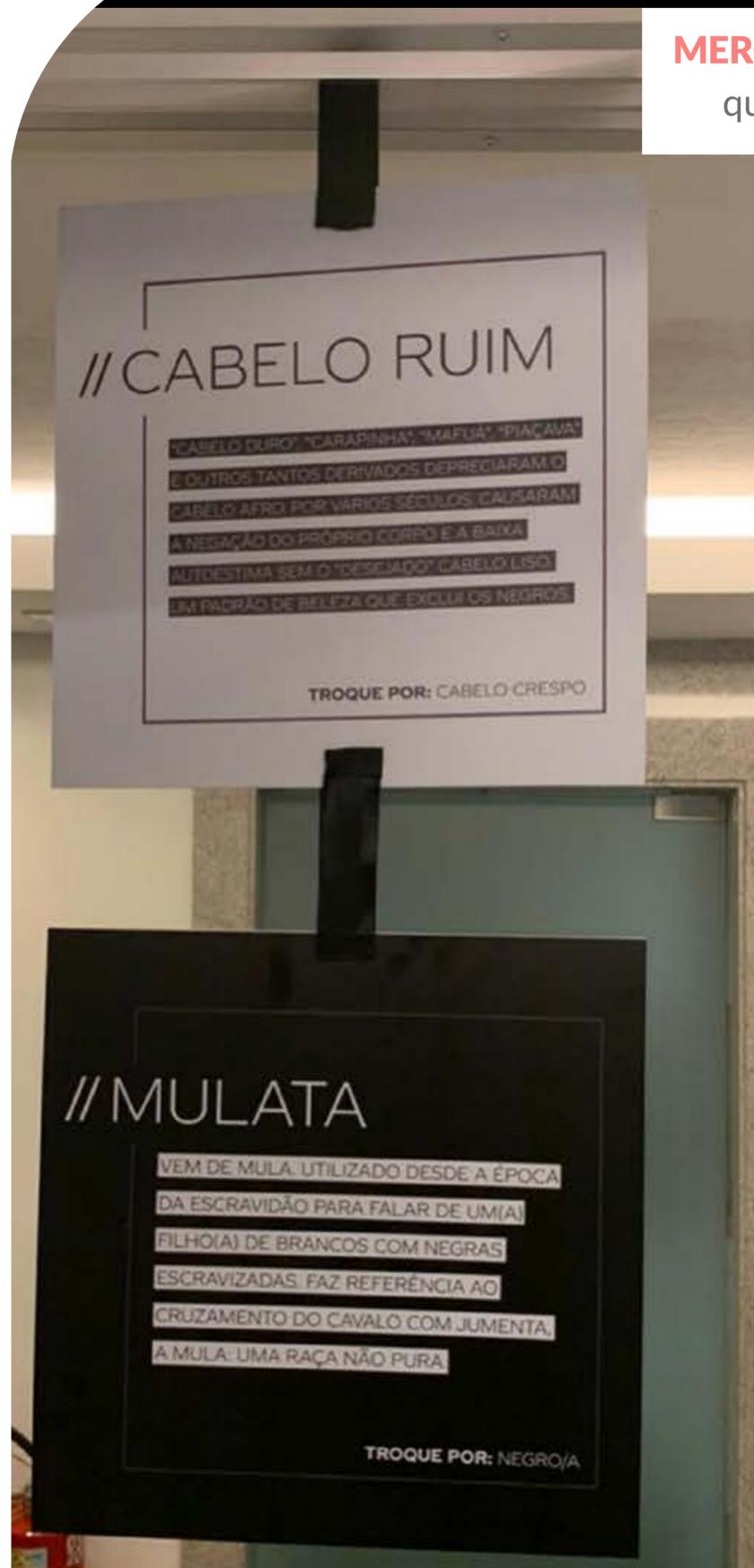


// PORTA GIRATÓRIA

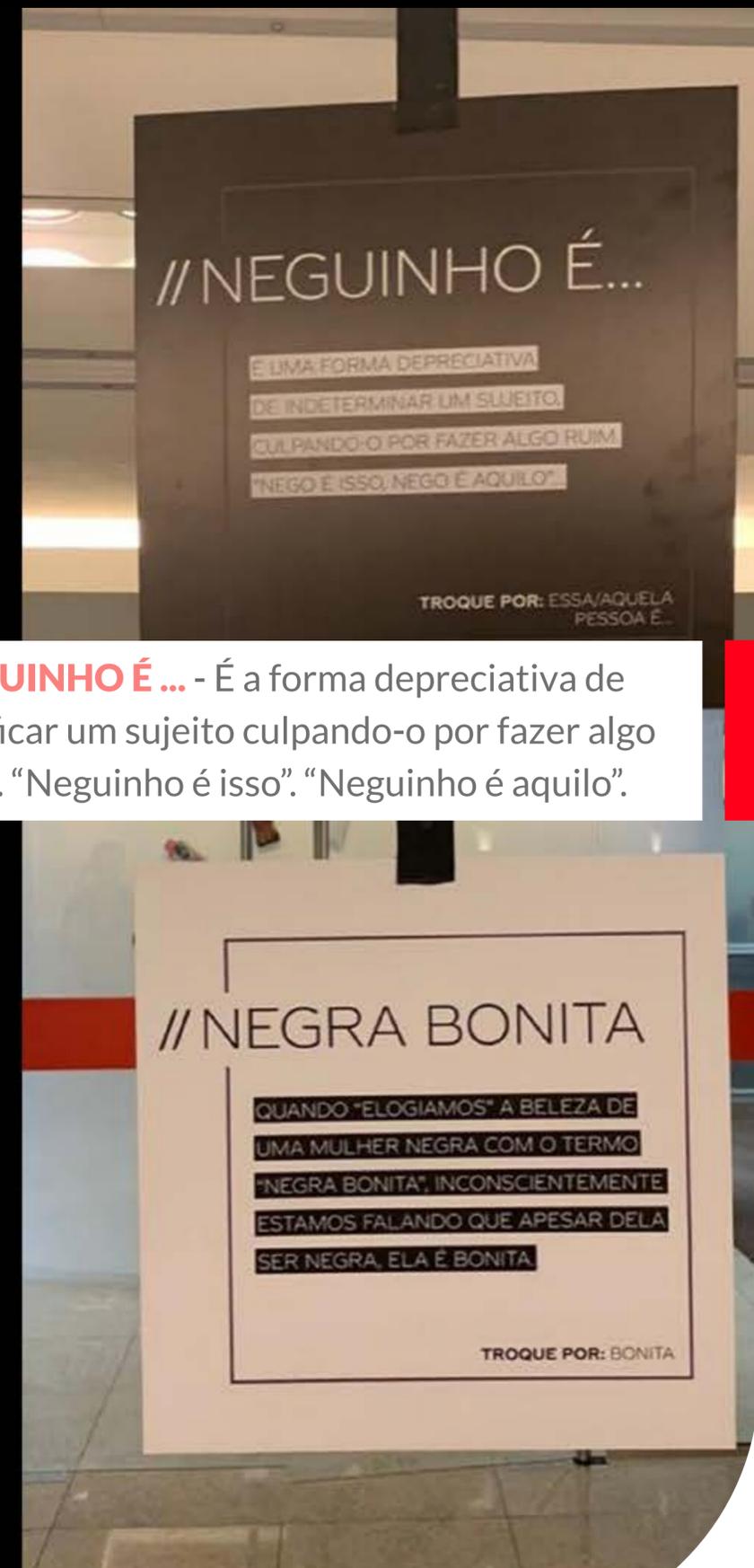
"VOCÊ JÁ SE PREOCUPOU EM SER BARRADO EM SER BARRADO NA PORTA?"



MERCADO NEGRO - O mercado negro é aquele que promove ações ilegais. Significa ilícito.



A COISA TÁ PRETA - A fala associa "preto" a uma situação desconfortável ou ruim.



NEGUINHO É ... - É a forma depreciativa de identificar um sujeito culpando-o por fazer algo ruim. "Neguinho é isso". "Neguinho é aquilo".

É que a Coca-Cola Brasil é uma empresa que tem em sua essência a diversidade, seja ela de gênero, raça ou orientação sexual.

Representando 55,8% da população brasileira, apenas 0,4% das mulheres negras ocupam cargos executivos nas 500 maiores empresas do país.

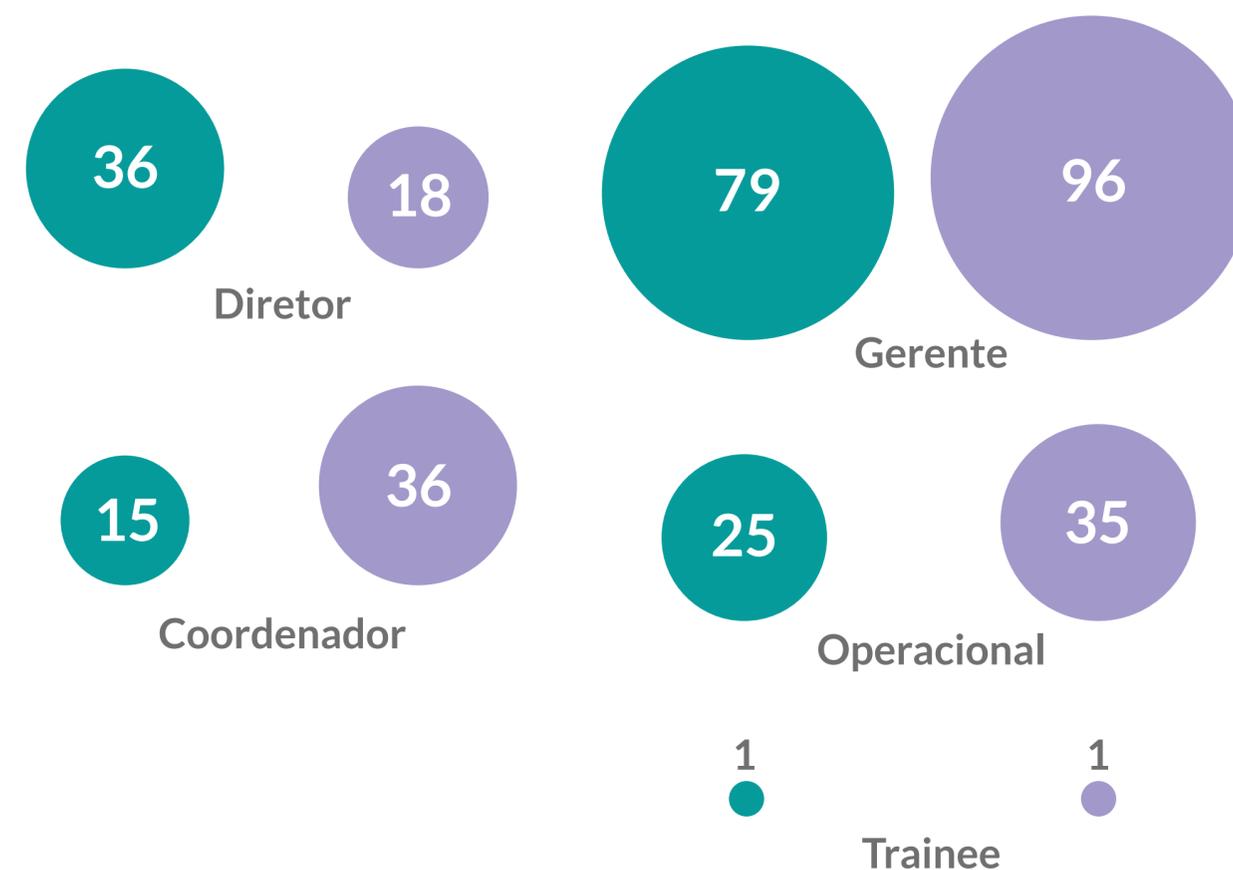
0,4% é o percentual de mulheres negras que ocupam quadros executivos nas 500 maiores empresas brasileiras

Na agenda de diversidade e inclusão, o tema de gênero, que já abordamos há algum tempo, tem avançado significativamente na Coca-Cola Brasil. As mulheres já são maioria entre os funcionários: 54% de um total de 342 colaboradores. Nos cargos de liderança, o avanço também foi significativo, chegando a 54,9% de mulheres em cargos gerenciais e 33,3% em cargos de diretoria no ano passado.

GRI 102-8

Funcionários Coca-Cola Brasil (Por cargo, 2019)

● Homem
● Mulher





2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Ao levar o prêmio Empresas Empoderando Mulheres (WEPs, na sigla em inglês de Women's Empowerment Principles), da ONU Mulheres, na categoria Ouro, a Coca-Cola Brasil teve reconhecimento do seu trabalho pelo empoderamento das mulheres e a equidade de gênero.

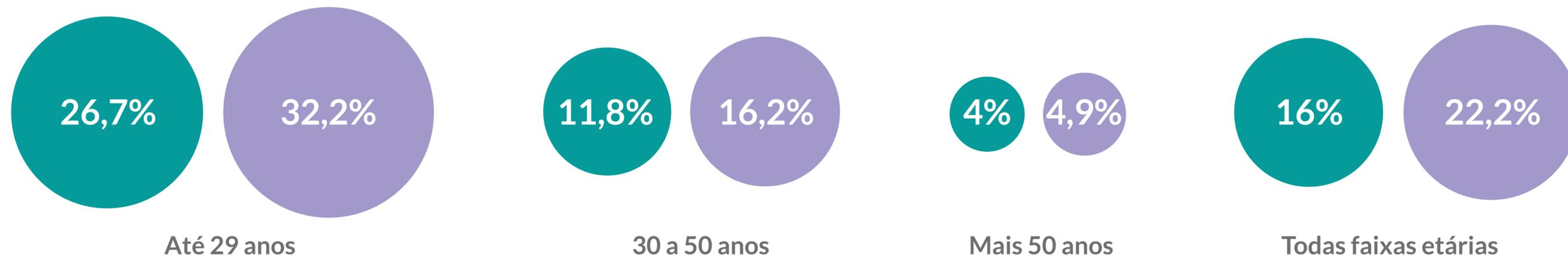
A busca pela equidade de gênero pode ser traduzida em número. Do total de novas contratações feitas em 2019, as mulheres estiveram em maior número em todas as faixas etárias. Do total de novos colaboradores contratados no ano passado, 22,2% eram mulheres contra 16% de homens.



GRI 401-1

Taxa de novas contratações

● Homem
● Mulher



Quadro de pessoal

Em 2019, dos 57,2 mil colaboradores, entre próprios, temporários e terceiros do Sistema Coca-Cola Brasil, 87% eram homens e 13% eram mulheres. O número de funcionários se manteve praticamente estável em relação ao ano anterior, mantendo-se também o percentual de mulheres. E é na região Sudeste onde se concentra, tradicionalmente, a maioria dos funcionários do Sistema Coca-Cola Brasil.

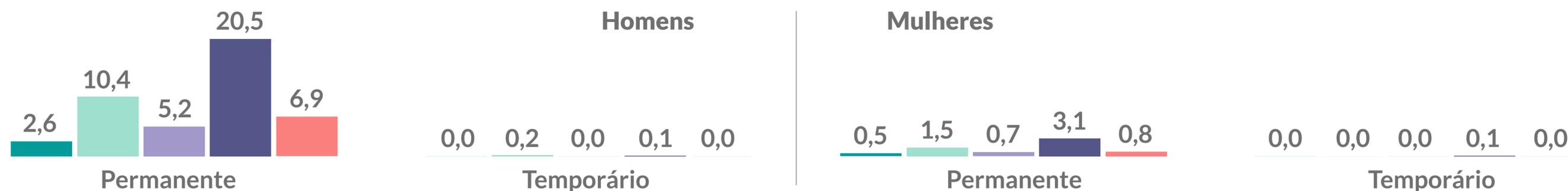
GRI 102-8

Número total de empregados Sistema Coca-Cola Brasil

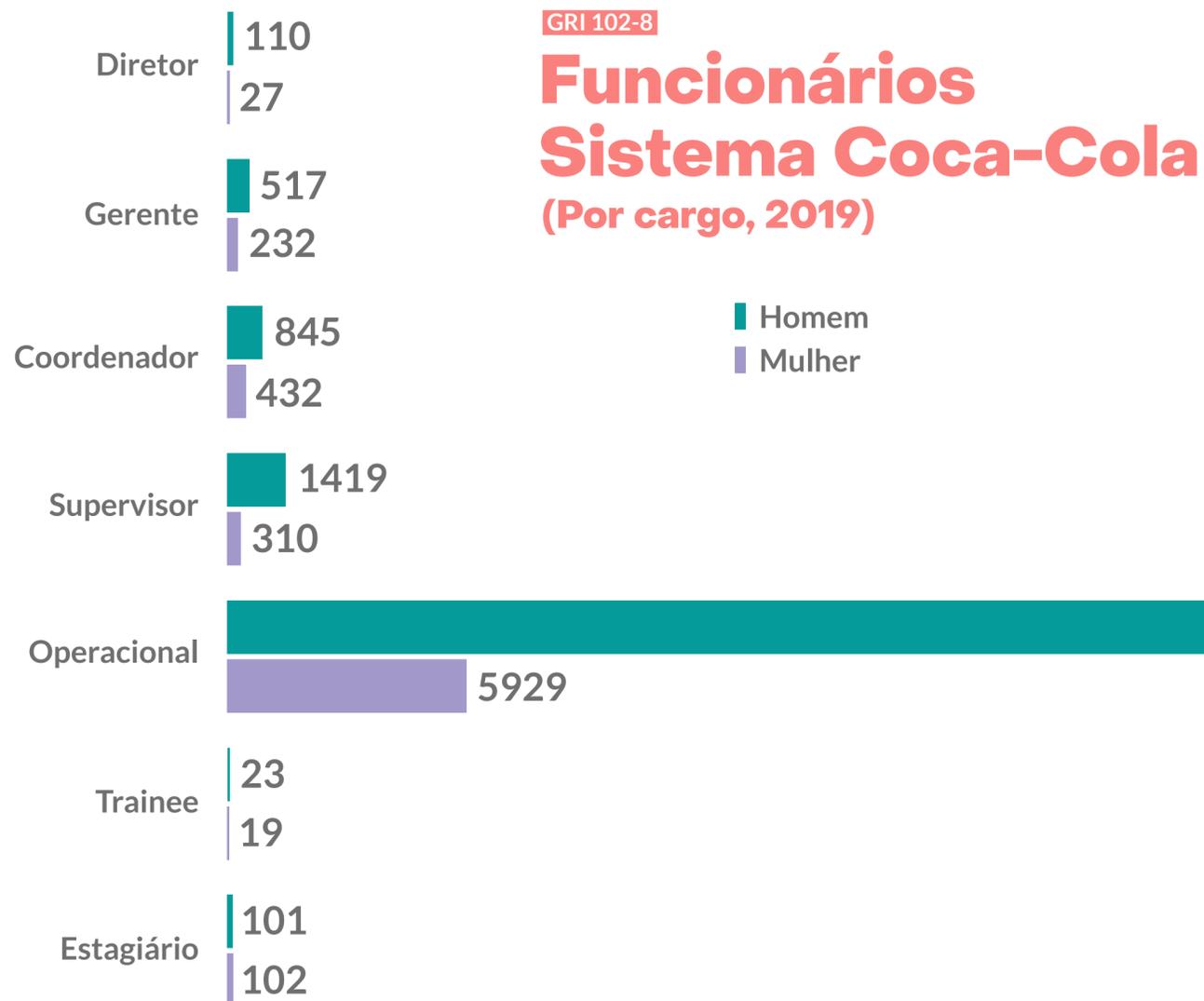
Gênero	Próprios						Temporário	Terceiros	Total (Em mil)	%
	Permanente									
	Integral			Meio						
	Até 29 anos	30 a 50 anos	Mais 50 anos	Até 29 anos	30 a 50 anos	Mais 50 anos				
Homens	14151	28074	3186	409	12	3	243	3622	49,7	87%
Mulheres	2338	3758	302	484	50	3	137	446	7,5	13%
TOTAL	16489	31832	3488	892	62	6	380	4068	57,2	100%

GRI 102-8

Número total de empregados Sistema Coca-Cola Brasil (Em mil funcionários)



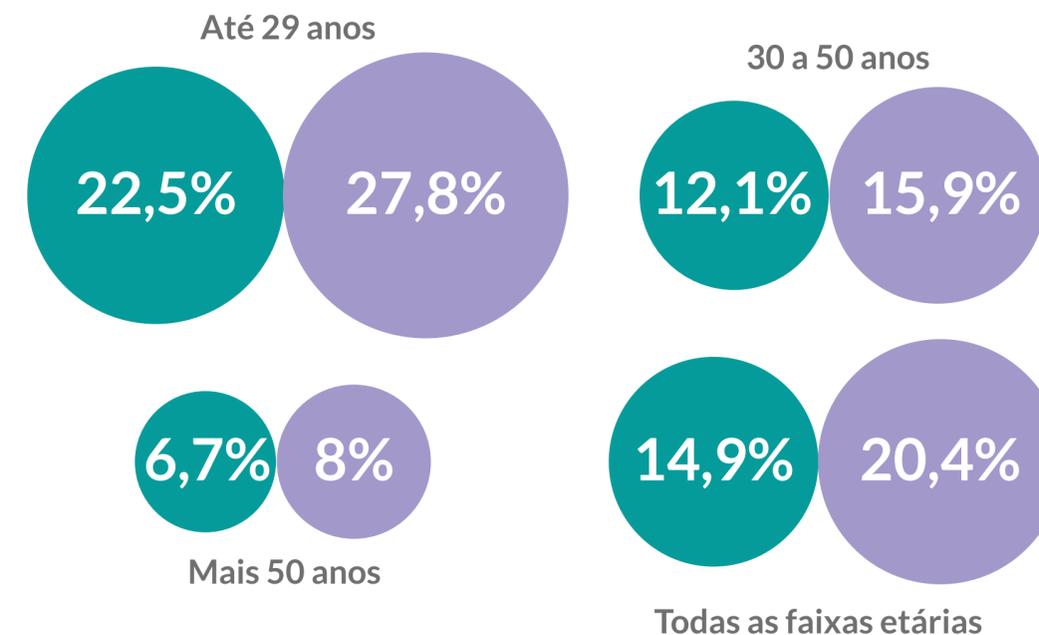
Os homens estavam em maior número em todos os cargos do Sistema Coca-Cola Brasil, exceto entre os estagiários.



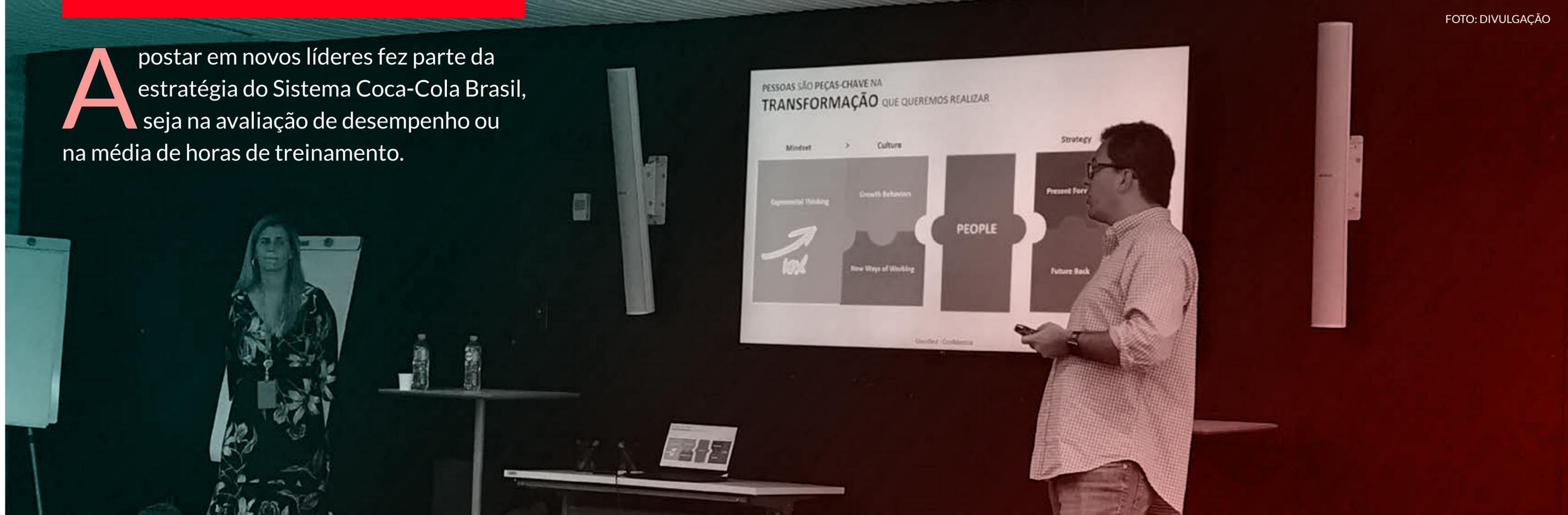
GRI 401-1

Taxa de rotatividade

● Homem
● Mulher



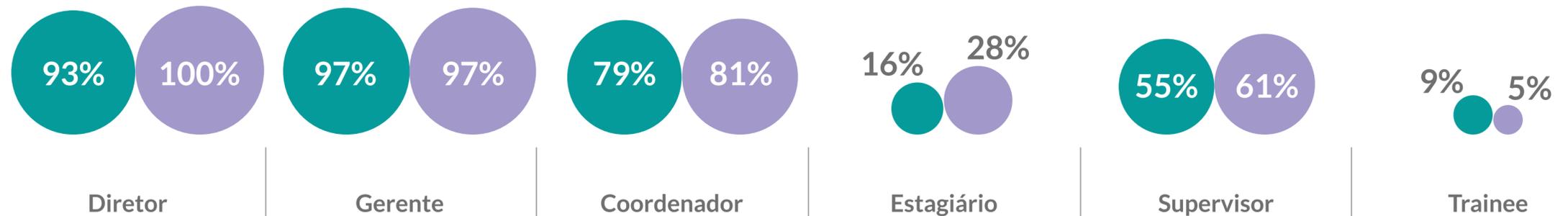
Apostar em novos líderes fez parte da estratégia do Sistema Coca-Cola Brasil, seja na avaliação de desempenho ou na média de horas de treinamento.



GRI 404-3

Percentual de funcionários com avaliação de desempenho

● Homem
● Mulher



- Mensagem do presidente
- Sobre este relatório
- Produção e Consumo conscientes
- Perfil corporativo
- Embalagens
- Saúde e Nutrição

Recursos humanos

- Água
- Mudança climática
- Diálogo e Engajamento
- Agricultura sustentável
- Saúde e Segurança
- Temas materiais
- Sumário de conteúdo GRI
- A pandemia
- Créditos

GRI 404-1

Média de horas de treinamento

● Homem
● Mulher

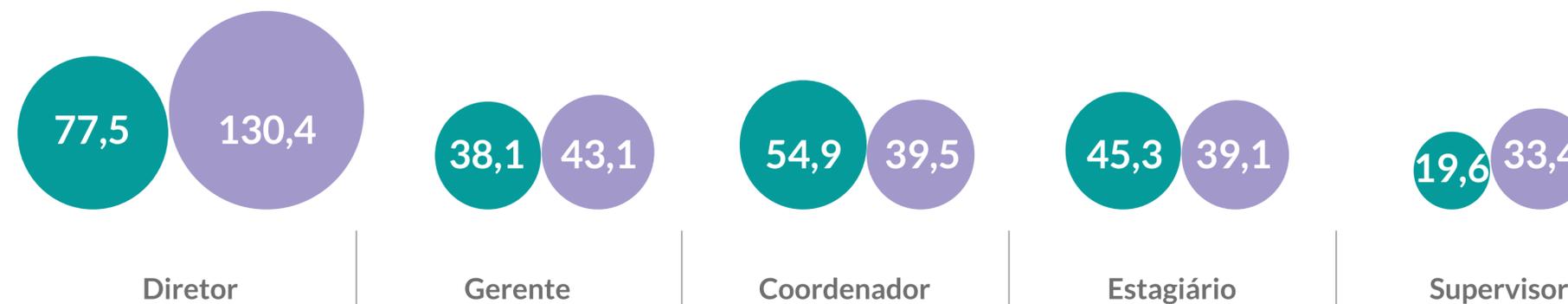


FOTO: DIVULGAÇÃO



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos



DUAS DÉCADAS DE SOLIDARIEDADE



2019

Mensagem
do presidente

Sobre este
relatório

Produção
e Consumo
conscientes

Perfil
corporativo

Embalagens

Saúde
e Nutrição

**Recursos
humanos**

Água

Mudança
climática

Diálogo e
Engajamento

Agricultura
sustentável

Saúde
e Segurança

Temas
materiais

Sumário de
conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Ao longo da nossa trajetória, o Instituto Coca-Cola Brasil ajudou a produzir um impacto na vida de mais de

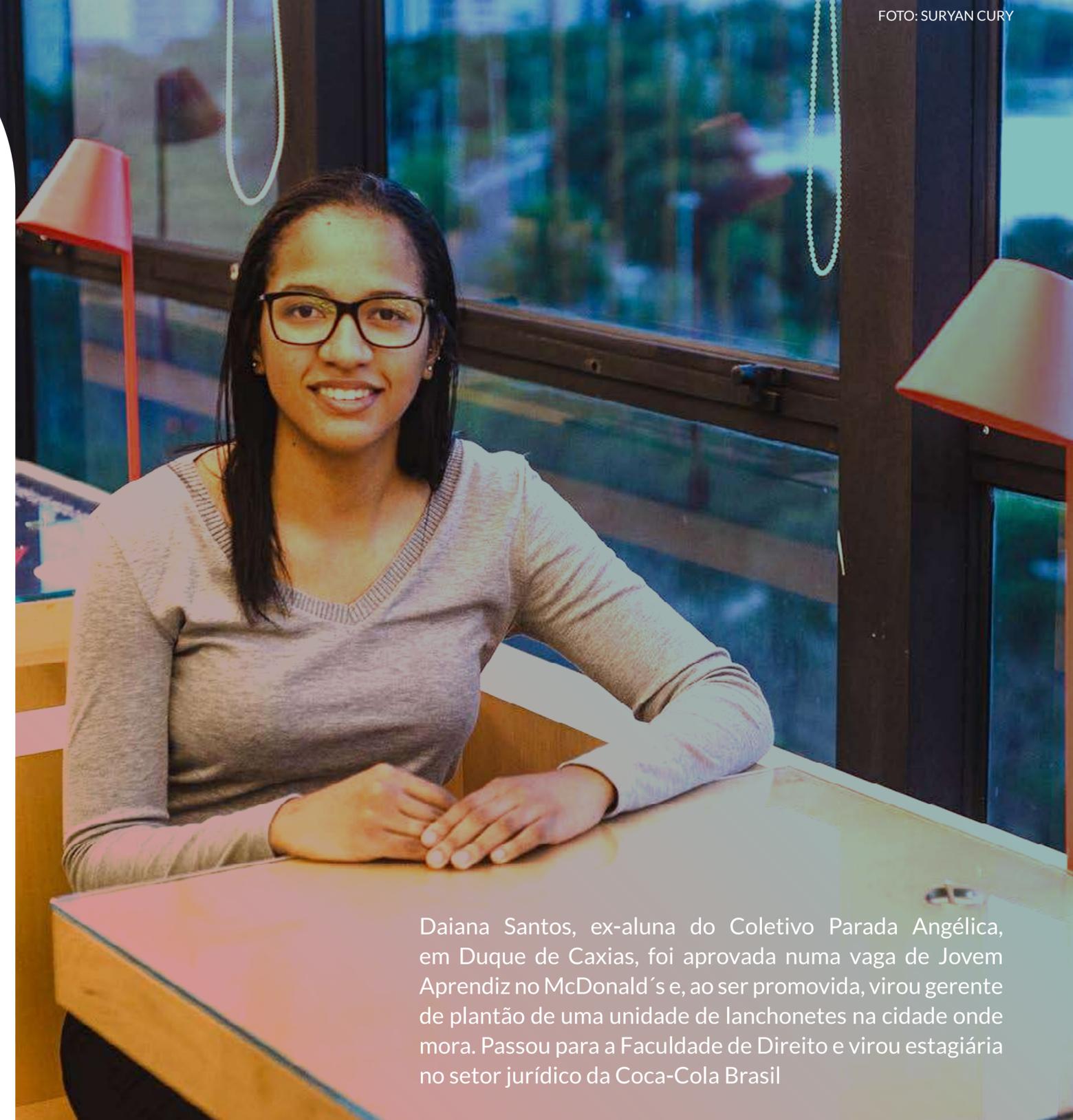
373 mil
pessoas espalhadas pelo país.

+373 mil beneficiários

+560 parceiros

+260 municípios

21 estados + DF



Daiana Santos, ex-aluna do Coletivo Parada Angélica, em Duque de Caxias, foi aprovada numa vaga de Jovem Aprendiz no McDonald's e, ao ser promovida, virou gerente de plantão de uma unidade de lanchonetes na cidade onde mora. Passou para a Faculdade de Direito e virou estagiária no setor jurídico da Coca-Cola Brasil

Para celebrar os 20 anos de trajetória, organizamos algumas ações, como a estreia de nossos perfis nas redes sociais e uma exposição com 20 relatos de pessoas que fizeram, e ainda fazem, parte do que construímos até aqui.

Para acessar a exposição, [clique aqui](#):
EXPOSIÇÃO DE 20 ANOS

Outro momento importante de celebração foi o evento, realizado em São Paulo, ao lado das principais lideranças do Sistema Coca-Cola Brasil e de parceiros empregadores para discutir formas de aumentar ainda mais o impacto social do programa Coletivo Jovem, do Instituto Coca-Cola Brasil, através da empregabilidade e capacitação de jovens.



FOTO: DIVULGAÇÃO

Coletivo Jovem

Coletivo Jovem é um programa que tem como objetivo empoderar jovens de 16 a 25 anos que moram em comunidades urbanas de baixa renda, através da capacitação, valorização da autoestima e conexão com oportunidades de geração de renda.

As estratégias do Coletivo Jovem são baseadas em uma metodologia em que 80% do conteúdo são focados em competências socioemocionais para proporcionar e exercitar o protagonismo, a colaboração, a comunicação, análise crítica, entre outras.

Após a conclusão do curso, os jovens são conectados a uma rede de mais de 200 parceiros empregadores dentro e fora da cadeia de valor do Sistema Coca-Cola Brasil.

Nesses 10 anos:

+248 mil
jovens foram impactados

Coletivo Jovem

+62 mil
jovens inseridos no mercado de trabalho

134
unidades de Coletivo

Para conhecer um pouco mais sobre o programa **acesse o vídeo: COLETIVO JOVEM: O CAMINHO ENTRE SONHAR E REALIZAR**

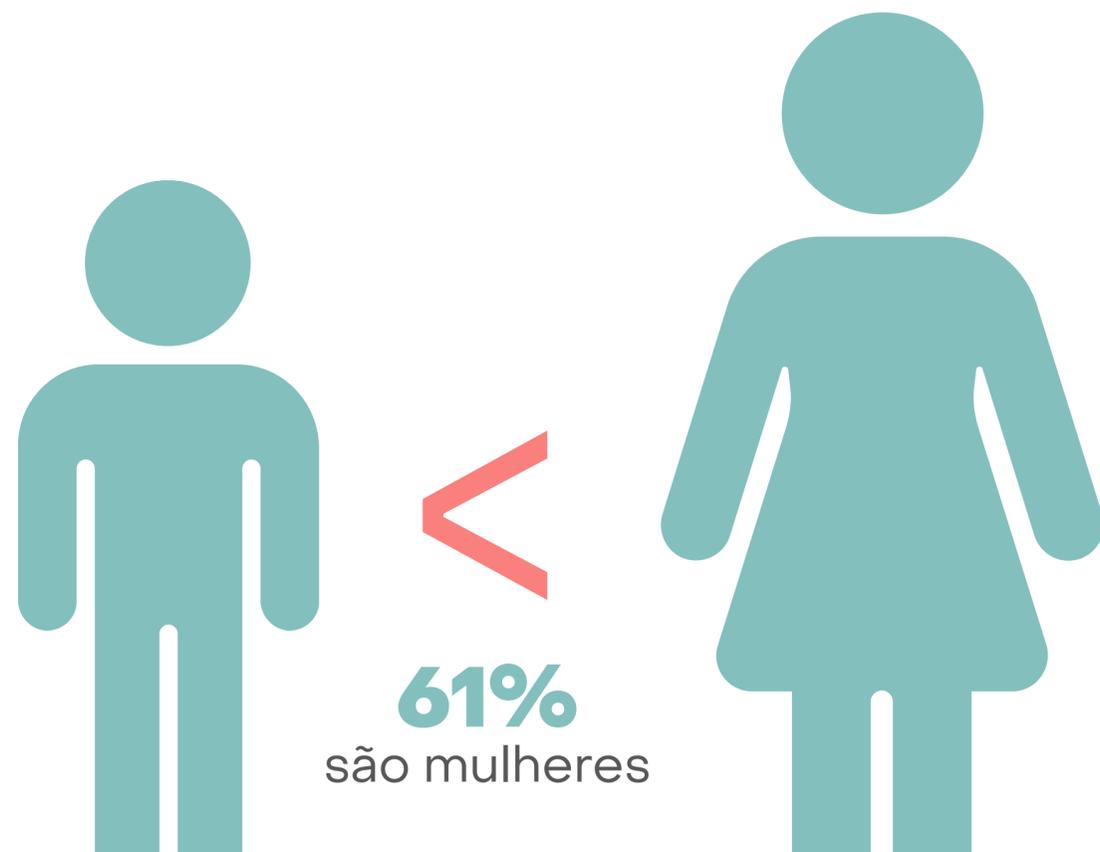


Em 2019 continuamos impactando milhares de jovens em todo o Brasil

+29 mil

jovens formados*

(destes, 2.437 realizaram o curso mais de uma vez em 2019)



69%

se autodeclararam pretos ou pardos

22% brancos **1%** indígena **8%** não declararam

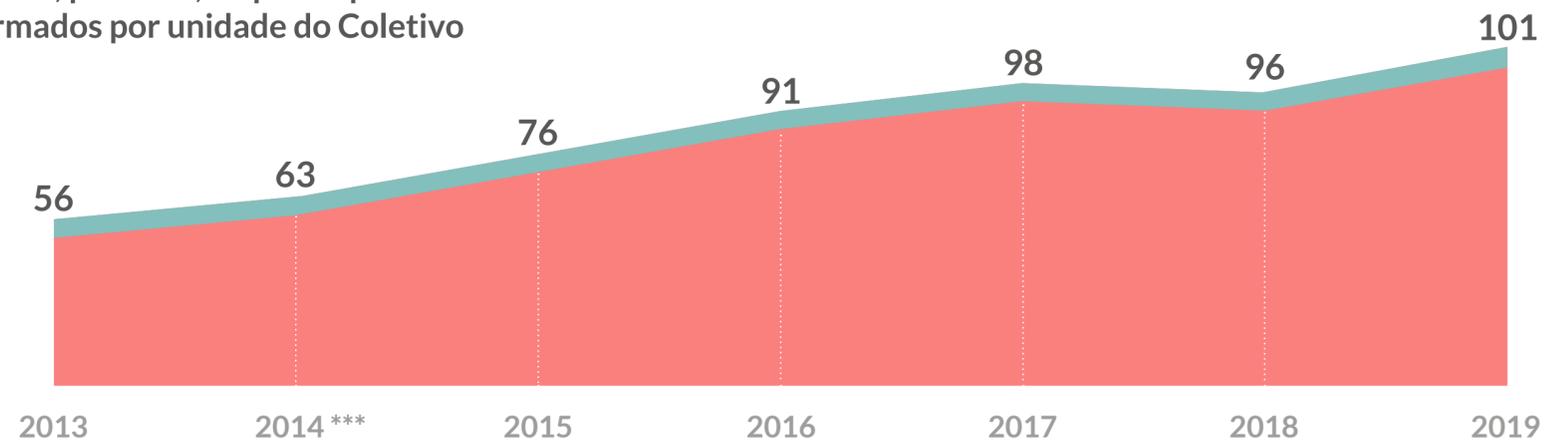
40%**

taxa de empregabilidade

75

comunidades em **14 estados + DF**

Média, por ciclo, de participantes formados por unidade do Coletivo



Fonte: Base de formados 2019 - Sistema Online de Informações

*29.731 jovens formados, em 2019 ** Índice calculado por amostragem sobre os jovens formados que tiveram interesse em procurar emprego ***Dado revisado



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

FOTO: MARCO ANTÔNIO REZENDE



87

concordam que o Coletivo lhes fez ter mais interesse em ingressar na faculdade

89

consideram que após o Coletivo seu desempenho profissional melhorou

90

acharam que o Coletivo contribuiu para mudanças positivas na sua vida pessoal

Fonte: Pesquisa IPSOS Jul/19 (referente: 2018.3 - Onda 2)

“ Não se trata só da minha vida, da minha história, e sim de milhares de jovens cheios de sonhos e muita garra pra fazer acontecer, mas que, muitas vezes, não têm oportunidade e direcionamento para gastar suas energias naquilo que realmente os potencializa e os faz voar.”

Rayene Albuquerque, ex-participante do Coletivo Jovem



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Aliança Água +Acesso

Aliança Água+Acesso promove acesso à água a 88 mil pessoas no país, desde 2017.

+24 mil
famílias impactadas

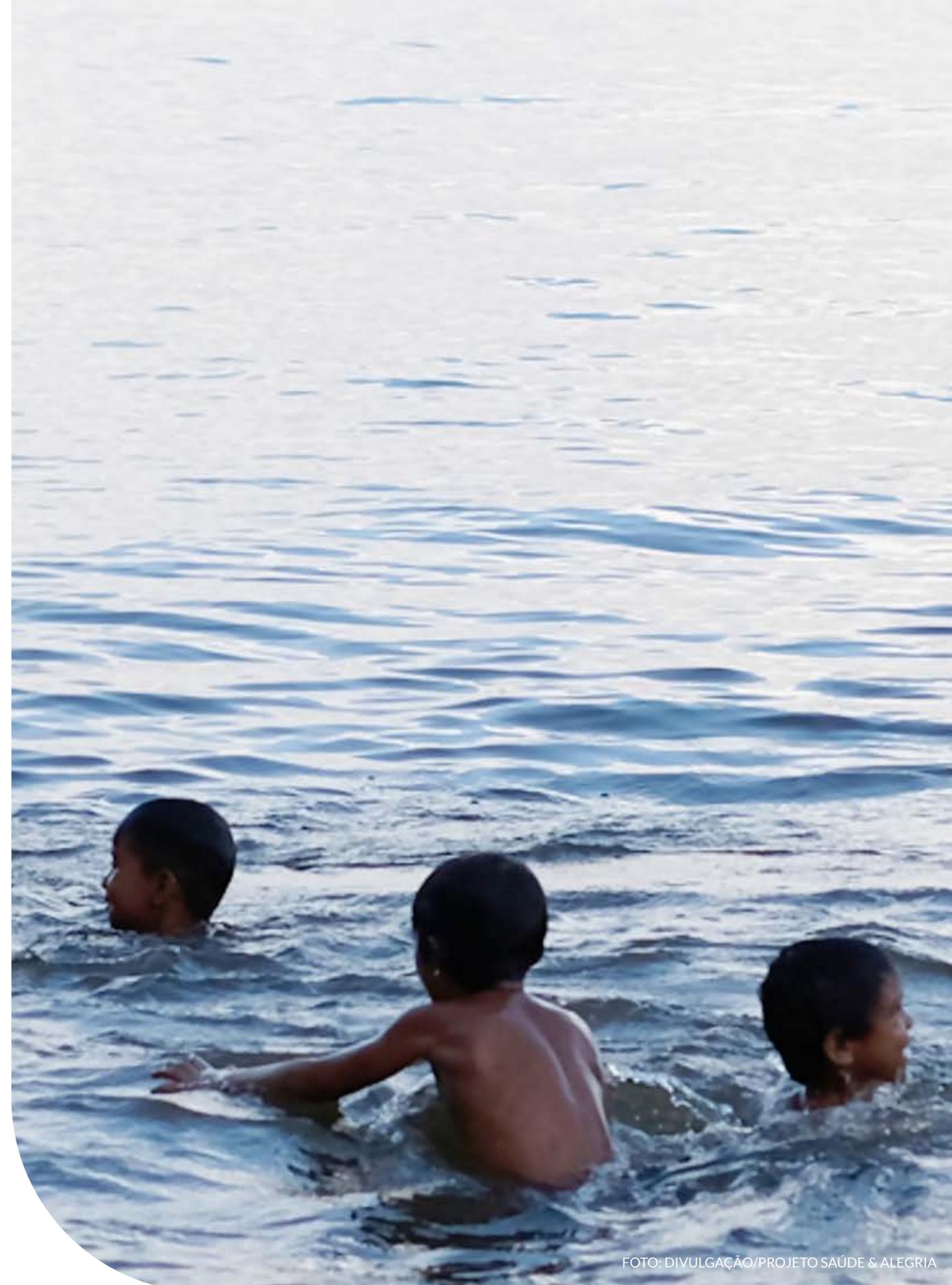
88 mil
pessoas beneficiadas (*)

8
estados

78
municípios

348
comunidades

(*) Números acumulados de 2017 a 2019





2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Crédito

A Aliança Água+Acesso visa a ampliar o acesso à água, de forma sustentável, em áreas e comunidades rurais de baixa renda no Brasil.

Essa Aliança é formada por algumas das principais organizações de acesso à água, além de empresas, institutos, fundações e entidades que somam seus talentos, recursos e capilaridade para cumprir com seu compromisso.

Através do trabalho em conjunto, os parceiros promovem a implantação de soluções inovadoras, infraestrutura adequada e o fortalecimento dos chamados “modelos de gestão comunitária da água”, que tornam os processos de acesso e tratamento da água localmente sustentáveis por serem operados e geridos pelas próprias comunidades.

Só em 2019, a Aliança Água+Acesso atuou em **265 comunidades rurais** e beneficiou mais **49 mil pessoas**.

49 mil
pessoas beneficiadas em 2019

+13 mil
famílias

15
organizações atuantes



Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Crédito



Durante anos, Dona Teresa Melo enchia latas e potes de água para abastecer sua casa, na comunidade ribeirinha de Solimõeszinho, na área rural de Manaus (AM). Para tentar filtrar a sujeira, ela usava panos como uma espécie de coador.

“No dia 28 de novembro de 2017, jorrou água da torneira pela primeira vez. Nunca imaginei que eu ia ver isso na vida”, comemora Dona Teresa.

A comunidade foi uma das primeiras a serem beneficiadas pela Aliança Água+Acesso, com um pequeno sistema de abastecimento de água operado com energia solar, que tem contribuído para reduzir doenças transmitidas pela água dos rios.

Para conhecer mais do trabalho da Aliança Água+Acesso, **acesse o site:**



AGUAMAISSACCESSO.COM.BR



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

 Recursos humanos
 Água Mudança climática Diálogo e Engajamento Agricultura sustentável Saúde e Segurança Temas materiais Sumário de conteúdo GRI A pandemia Crédito

Kolabora

O programa de voluntariado do Sistema Coca-Cola Brasil, o Kolabora, expandiu sua atuação desde seu lançamento, em 2018, e continua com um alto nível de engajamento entre os funcionários.

A iniciativa tem o objetivo de gerar impacto social através dos talentos do Sistema Coca-Cola Brasil e fortalecer a atuação junto às comunidades. O Kolabora atua como uma via de mão dupla, em que colaboradores e beneficiados – ONGs e jovens – desenvolvem habilidades juntos a partir de experiências transformadoras em atividades associadas aos programas do ICCB.



MENTORIA HACKATON MISSÃO

de carreira com jovens

maratona de prototipagem de resolução de desafios

pontual em comunidades, escolas ou associações

Em 2019, o programa teve alta adesão e engajamento dos colaboradores em 11 estados do país, mais o Distrito Federal.

558

participações de voluntários

351

voluntários servindo nas missões

139

mentores

69

voluntários para ajudar ONGs

Número de participantes por organização do Sistema Coca-Cola Brasil:



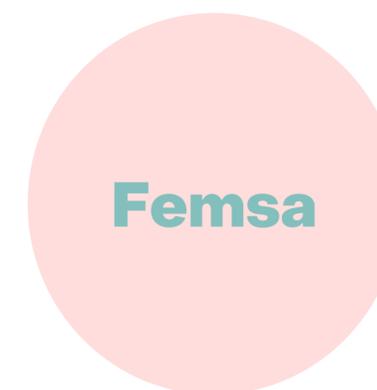
133



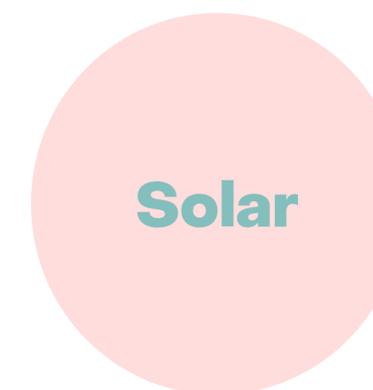
19



46



55



305

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Crédito



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Crédito

Em linha com o objetivo do programa, foi um ganha-ganha para colaboradores, jovens e ONGs.

“Excelente momento para compartilhar com pessoas de realidades tão diferentes e nos fazer entender a importância do trabalho que o Instituto Coca-Cola Brasil realiza com as comunidades

Voluntário

“É uma experiência em que um aprende com o outro

Jovem mentorado

“A minha visão mudou muito quanto ao meu trabalho depois da participação no Kolabora

ONG Hackathon

98%

dos colaboradores concordam que o programa contribuiu para o desenvolvimento e aprimoramento de habilidades

99%

dos jovens mentorados consideram que o Kolabora foi importante para sua vida, para o seu dia a dia

100%

das ONGs concordam que o programa contribuiu a desenvolver soluções úteis para os desafios da organização



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Crédito



Negras Potências

Em 2018, a iniciativa Negras Potências foi criada com o objetivo de impulsionar projetos que criam ferramentas de empoderamento feminino negro.

São as mulheres negras um dos segmentos mais afetados pelo acúmulo de fatores estruturantes de desigualdades, principalmente o racismo e o machismo.

Para incidir nessa realidade, um fundo de R\$ 500 mil foi criado a fim de turbinar campanhas de financiamento coletivo sobre empoderamento de meninas e mulheres negras através de matchfunding.

17

projetos foram selecionados para receber apoio e lançar campanhas de financiamento coletivo

Matchfunding?

Para cada 1 real de doadores individuais, mais 2 reais foram automaticamente acrescentados na arrecadação pela Coca-Cola Brasil.

Números gerais do canal

R\$ 549 mil

de arrecadação com match da Coca-Cola Brasil

13

projetos financiados e implementados

Em 2019...

Mais de 20 lideranças negras, representantes dos 13 projetos apoiados através da iniciativa Negras Potências, se reuniram para compartilhar aprendizados, conquistas, desafios e os impactos das ações que realizaram para contribuir para o empoderamento econômico de meninas e mulheres negras.

Foram momentos de muita potência, para refletir sobre os próximos passos e estratégias, para garantir que o aprendizado seja contínuo, além de comemorar os resultados e as mudanças produzidas pelas ações.

Você pode conhecer mais sobre os projetos que foram beneficiados no **site** da



BENFEITORIA

Parceria entre

BENFEITORIA

Plataforma de financiamento coletivo



BAOBÁ

Fundo para Equidade Racial -
Fundo de atuação nacional no
âmbito da equidade racial



**COCA-COLA
BRASIL**

**INSTITUTO
COCA-COLA
BRASIL**



2019

 Mensagem do presidente

 Sobre este relatório

 Produção e Consumo conscientes

 Perfil corporativo

 Embalagens

 Saúde e Nutrição

 Recursos humanos

 Água

 Mudança climática

 Diálogo e Engajamento

 Agricultura sustentável

 Saúde e Segurança

 Temas materiais

 Sumário de conteúdo GRI

 A pandemia

 Crédito


Nossas pessoas

Em 2019 fomos premiados como um dos 10 melhores lugares para se trabalhar no Rio de Janeiro.

Esse reconhecimento nos dá muito orgulho e motivação para prosseguir na nossa missão. Este prêmio é fruto do trabalho de todos os nossos colaboradores que exercem o protagonismo na construção de um ambiente que nos permite colocar todo nosso potencial a serviço das causas que apoiamos.



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

ÁGUA UM BEM COMUM

A água é o principal ingrediente de todos os produtos do Sistema Coca-Cola Brasil e um elemento essencial para o ecossistema, a sociedade e a vida no planeta. É um insumo para o qual não há substituto. Além de ser um direito humano garantido na Constituição, a água é o insumo chave para a produção de alimentos, a dessedentação animal, a preservação ambiental e o funcionamento de uma série de indústrias.

Garantir a segurança hídrica do negócio, dos nossos parceiros e das comunidades e ecossistemas onde temos atuação é um compromisso traduzido em números.





2019

 Mensagem do presidente

 Sobre este relatório

 Produção e Consumo conscientes

 Perfil corporativo

 Embalagens

 Saúde e Nutrição

 Recursos humanos

 Água

 Mudança climática

 Diálogo e Engajamento

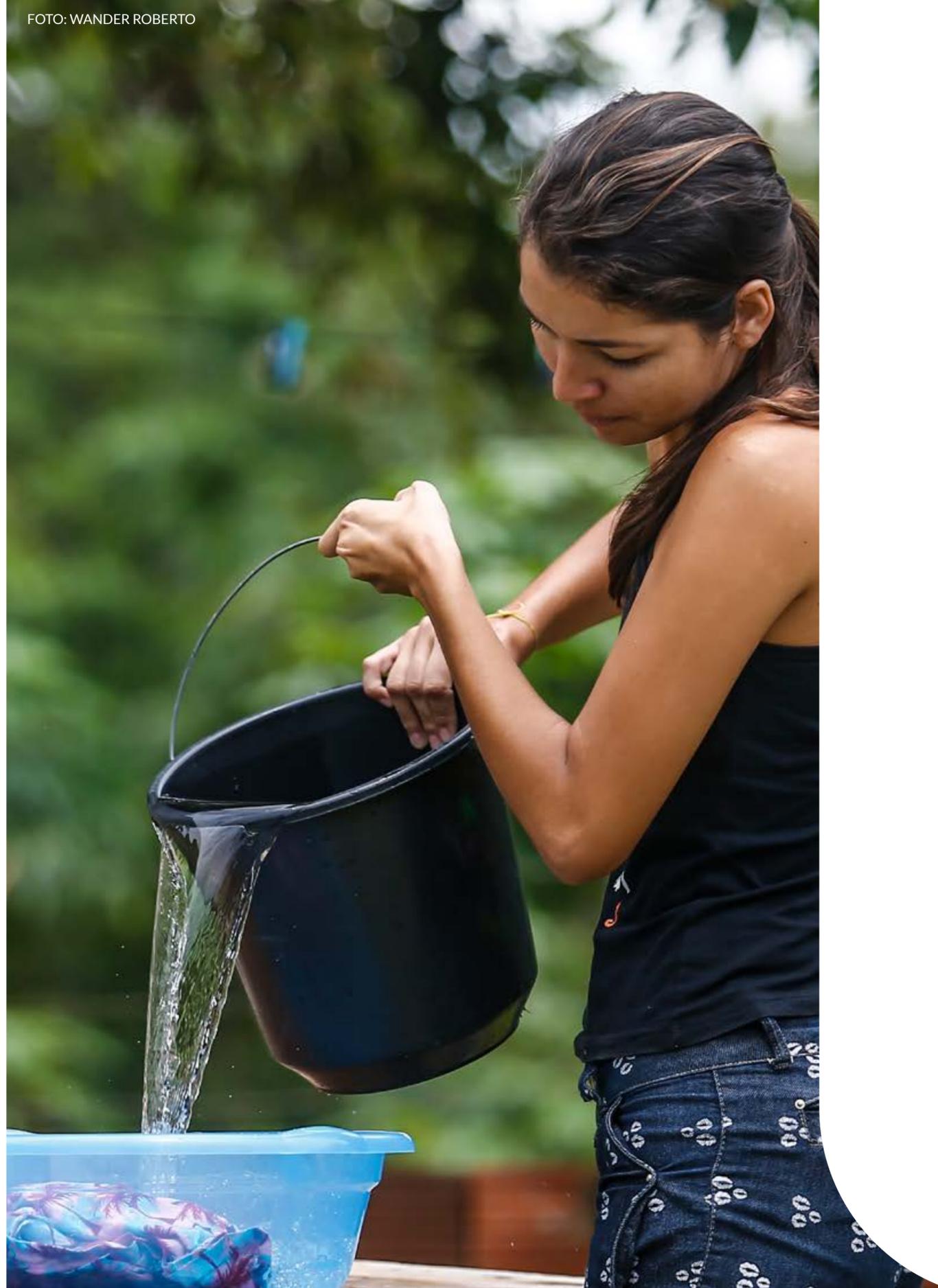
 Agricultura sustentável

 Saúde e Segurança

 Temas materiais

 Sumário de conteúdo GRI

 A pandemia

 Créditos


Desde 2015, devolvemos para a natureza e para a sociedade um volume superior a toda a água captada, por meio de um extenso programa de reposição hídrica com iniciativas voltadas à conservação ambiental, reflorestamento, tratamento e acesso à água para comunidades urbanas e rurais. A meta original de devolver à natureza volume equivalente a 100% da água que utilizamos foi alcançada cinco anos antes do prazo definido globalmente pela companhia. Nossa estratégia de gestão hídrica está baseada no aumento e na melhoria contínua da eficiência hídrica dentro das fábricas, e na reposição e na neutralidade além dos muros do negócio.

A Verde Campo, por exemplo, investiu R\$ 50 milhões na sua fábrica de Lavras, no sul de Minas Gerais, e instalou uma Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) projetada para suportar quadruplicar a produção de iogurtes e triplicar a de queijo até 2024.

Eficiência hídrica

Pioneiro em quantificar e neutralizar o recurso hídrico que usamos no processo de produção, o Sistema Coca-Cola Brasil atingiu a meta global de redução de uso de água dois anos antes da data prevista.

Em 2018 a empresa já havia superado a meta, que era de 1,68 litro de água para cada litro de bebida produzida. Naquele ano, o consumo de água foi de 1,64 litros por litro de bebida produzida e, em 2019, caiu um pouco mais: 1,63 litro. O objetivo é continuar reduzindo a pegada hídrica, que vem caindo de forma consistente desde 2001, tendo representado, em relação a aquele ano, uma queda de 35,9%. Contra 2018, a queda foi de 0,7%.

Entre 2015 e 2019 reduzimos em 18% o consumo de água necessária para a produção das nossas bebidas. Para evitar o desperdício

e melhorar ainda mais a eficiência hídrica, quatro fábricas do Sistema Coca-Cola Brasil usaram simuladores hídricos no ano passado. A partir de 2020, a meta é ampliar o uso destes equipamentos para 13 unidades fabris, que passarão a ser monitoradas em tempo real.

Desde 2012 o Sistema Coca-Cola Brasil vem perseguindo a redução do volume de efluentes gerados. No ano passado o volume de efluentes gerado foi de 5,96 bilhões de litros, o que representou um aumento de 11,1% em relação ao ano anterior – houve um aumento de produção de 5,4%. No acumulado dos últimos sete anos, houve uma queda de 37%.

A Demanda Bioquímica de Oxigênio subiu 36,8%, para 25,5 mg/l.

Desde 2013 observa-se uma melhoria do indicador em função da evolução dos processos produtivos que otimizaram a geração de efluentes, além da implantação de programas de eficiência hídrica que contribuíram para essa redução. O desafio no futuro é aumentar a utilização de água de reúso nos processos adjacentes.



Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

GRI 303-1

Litro de água captada por litro de bebida produzida (l/l)





2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

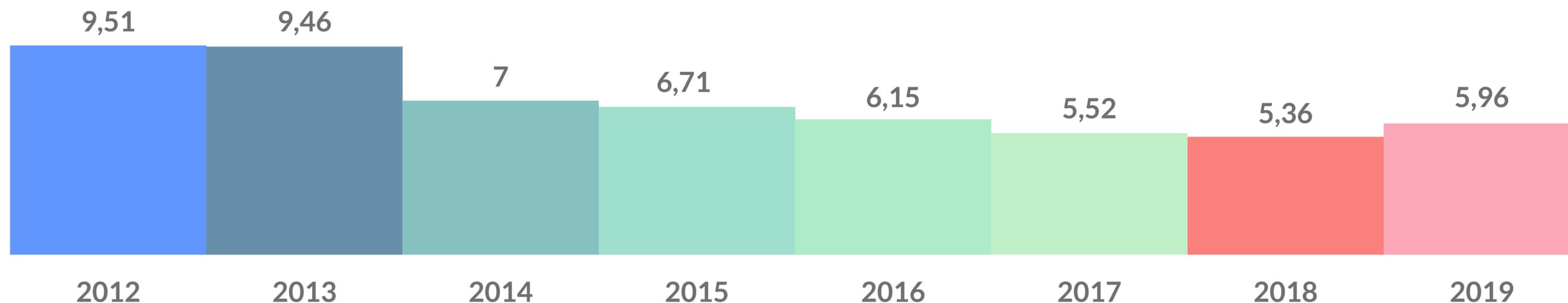
A pandemia

Créditos

GRI 303-4

Volume total de efluentes gerados

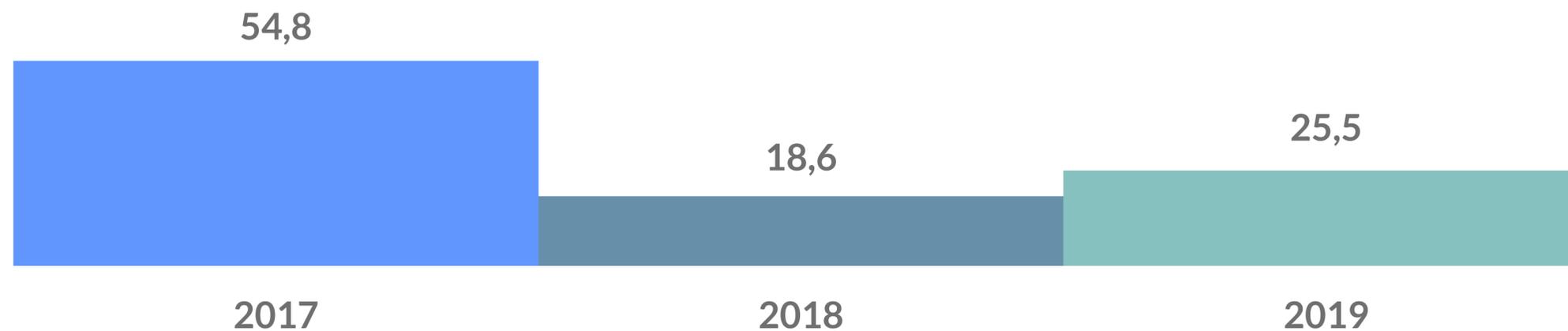
(Em bilhões de litros)



GRI 306-1

Quantidade de Demanda Bioquímica de Oxigênio (DBO)

(Em mg/L)

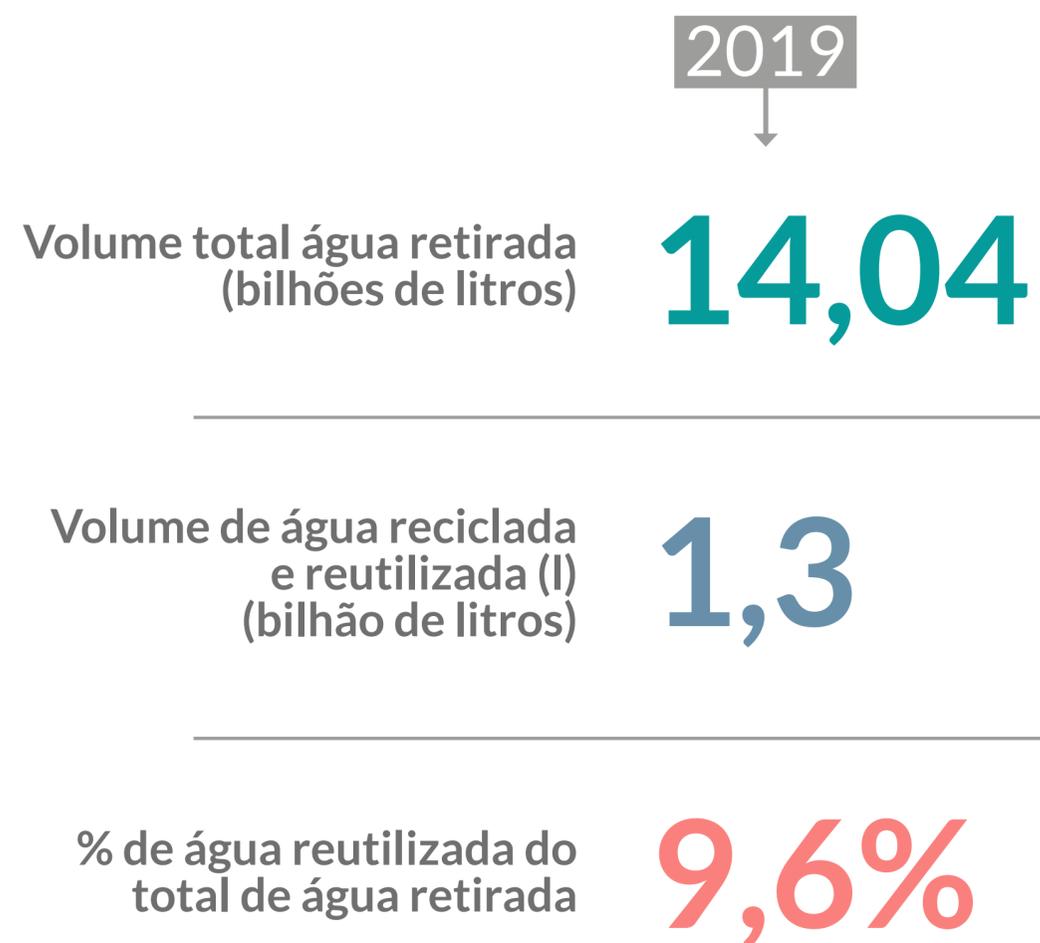


Em 2019 o volume de água retirada foi de 15,44 bilhões de litros, o que representou um aumento de 5,4% em relação ao ano anterior. Houve, no entanto, um aumento da produção de 6,2%. Instalação de equipamentos mais modernos para reduzir o desperdício ao longo do processo produtivo e reutilização de água ou captura de água de chuva foram ações adotadas para aumentar a eficiência hídrica.

Desde o ano passado, passamos a medir o reúso de água, ainda que o cálculo não inclua todas as fábricas. O total de água reciclada e reutilizada foi de 1,34 bilhão de litros, o que representou 9,6% do volume de toda a água retirada das fábricas que realizaram medição.

GRI 303-3

Volume de água reciclada e reutilizada (I)



Fontes hídricas

	ano		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019	
	bilhões de litros	%																
	*mil m ³																	
Águas superficiais	3.782*	19%	3,35	16,6%	3,36	16,5%	2,52	13,3%	2,62	15,8%	0,80	5,4%	2,26	15,4%	2,43	15,8%		
Águas subterrâneas	7.065*	35%	7,30	36,3%	7,82	38,4%	7,66	40,6%	7,35	44,3%	6,63	45,1%	6,34	43,3%	6,50	42,1%		
Águas pluviais	17*	0%	0,02	0,1%	0,01	0,0%	0,01	0,0%	0,01	0,1%	0,27	1,8%	0,01	0,0%	0,00	0,0%		
Abastecimento municipal	9.183*	45%	9,13	45,4%	9,12	44,7%	8,63	45,7%	6,58	39,6%	7,02	47,7%	6,05	41,3%	6,51	42,1%		
Outras fontes	369*	2%	0,33	1,6%	0,09	0,4%	0,05	0,3%	0,04	0,3%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%		
TOTAL	20.417*	100%	20,12	100%	20,40	100%	18,86	100%	16,59	100%	14,72	100%	14,64	100%	15,44	100%		

Variação anual	N/A	-0,1%	1,4%	-7,5%	-12,0%	-11,3%	-0,5%	5,4%
-----------------------	-----	-------	------	-------	--------	--------	-------	------

Volume de produção (mil m3)	10.921.660,26	10.600.200,97	10.948.928,32	10.317.638,99	9.311.740,54	8.798.948,32	8.930.750,60	9.480.077,00
Variação anual	N/A	-2,9%	3,3%	-5,8%	-9,7%	-5,5%	1,5%	6,2%

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Água+ Acesso

A pesar de o Brasil ser um país rico em recursos hídricos e a água ser um bem considerado indicador de qualidade de vida, cerca de 35 milhões de brasileiros não têm acesso à água tratada em suas casas. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) calcula que, dos brasileiros sem água, 20 milhões deles vivam na área rural.

“
Tínhamos um problema muito grande com água. Ela era muito grossa. Os canos entupiam por causa disso. Desde o ano passado, temos o poço funcionando todos os dias.”

ELIANA MACHADO,

Líder comunitária e representante da associação de moradores da Serra da Vieira, em Russas (CE), onde 81 famílias passaram a ter acesso à água segura para beber, cozinhar e fazer outras tarefas domésticas

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

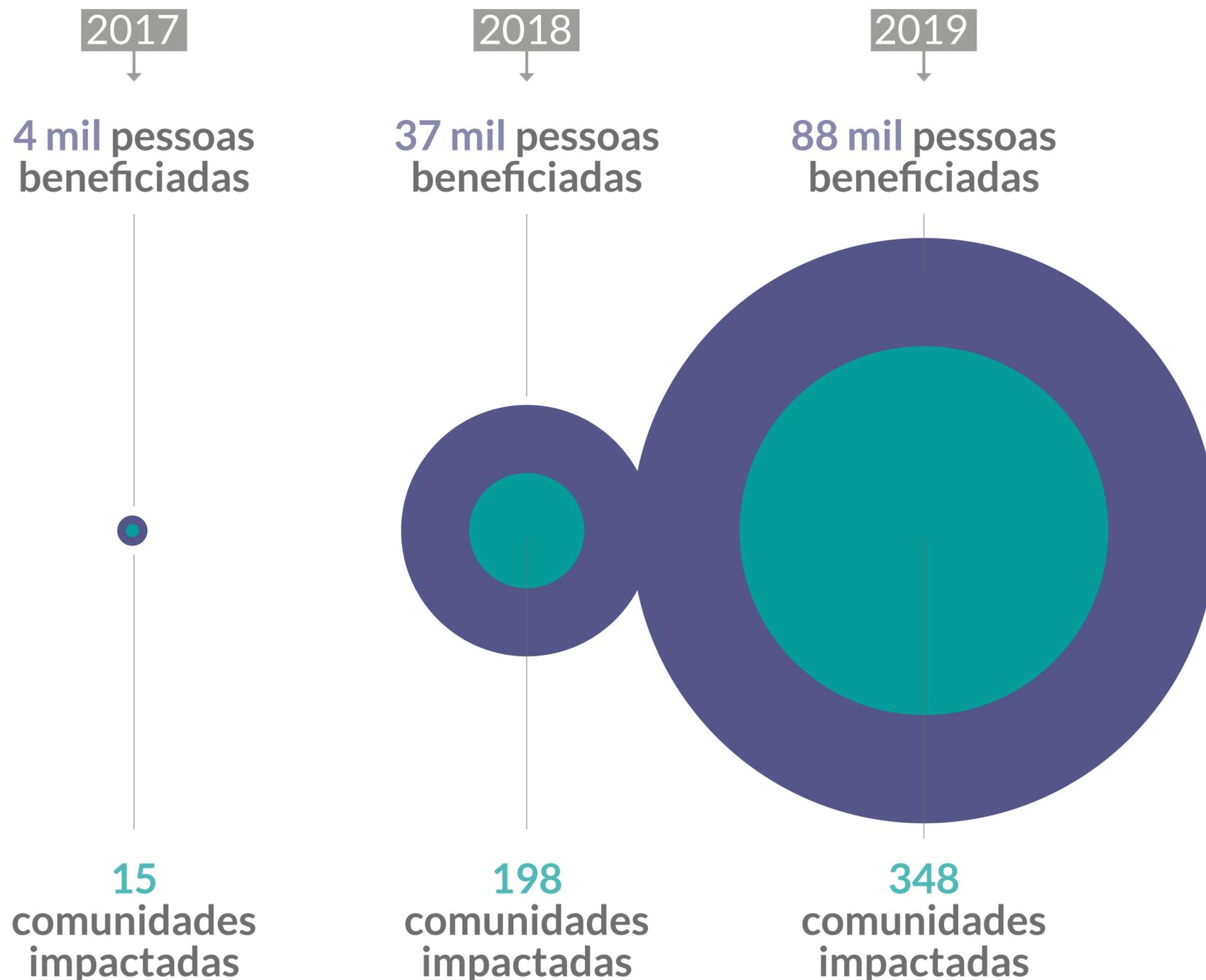
Foi para ampliar o acesso à água segura para as comunidades rurais de todo o país que surgiu o programa Água+Acesso (aguamaisacesso.com.br) – uma aliança inédita entre empresas, institutos e organizações da sociedade civil, num total de 15 parceiros.



2019

GRI 303-4

Balanço da Aliança Água+Acesso



Três anos depois de criada, a Aliança Água+Acesso beneficiou 88 mil pessoas diretamente em 348 localidades de oito estados brasileiros espalhados pelas regiões Norte, Nordeste e Sudeste. São eles: Amazonas, Pará, Ceará, Bahia, Pernambuco, Piauí, Espírito Santo e Minas Gerais. Até 2020, serão investidos R\$ 15 milhões no programa.

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

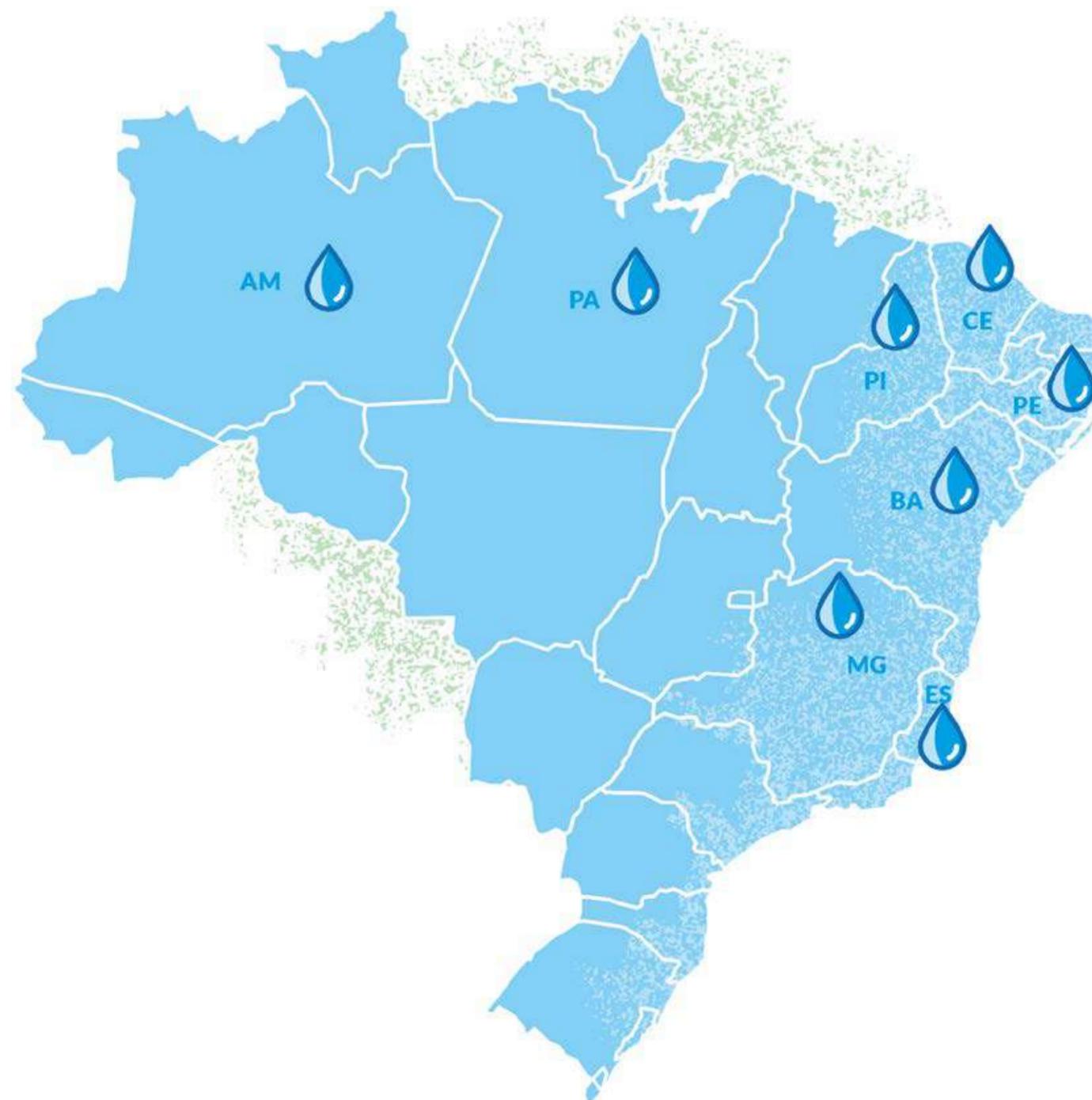
Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Aliança Água+Acesso pelo Brasil

Dado o tamanho e a complexidade do desafio da democratização do acesso à água, e indo ao encontro da agenda 2030 das Nações Unidas (ONU), que prevê a “disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todas e todos”, a Aliança Água+Acesso fez um autodiagnóstico do programa em 2019.



Durante o segundo semestre do ano passado, parceiros e comunidades construíram o “Marco Conceitual e o Instrumento de Autodiagnóstico”, um documento de avaliação da sustentabilidade dos modelos de gestão comunitária da água.

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

FOTO: WANDER ROBERTO



Mensagem
do presidente

Sobre este
relatório

Produção
e Consumo
conscientes

Perfil
corporativo

Embalagens

Saúde
e Nutrição

Recursos
humanos

Água

Mudança
climática

Diálogo e
Engajamento

Agricultura
sustentável

Saúde
e Segurança

Temas
materiais

Sumário de
conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Além de garantir o acesso à água segura para a população da área rural, os fabricantes Femsa, Leão, Solar e Brasal se uniram para instalar cinco pontos de hidratação para as comunidades do entorno de suas fábricas. Os bebedouros públicos também estão disponíveis para caminhoneiros que estejam passando pelo local onde estão instalados. São eles: Linhares (ES), Luziânia (GO), Potirendaba (SP), São Luis (MA) e Maceió (AL).





2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Água + Disponibilidade

A reposição hídrica viabilizada através de projetos de proteção e conservação de florestas e bacias de água apoiados pela Coca-Cola Brasil abrangem uma área equivalente a 103 mil campos de futebol através do programa Bolsa Floresta, que, em 2019, celebrou 10 anos de atuação e parceria entre a Coca-Cola Brasil e a Fundação Amazonas Sustentável, organização social que atua em mais de 500 comunidades de Unidades de Conservação em todo o estado do Amazonas.

Os beneficiários do Bolsa Floresta são remunerados para manter a floresta em pé – um serviço ambiental de suma importância para enfrentar as mudanças climáticas, especialmente na Amazônia, região que exerce papel crucial na regulação do clima do planeta.

Ao longo destes 10 anos de parceria com a Fundação Amazônia Sustentável (FAS), o Bolsa Floresta já ajudou a preservar 100 mil hectares da floresta, levando à redução de 75% do desmatamento das áreas mapeadas.



Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos



Em 2019 a FAS recebeu prêmio da Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco, na sigla em inglês) pelo seu trabalho na área de conservação ambiental. A organização internacional atua em mais de 500 comunidades de 16 unidades de conservação (UCs) do Amazonas.

Apesar de o Brasil ser rico em recursos hídricos, 80% da água doce do país estão concentrados na região Norte, onde moram apenas 5% da população. Nas áreas costeiras, onde vivem 45% dos brasileiros, se encontram apenas 3% de toda a água doce do Brasil, segundo dados da Agência Nacional de Águas (ANA).

O desequilíbrio hídrico do país levou a Coca-Cola Brasil, juntamente de outras empresas, a aderir à Coalizão Cidades pela Água, uma iniciativa da The Nature Conservancy (TNC).

O trabalho atinge 21 bacias hidrográficas que abastecem quase 63 milhões de pessoas em mais de 250 cidades brasileiras. A escassez hídrica já foi sentida na pele pelos moradores de 12 regiões metropolitanas do país.



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

CLIMA E ENERGIA



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

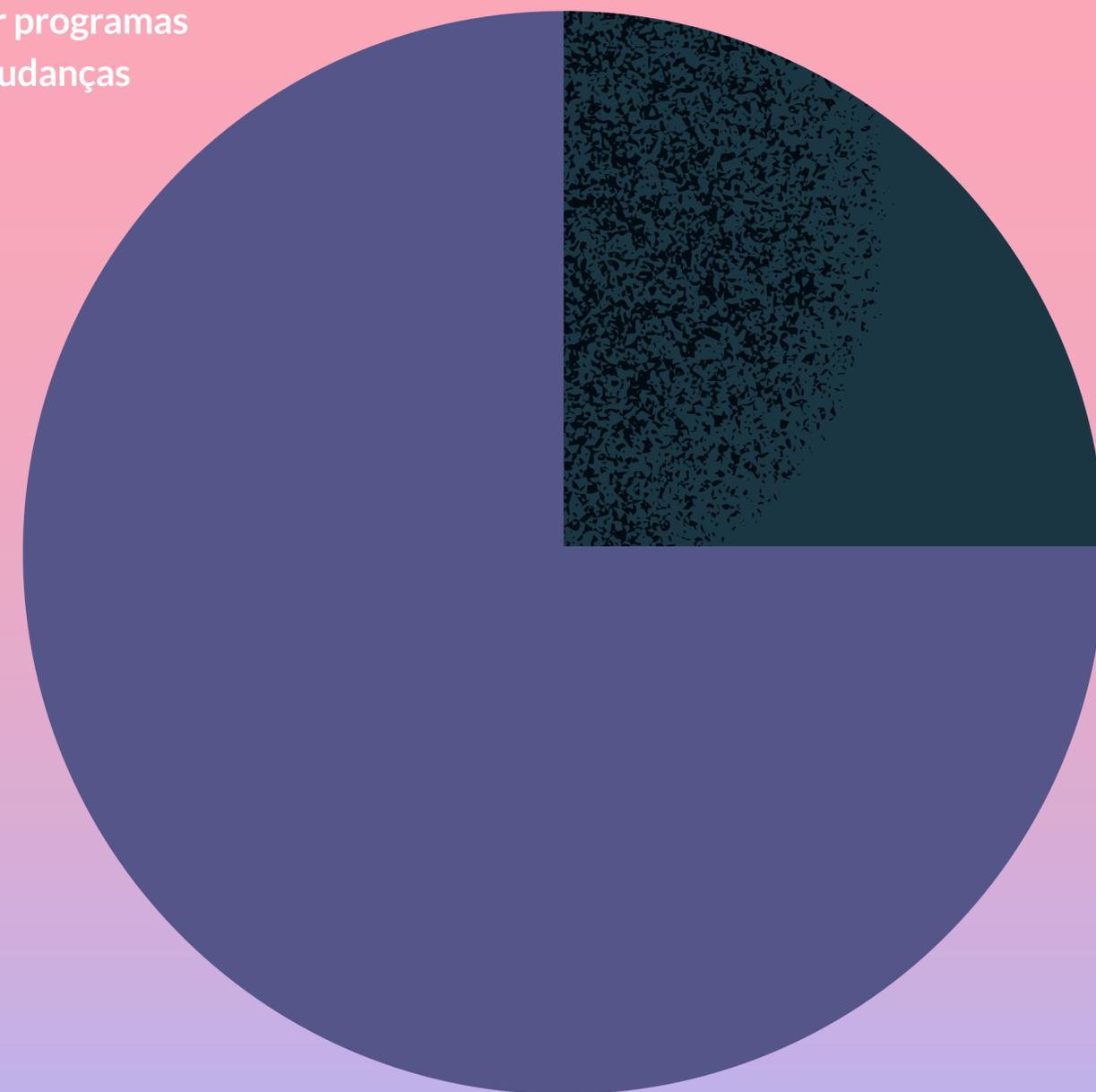
Créditos

Como uma das empresas signatárias do Programa Brasileiro GHG Protocol, a Coca-Cola Brasil vem fazendo seu inventário de emissões de gases de efeito estufa. A meta global, definida no programa Drink in Your Hands, é atingir uma redução de 25% das emissões de gases de efeito estufa até 2020, em relação às emissões de 2010.

O GHG Protocol foi criado em 1999 pelo World Resource Institute (WRI) e pelo World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). À época, o objetivo foi construir programas para o combate às mudanças climáticas. No Brasil, a ferramenta foi adaptada pela Fundação Getulio Vargas (FGV) com o intuito de estimular a cultura corporativa para a elaboração e publicação de inventários de emissões de gases de efeito estufa.

25%

é a meta de redução das emissões de gases de efeito estufa até 2020





2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Clima

Entre os anos de 2015 a 2018 as emissões totais do Sistema Coca-Cola Brasil foram reduzidas em 18% e o maior impacto foi registrado na produção, que teve redução de 45%.

No ano de 2018 começamos a medir as emissões de GEE do Sistema Coca-Cola Brasil por meio do GHG Protocol. Nossas emissões de gases de efeito estufa somaram 229,5g de CO₂ equivalente por litro de bebida produzida, uma queda de 7,3% em relação a 2017. Os indicadores de emissões de gases de efeito estufa referentes a 2019 não haviam sido coletados até o fechamento deste relatório.

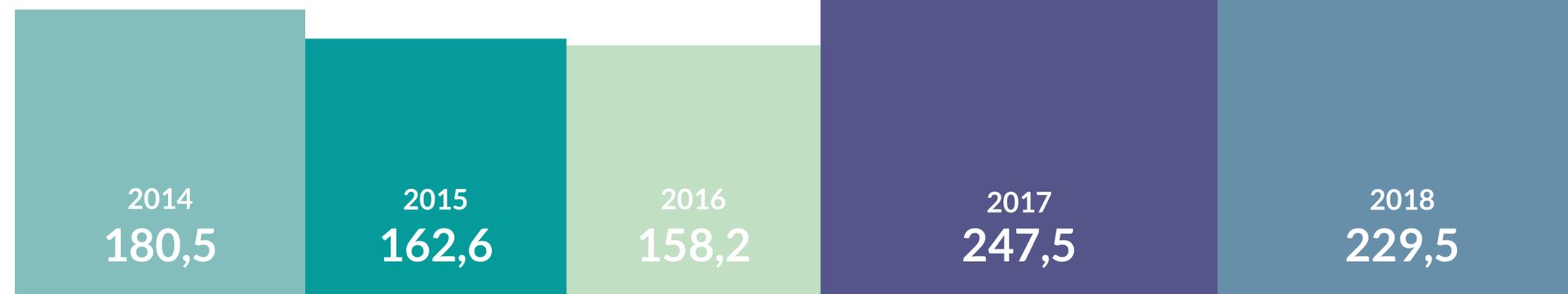
18%

foi a redução das emissões totais entre 2015 e 2018

GRI 305-4

Intensidade de emissões de GEE

Em (CO₂ e/litro)



Energia

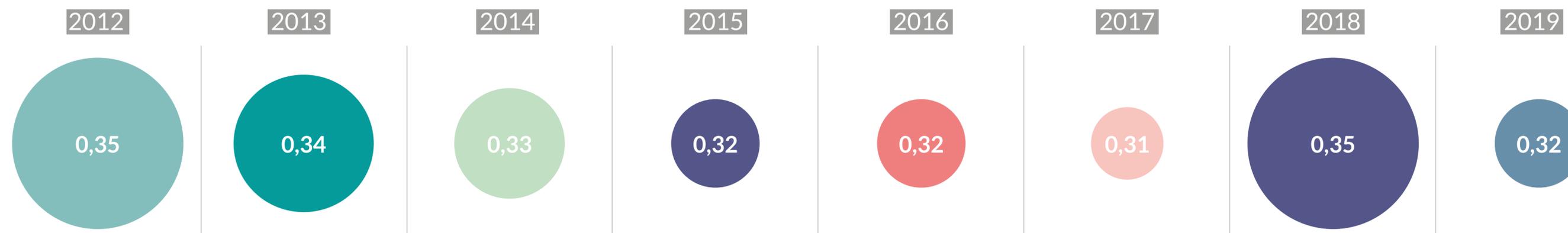
Gerir o uso de energia faz bem para os negócios e para o combate às mudanças climáticas. Fechamos o ano de 2019 superando a meta de eficiência energética autoimposta: 0,32 Mega Joules por litro (MJ/l) contra a meta preestabelecida de 0,34 MJ/l, o que significou uma redução da intensidade energética de 9,8% em relação ao ano anterior.

O indicador de uso de energia levou em consideração o volume total consumido no ano para produzir um litro de bebida. A base de cálculo considerou três diferentes fontes energéticas: combustíveis, eletricidade e cogeração. Dos 2,99 bilhões de Mega Joules de energia consumidos pelo Sistema Coca-Cola Brasil em 2019, 24% vieram de fontes renováveis.

GRI 302-3

Intensidade energética total

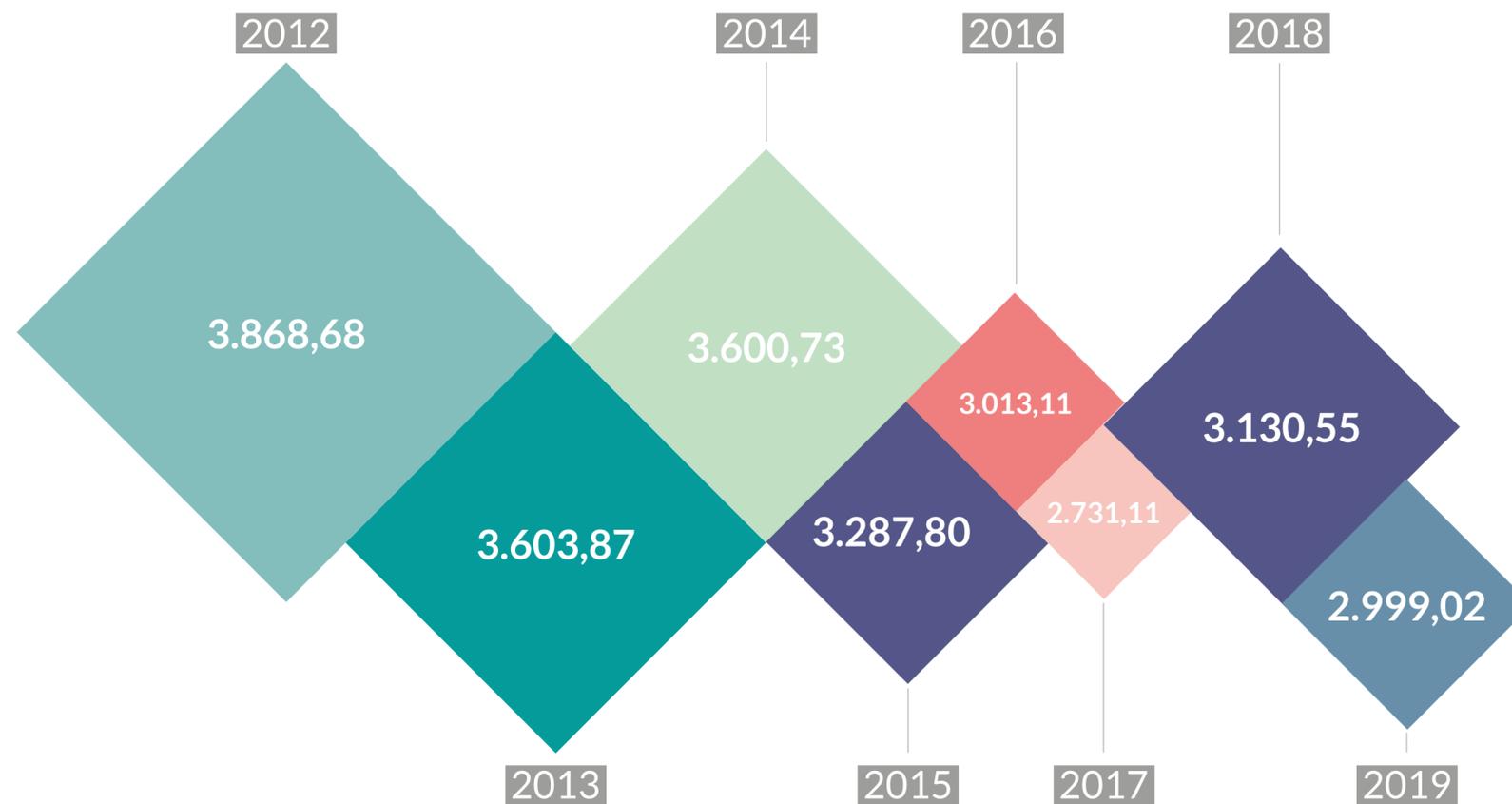
Em (Mj/L)



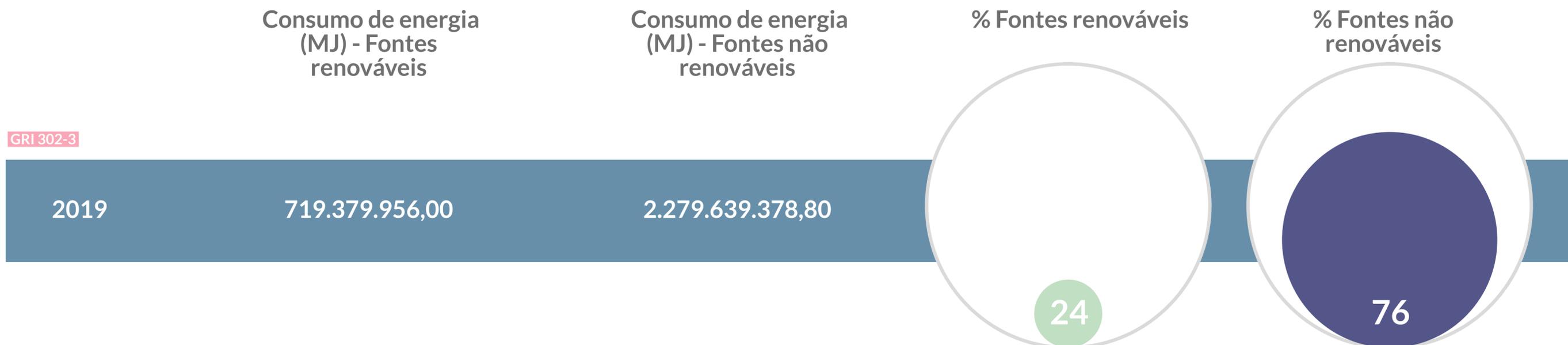
GRI 302-3

Consumo de energia

Em milhão MJ



GRI 302-3



O volume total de energia consumida no ano passado foi 4,2% menor que no ano anterior. De 2013 a 2019, obtivemos uma redução do consumo de energia de 22,5% – a maior queda registrada nos últimos seis anos. Os indicadores de eficiência energética da Coca-Cola Brasil sofreram auditoria interna relacionada à ISO.

A primeira fábrica do país a receber a certificação LEED, um atestado de que a construção segue rigorosos padrões de sustentabilidade, foi a Fábrica Fazenda Rio Grande, da Leão Alimentos e Bebidas, no Paraná.



Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Na Coca-Cola Femsa, as unidades de Itabirito (MG) e de Jundiaí (SP) são abastecidas por um sistema de cogeração. Inaugurada em 2015 a fábrica mineira já nasceu verde enquanto a do interior de São Paulo trabalha há pouco mais de 15 anos com cogeração.

Nas duas fábricas, a pegada de carbono vem sendo praticamente zerada, dado que todo o CO₂ proveniente da queima do gás natural é capturado. O consumo médio de energia em Itabirito varia de 1,5 mil megawatts/hora a 2 mil megawatts/hora, enquanto deixam de ser emitidos para a atmosfera 273 toneladas de CO₂ equivalentes. Em Jundiaí, o volume médio de energia elétrica consumido é de 5 mil megawatts/hora e a redução das emissões de gases de efeito estufa corresponde a 910 toneladas de CO₂ equivalente.





2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

CULTURA DO DIÁLOGO

CONSTRUINDO PONTES

O Sistema Coca-Cola Brasil mantém uma escuta ativa, o que nos leva a adaptar o negócio à medida que dialogamos com os nossos públicos de interesse. Em 2019 estivemos presentes na Conferência Ethos 360 e na Conferência de Sustentabilidade 2019 da Amcham.





2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

FOTO: MARCELO FEIJÓ



Reunião na sede da Coca-Cola Brasil com as equipes de gerenciamento da área de Quality, safety and environment (QSE)

NOVA FORMA DE ESCUTA

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos



**Dialogar
com todos.**

Escuta ativa.

**Colocar-se
disponível.**

**Empatia
com quem
discorda.**

**Presença
em espaços
inesperados.**



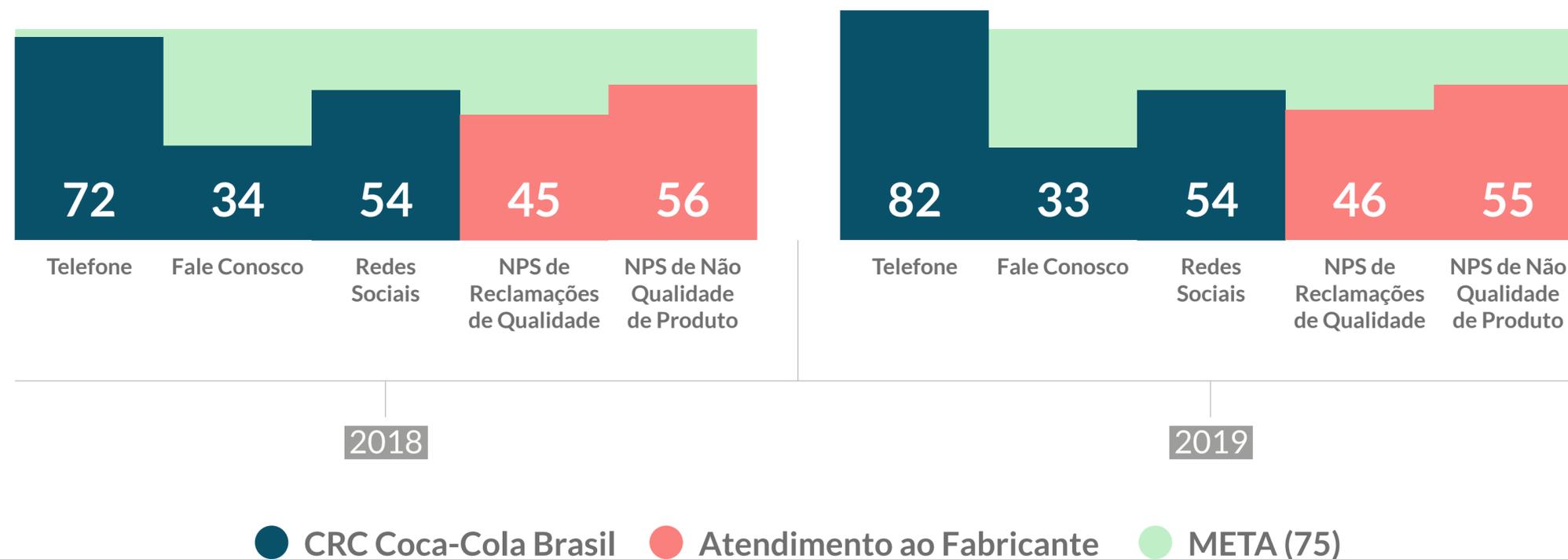
Todos os fabricantes do Sistema Coca-Cola Brasil têm projetos de desenvolvimento local, que juntos impactaram a vida de 227.985 pessoas em 2019. E 92% deles têm algum tipo de envolvimento com a comunidade do seu entorno.

CLIENTE EM PRIMEIRO LUGAR

Sistema Coca-Cola Brasil mede a satisfação do cliente através do Centro de Relacionamento com o Consumidor (CRC). Na pesquisa feita pelo telefone para checar o índice de satisfação, ficamos acima da meta: 82 contra 75. Nos canais escritos, como Fale Conosco e Redes Sociais, os índices não atingiram a meta.

GRI 102-43 + GRI 102-44

Resultados de pesquisas de satisfação do cliente (NPS)



GRI 102-43 + GRI 102-44

Top Two Box



No indicador Top Two Box (muito satisfeito e satisfeito) a meta também não foi atingida.



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

DO CAMPO À MESA

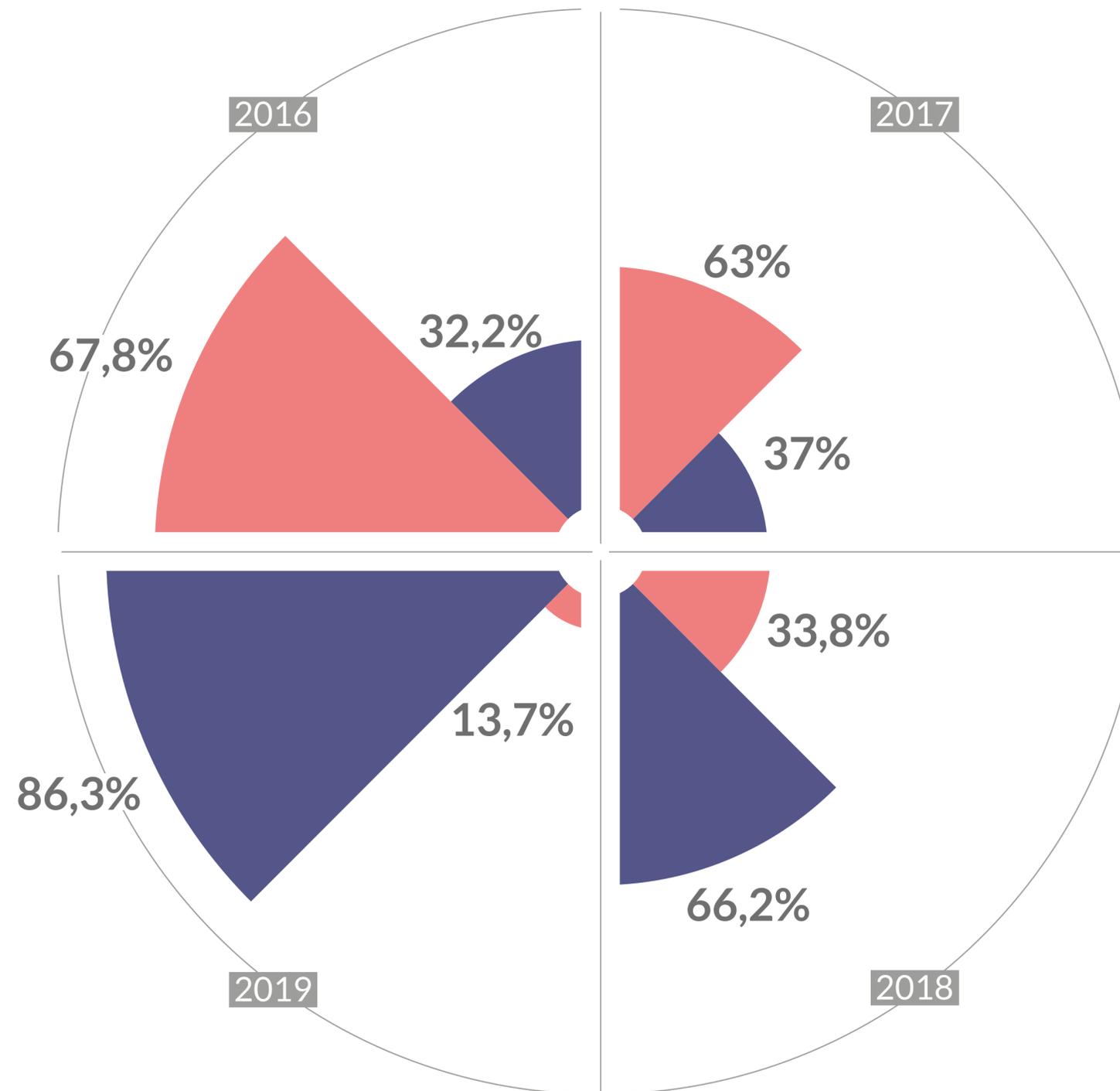
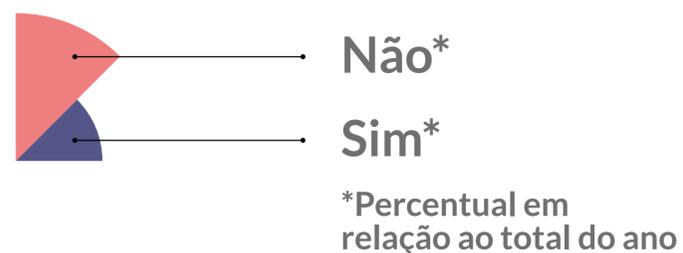


Como grande comprador de insumos agrícolas, impossível dissociar a produção do Sistema Coca-Cola Brasil do campo. É de lá que vêm as principais matérias-primas agrícolas das nossas bebidas: erva-mate, ervas, flores e frutas, leite, soja e açúcar — um dos elos mais importantes da nossa cadeia de valor.

Em 2019, 34 fornecedores de açúcar fizeram parte da rede de insumos, dois a mais do que no ano anterior.

Volume de produtos comprados em acordo com o padrão Bonsucro

(Em %)



- Mensagem do presidente
- Sobre este relatório
- Produção e Consumo conscientes
- Perfil corporativo
- Embalagens
- Saúde e Nutrição
- Recursos humanos
- Água
- Mudança climática
- Diálogo e Engajamento
- Agricultura sustentável**
- Saúde e Segurança
- Temas materiais
- Sumário de conteúdo GRI
- A pandemia
- Créditos

Do total de açúcar comprado pelo Sistema Coca-Cola Brasil em 2019, 86,3% do volume tinham certificação internacional Bonsucro – um mecanismo global que garante a responsabilidade socioambiental dos produtos de cana consumidos, comprovando que eles cumprem com padrões rigorosos de qualidade e normas internacionais de produção sustentável e ambientalmente responsável.

A meta de utilizar 80% de açúcar certificado até 2020 foi superada no ano passado, comprovando o compromisso da companhia de atingir a sustentabilidade no setor sucroalcooleiro.

A cadeia de fornecedores da Coca-Cola Brasil é definida com base nos Princípios de Conduta para o Fornecedor (SGP, na sigla em inglês).

A meta da companhia é atingir resultados verde/amarelo para as auditorias de Qualidade e de Responsabilidade Social.



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

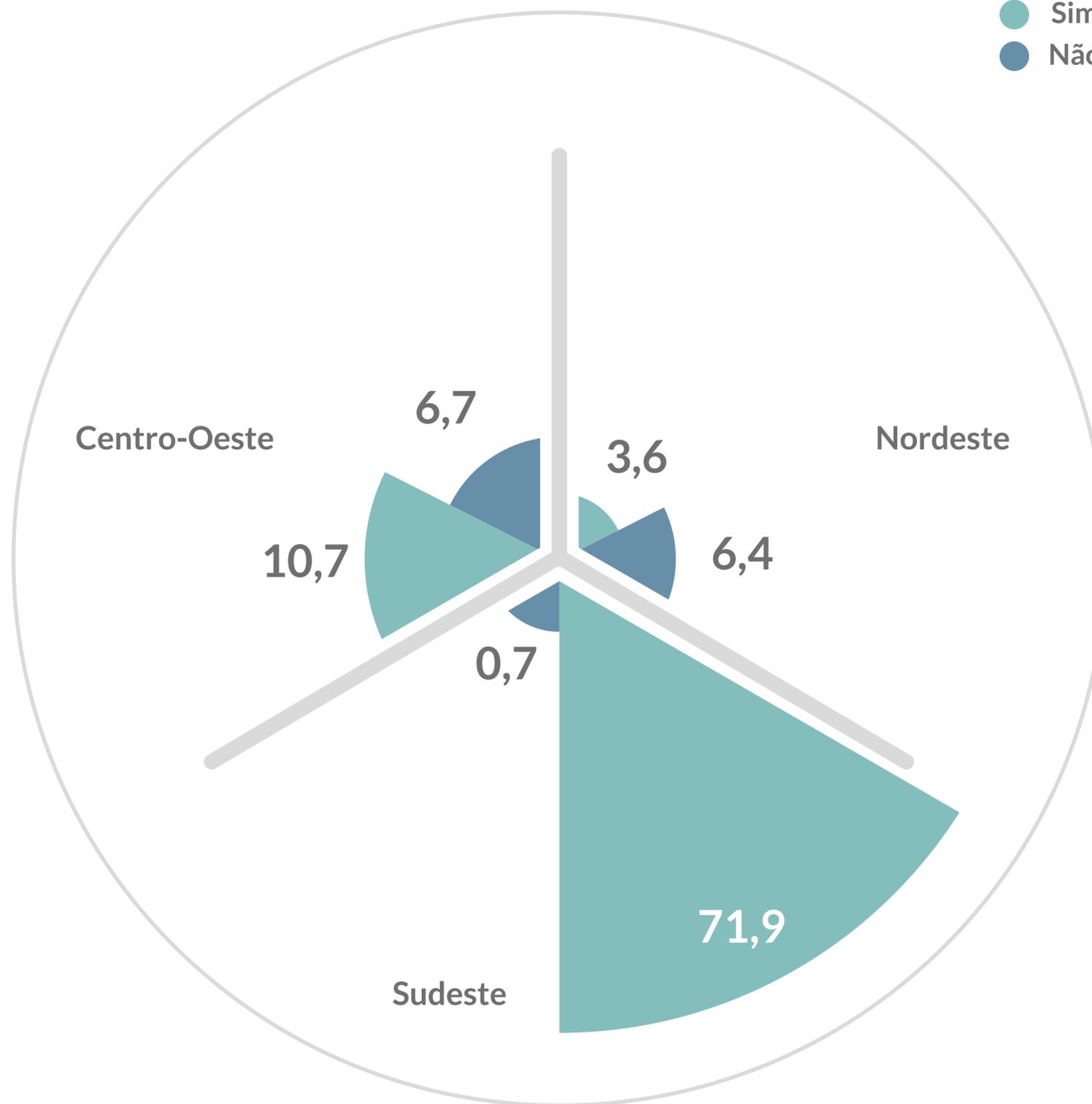
A pandemia

Créditos

GRI FP2

Abertura dos percentuais de certificação Bonsucro de 2019 por região

● Sim
● Não





2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

FOTO: MIRIAN FICHTNER



SOJA

FOTO: MIRIAN FICHTNER



São 3.045 toneladas de sementes consumidas anualmente, entre soja, coco e amêndoas. Toda a soja que é consumida tem origem não-transgênica. O insumo conta com a certificação Mesa Redonda sobre Soja Responsável (RTRS, na sigla em inglês), um atestado de que a produção de soja é ambientalmente correta, socialmente justa e economicamente viável.

Enquanto a soja é comprada no Brasil, em Minas Gerais, os fornecedores de sementes de amêndoa e de coco são norte-americanos e asiáticos. A amêndoa é importada da Califórnia, nos Estados Unidos, e o coco vem da Indonésia e da Tailândia.

Os produtos da marca AdeS são vendidos com o selo FSC (Forest Stewardship Council ou Conselho de Manejo Florestal). Isso significa que toda a embalagem é produto de boas práticas de manejo florestal, conforme princípios e critérios que conciliam fatores ecológicos, benefícios sociais e viabilidade econômica.

A AdeS tem atuado fortemente com investimentos para proporcionar o desenvolvimento da categoria de bebidas vegetais. É que o mercado vem crescendo a uma taxa de dois dígitos – tendência que deve perdurar até 2025. A marca vem contribuindo para o avanço da categoria, oferecendo produtos de alto valor nutricional com preços mais acessíveis entre as marcas da mesma categoria de mercado.

FOTO: INOVA FOTO





COCA-COLA BRASIL

2019

FOTO: BRUNO ZANARDO



GUARANÁ

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

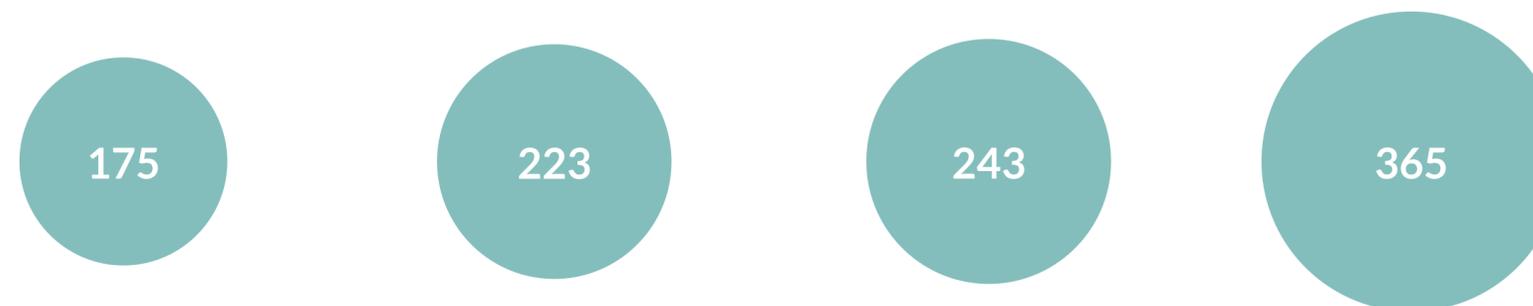
Créditos

Amazonas fornece todo o guaraná utilizado nas bebidas da Coca-Cola Brasil. Na base da cadeia, agricultores familiares de 14 municípios – Urucará, São Sebastião do Uatumã, Apuí, Novo Aripuanã, Maués, Manacapuru, Borba, Itapiranga, Silves, Canutama, Parintins, Autazes, Presidente Figueiredo e Iranduba –, comercializam a produção através de associações e cooperativas. Ao todo, 365 famílias de agricultores. A cadeia de produção do guaraná chega a 3.172 pessoas, incluindo produtores e terceiros contratados na colheita e no beneficiamento.

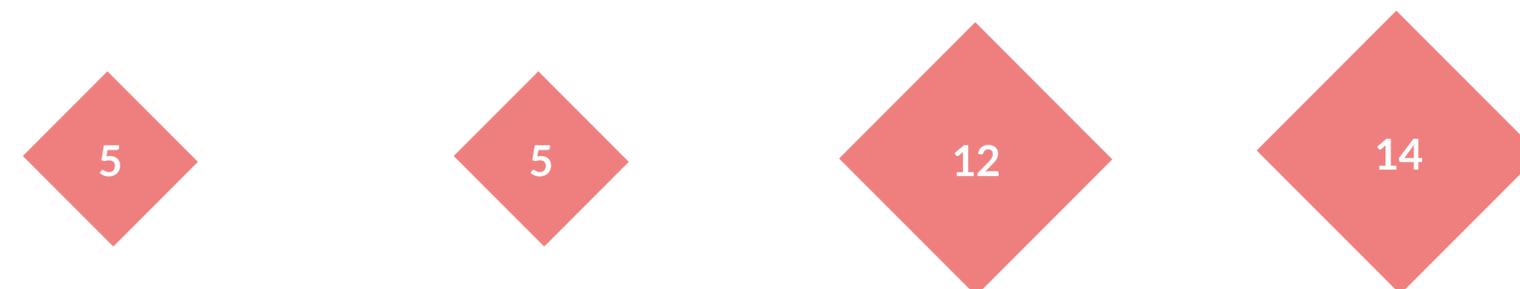


Evolução do fornecimento da produção de guaraná

NÚMERO DE FAMÍLIAS



NÚMERO DE MUNICÍPIOS



NÚMERO DE ASSOCIAÇÕES



2016

2017

2018

2019



Atuando em parceria com a ONG Imaflora (Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola), o programa Olhos da Floresta vem, há três anos, incentivando agricultores familiares da cadeia do guaraná no Amazonas com programas de inclusão social, geração de renda e uso racional dos recursos naturais.



PRESENÇA DA COCA-COLA NA CADEIA DE GUARANÁ

14
municípios

365
famílias

112
comunidades

3.172
(elos da cadeia)

Imaflora
4 anos de
inspeção:
100%



RESULTADOS

580 PRODUTORES CADASTRADOS

31% DOS PRODUTORES EM ÁREAS PROTEGIDAS

870 HECTARES DE ÁREAS DE PRODUÇÃO DE GUARANÁ



Com isso, a presença da Coca-Cola Brasil no maior estado brasileiro contribui para a geração de empregos, fortalecimento da cadeia produtiva, fomento de agricultura familiar e, ainda, proteção de bacias hidrográficas e o acesso à água por meio de ações com instituições parceiras.

Desde o início dos trabalhos já ampliamos de cinco para 14 municípios, e, hoje, estamos presentes em mais de 90% das áreas produtivas de guaraná do território amazonense. O impacto positivo desse trabalho chega a mais 112 comunidades nesses territórios.



Bruno Zanardo

“Com essa renda, conseguimos fazer nossa casa, garantir os estudos das nossas duas filhas e tirar o sustento da família. É algo muito significativo pra gente”

ROSIENE FONSECA, que, junto com o marido Antônio Carlos, produziu uma tonelada de guaraná em Uruará, no interior do Amazonas.

Com foco na sustentabilidade e no desenvolvimento econômico da região, os agricultores familiares são incentivados a adotar os Sistemas Agroflorestais (SAFs), um modelo alternativo de produção que combina culturas agrícolas e espécies florestais em um mesmo espaço, recuperando áreas degradadas. O trabalho desenvolvido pelas famílias envolve o cultivo do fruto, a colheita, o beneficiamento, o transporte, além dos insumos.

Do total da área de safra do guaraná em 2019, 31% foram colhidos em unidades de conversão, onde 82 famílias cuidam da preservação da floresta e, em troca, recebem a renda das suas colheitas de guaraná.





2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos



ERVA-MATE



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

FOTO: FÁBIO SEIXO

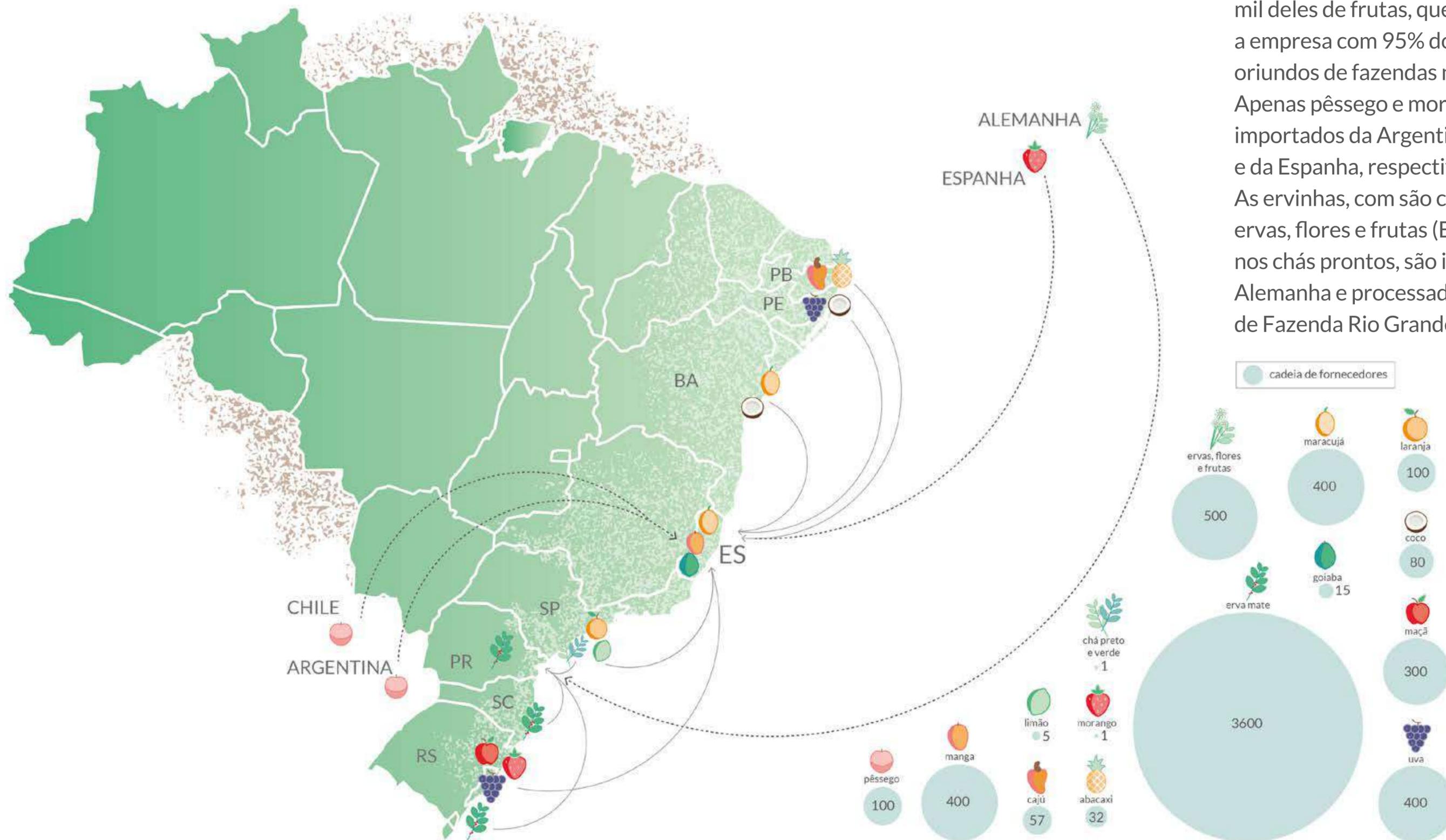


Entre os cerca de 3,7 mil agricultores familiares e a Leão Alimentos e Bebidas, 12 sapecadores concentram a produção de erva-mate que vem do campo à empresa. A produção de erva-mate está espalhada por Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

A Coca-Cola Brasil e a Leão Alimentos e Bebidas firmaram uma parceria com a Fundação Solidaridad, uma rede internacional que atua no desenvolvimento de cadeias de produção sustentáveis.

O projeto de três anos teve início em 2019 e tem como objetivo fortalecer a produção sustentável e responsável da erva-mate nos três estados do Sul do Brasil, auxiliando na transmissão de informação técnica e na avaliação de desempenho. Em 2019 foi feito um diagnóstico sobre as regiões e a cadeia de erva-mate inserida nesse contexto, e em 2020 seguiremos com o desenvolvimento local em parceria com ervateiras e instituições locais.

ROTA DAS FRUTAS, FLORES E ERVAS



São quase seis mil produtores na cadeia de fornecedores da Leão Alimentos e Bebidas, sendo dois mil deles de frutas, que alimentam a empresa com 95% dos insumos oriundos de fazendas no Brasil. Apenas pêsego e morango são importados da Argentina e do Chile, e da Espanha, respectivamente. As ervinhas, com são conhecidas as ervas, flores e frutas (EFFs) usadas nos chás prontos, são importadas da Alemanha e processadas no município de Fazenda Rio Grande, no Paraná.



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

FOTO: MIRIAN FICHTNER



café



Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

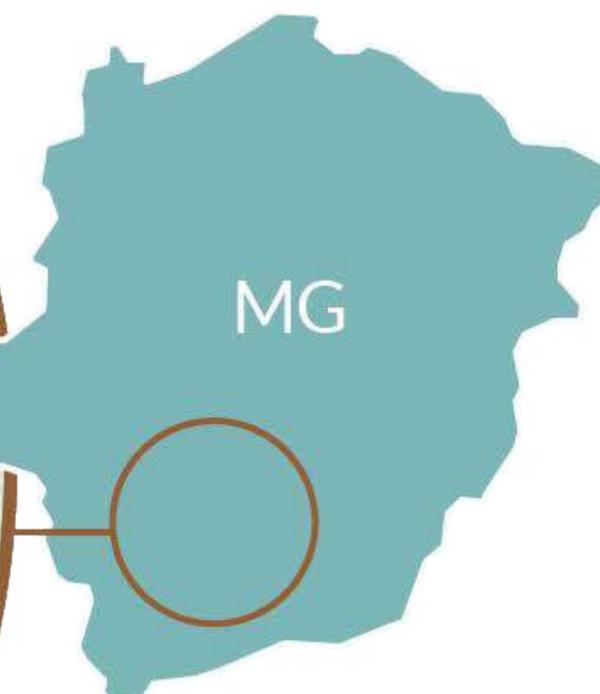
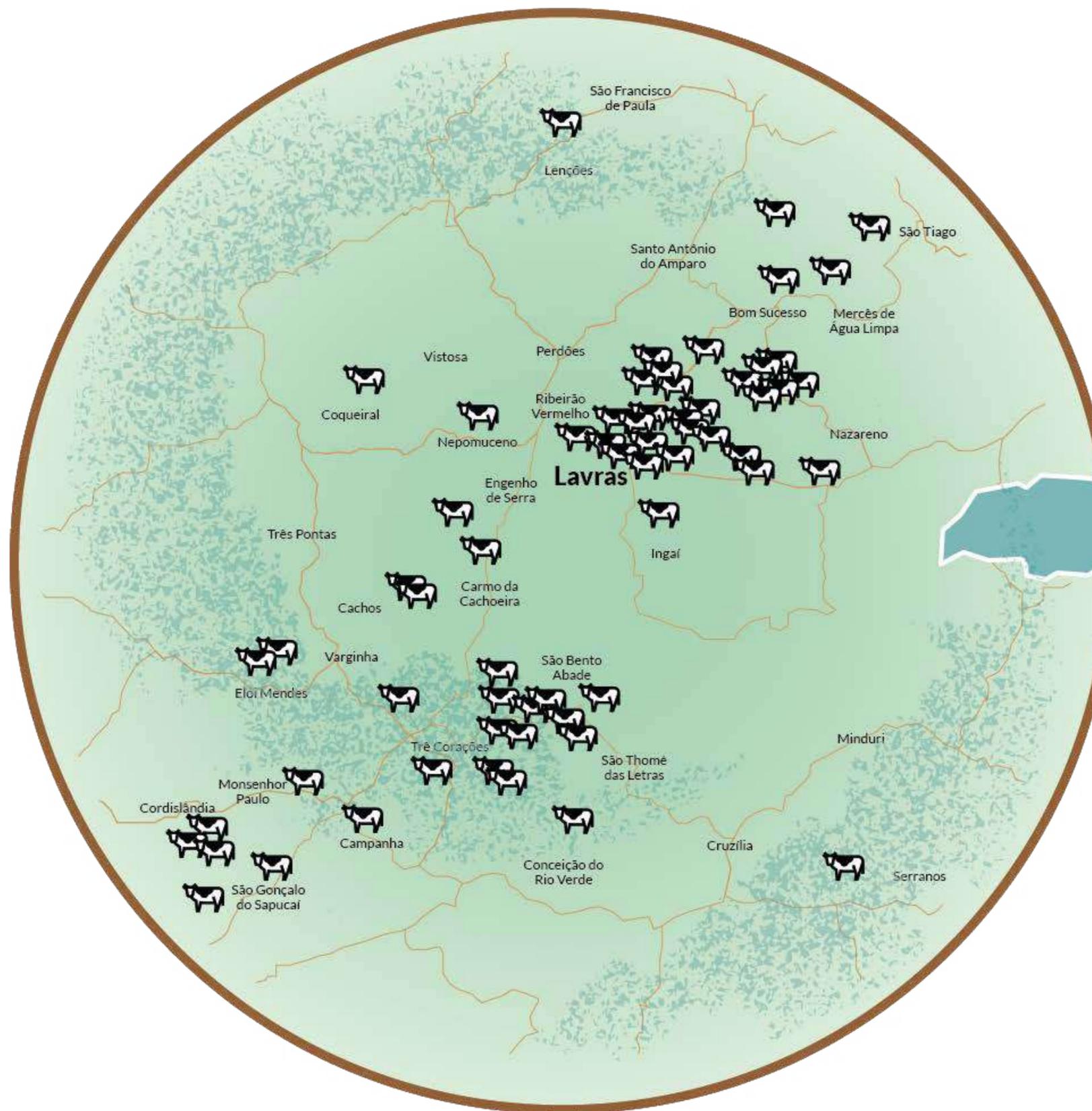
A pandemia

Créditos

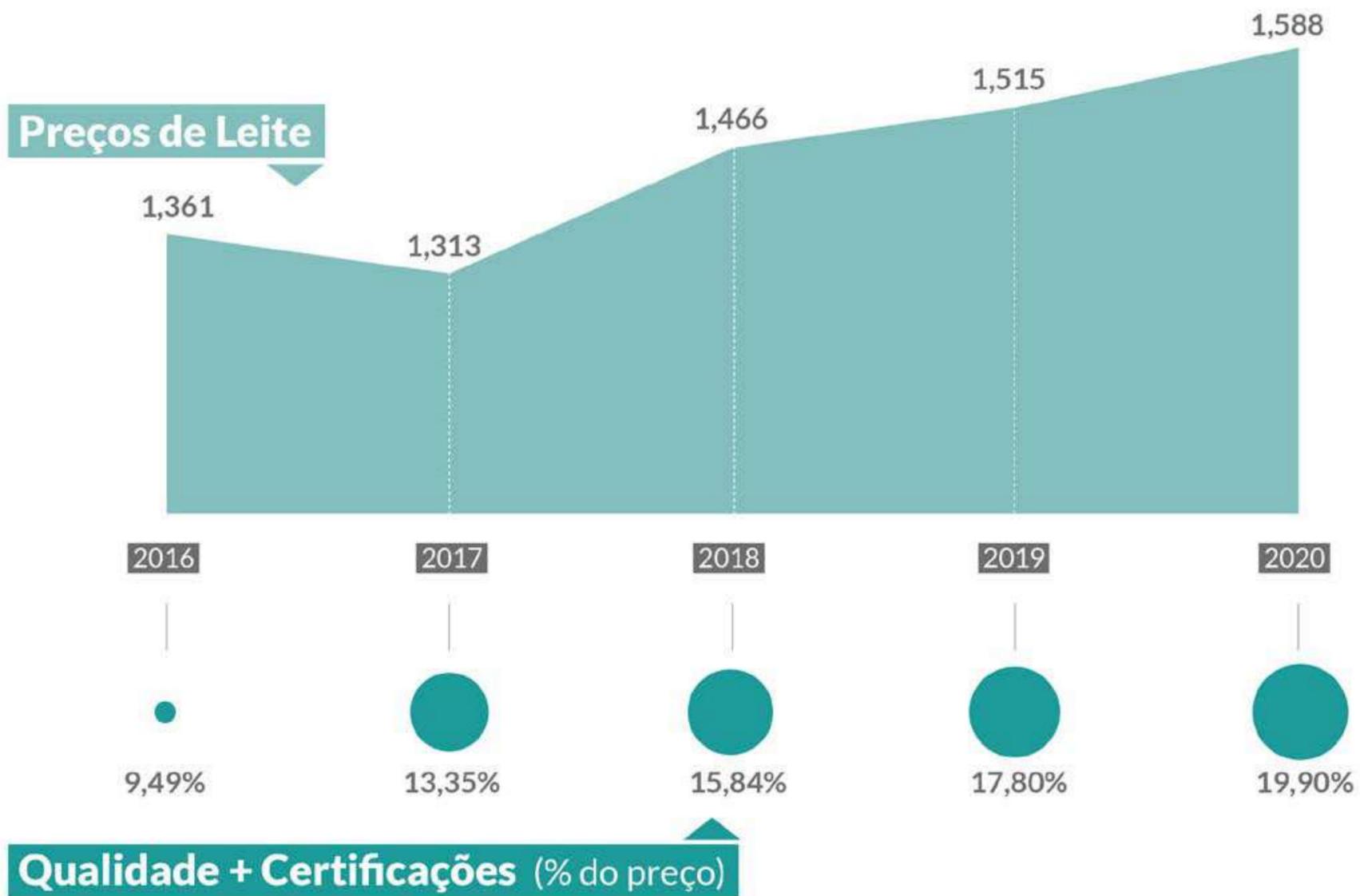
O principal insumo da Verde Campo, o leite tem um padrão microbiológico 30 vezes melhor do que a média brasileira, fruto de um trabalho de campo próximo, orientação contínua e parceria de longo prazo junto aos produtores.

A Contagem Bacteriana Total, que reflete a higiene de obtenção e conservação do leite, chega a 6 a 10 mil UFC/ml de média, atingindo assim padrões mais elevados de segurança de alimentos para o consumo após processamentos térmicos por sistemas de pasteurização, níveis bem menores do que o exigido pela legislação brasileira, que é de até 300 mil UFC/ml.

CADEIA PRODUTIVA DO LEITE



Investindo pesado em tecnologia e inovação para atingir o propósito de ser uma marca 100% de produtos sem conservantes, sem corantes ou aromas artificiais, um longo trabalho tem sido feito na cadeia produtiva: dos fornecedores à fábrica. Para atrair o pecuarista para seguir os padrões de qualidade impostos pela empresa, a companhia adotou um programa de bonificação que chega a pagar até 40% a mais em valor variável pelo produto.



Certificações

(% do leite certificado)

100%

BOAS PRÁTICAS DE PRODUÇÃO

100%

BEM ESTAR ANIMAL

99,12%

CONFORMIDADE SOCIAL

99,12%

MEIO AMBIENTE

Mirian Fichtner





COCA-COLA BRASIL

2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

SAÚDE OCUPACIONAL

A implementação de programas na área de saúde e segurança levou a Coca-Cola Brasil a reduzir em 57% os acidentes de trabalho ocupacionais nos últimos quatro anos. De 2015 a 2019, o número de acidentes com perda de tempo de trabalho caiu de 1.089 para 463. Esta é a primeira vez que os indicadores de Saúde e Segurança são incluídos no Relatório de Sustentabilidade da Coca-Cola Brasil. Os dados referentes ao ano de 2019 foram reportados de forma parcial e respondidos por três fabricantes (Andina, Femsa e Sorocaba Refrescos) e pelas empresas Leão Alimentos e Bebidas, e Verde Campo. Em relação aos regulamentos que resultaram em multas e penalidades, dois deles geraram advertência.



GRI 403-8

	Cobertos por esse sistema	Cobertos por um sistema que foi auditado internamente	Cobertos por um sistema que foi auditado ou certificado por uma parte externa	Total de funcionários e trabalhadores que não são funcionários considerados
2019	40.328,00	40,328,00	20.291,00	46,634,00
percentual	86%	86%	44%	

GRI 403-9

	Funcionários				Taxa (por MM de horas trabalhadas)		
	Mortes como resultado de lesões relacionadas ao trabalho	Lesões relacionadas ao trabalho de alta consequência (excluindo mortes)	Lesões registráveis relacionadas ao trabalho	Número de horas trabalhadas	Mortes como resultado de lesões relacionadas ao trabalho	Lesões relacionadas ao trabalho de alta sequência (excluindo mortes)	Lesões registráveis relacionadas ao trabalho
2019	-	52	501	104.383.634,23	-	0,50	4,80

GRI 403-9

	Trabalhadores que não são funcionários, mas cujo trabalho e/ou local de trabalho são controlados pela organização				Taxa (por MM de horas trabalhadas)		
	Mortes como resultado de lesões relacionadas ao trabalho	Lesões relacionadas ao trabalho de alta consequência (excluindo mortes)	Lesões registráveis relacionadas ao trabalho	Número de horas trabalhadas	Mortes como resultado de lesões relacionadas ao trabalho	Lesões relacionadas ao trabalho de alta sequência (excluindo mortes)	Lesões registráveis relacionadas ao trabalho
2019	-	0	133	246.728,29	-	-	5,39

GRI 403-10

	Fatalidade como resultado de problemas de saúde relacionados ao trabalho	Casos de problemas de saúde graves relacionados ao trabalho
2019	-	69

GRI 406-2

	Regulamentos que resultaram na aplicação de multa ou penalidade	Regulamentos que resultaram em advertência	Códigos voluntários
2019	2	0	0

GRI 403-10

	Trabalhadores que não são funcionários, mas cujo trabalho e/ou local de trabalho são controlados pela organização	
	Fatalidade como resultado de problemas de saúde relacionados ao trabalho	Casos de problemas de saúde graves relacionados ao trabalho
2019	0	0

*Abrangência: Andina, FEMSA, Leão, Solar, Sorocaba e Verde Campo



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

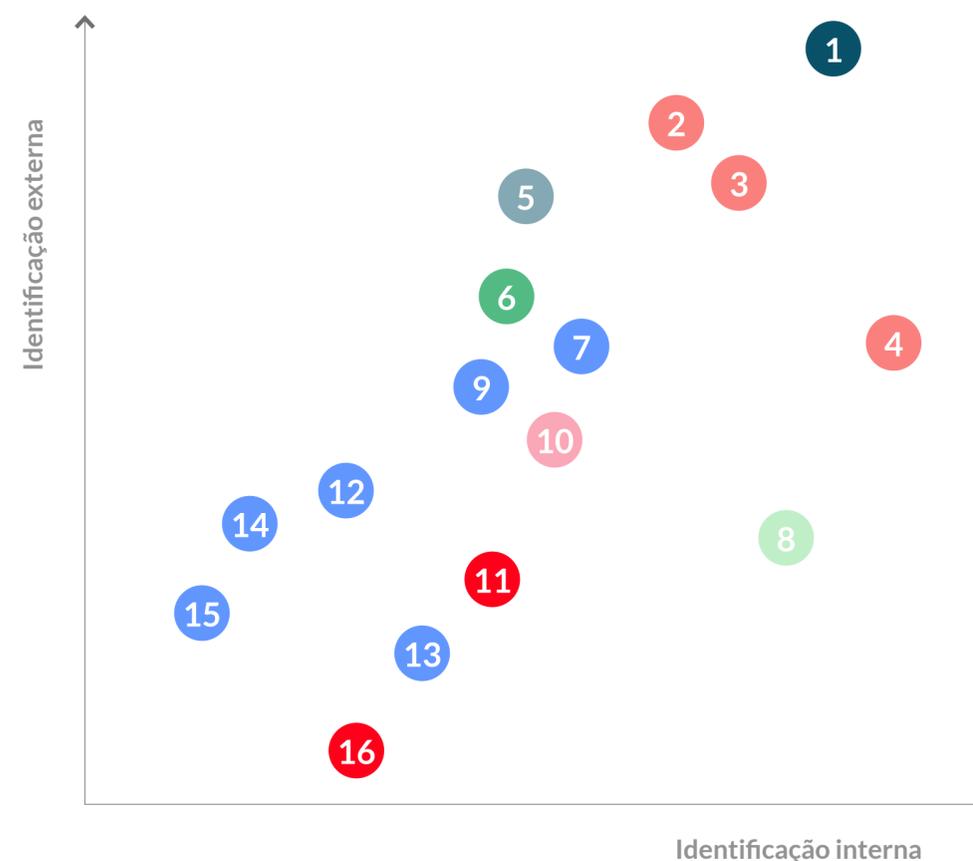
TEMAS MATERIAIS

Relatório de Sustentabilidade da Coca-Cola Brasil de 2019 manteve o mesmo processo da matriz de materialidade utilizado nos documentos referentes aos anos de 2016, 2017 e 2018. Este documento prestou contas ao atendimento aos princípios do Pacto Global da ONU.

A construção da Matriz de Materialidade da Coca-Cola Brasil foi baseada nos princípios recomendados por quatro instituições internacionais: Sustainability Accounting Standards Board (SASB), International Integrated Reporting Council (IIRC), Global Reporting Initiative (GRI) e World Economic Forum (WEF).

Os tópicos materiais considerados neste relatório:

MATRIZ DE MATERIALIDADE



- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1. Responsabilidade pela água | 9. Inovação e novos negócios |
| 2. Obesidade | 10. Energia e clima |
| 3. Transparência e rotulagem | 11. Pessoas |
| 4. Portfólio de produtos | 12. Papel das mulheres |
| 5. Diálogo e engajamento | 13. Taxação e subsídios |
| 6. Agricultura sustentável | 14. Hiperconectividade |
| 7. Marketing 2.0 | 15. Mobilidade urbana |
| 8. Embalagens | 16. Comunidades |



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

CONTEÚDO GERAL

INDICADOR	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ADERÊNCIA 2019
102-1	Nome da organização	The Coca-Cola Company	Integral
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	9	Integral
102-3	Localização da sede da empresa	Atlanta (EUA) – sede global/ Rio de Janeiro (BR) – sede Brasil	Integral
102-4	Localização das operações	9	Integral
102-5	Propriedade e forma jurídica	Companhia de natureza jurídica limitada (LTda.)	Integral
102-6	Mercados atendidos	9	Integral
102-7	Porte da organização	9 e 10 O investimento feito em 2019 se manteve em R\$ 3 bilhões.	Integral
102-8	Informações sobre empregados e outros trabalhadores	55, 56, 57 e 58	Integral
102-9	Cadeia de fornecedores	9 e 10	Integral
102-10	Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não houve aquisição em 2019	Integral
102-11	Princípio ou abordagem da precaução	As políticas da empresa consideram a aplicação do princípio da precaução.	Integral
102-12	Iniciativas externas	Princípio de Empoderamento das Mulheres (ONU),	Integral
102-13	Participação em associações	Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, Movimento Eles Por Elas (ONU Mulheres), Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (Instituto Ethos, Organização Internacional do Trabalho (OIT) e ONG Repórter Brasil), Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção (Instituto Ethos e Uniethos), Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), Pacto pela Aprendizagem / Trabalho infantil (Instituto Ethos), Carta de Adesão ao Fórum de Empresas e Direitos LGBT.	Integral

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

INDICADOR	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ADERÊNCIA 2019
102-14	Declaração do decisor mais graduado da organização	4 e 5	Integral
102-16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	15, 16 e 17 <p>Pautamos nossas ações em sólidos princípios e práticas empresariais que promovem nossa cultura forte, inovadora e colaborativa, comprometida com o comportamento ético, a responsabilidade e a transparência. O Código de Conduta Comercial orienta nossa postura empresarial, exigindo honestidade e integridade em todos os assuntos. Suas diretrizes aplicam-se a todos os associados e reforçam nossas responsabilidades com a empresa, entre nós mesmos, com os clientes, fornecedores, consumidores e governo.</p> <p>Respeitamos os Princípios de Direitos Humanos Internacionais, incluindo a Declaração de Direitos Humanos das Nações Unidas e a Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre os Princípios Fundamentais e Direitos no Trabalho. Esses valores corporativos estão formalizados na Declaração de Direitos Humanos da Empresa e na Política de Direitos no Local de Trabalho.</p> <p>O reconhecimento desses princípios internacionais é consistente com nossa dedicação para desenvolver o local de trabalho, respeitando todos os direitos humanos, preservando o meio ambiente e fortalecendo as comunidades, das localidades nas quais operamos.</p> <p>Entre as políticas que norteiam nossas ações, destacam-se os Princípios de Conduta para o Fornecedor, os Princípios Norteadores e Critérios da Agricultura Sustentável, Política de Marketing Responsável, Política de Nutrição e Rotulagem, Política Ambiental, Política de Direitos Humanos e Política Anticorrupção.</p>	Integral
102-18	Estrutura de governança	Nosso modelo de governança atribui ao presidente e aos vice-presidentes a condução dos negócios e a tomada de decisões mais relevantes, que incluem as questões de sustentabilidade. Eles são nomeados conforme as estratégias implementadas e se responsabilizam por zelar pela qualidade e integridade das exigências legais e regulamentares, pela atuação da empresa no País e pela qualidade dos sistemas de controle interno e de administração de riscos. Esse grupo compõe o nosso time executivo, que tem como missão definir as diretrizes estratégicas do negócio, em conjunto com os líderes dos fabricantes do sistema Coca-Cola Brasil. São realizados encontros regulares por ano com os funcionários para compartilhar resultados e estabelecer objetivos, além de rotinas de acompanhamento dos negócios. Essas reuniões têm a participação do presidente da companhia, Henrique Braun.	Integral
102-40	Lista de partes interessadas	101	Integral
102-41	Acordos de negociação coletiva	100% dos funcionários da Coca-Cola Brasil são cobertos por acordos de negociação coletiva.	Integral
102-42	Base para a identificação e seleção de partes interessadas para engajamento	Por meio de uma matriz de prioridades, definimos os temas a serem desenvolvidos, e, de acordo com o impacto no negócio e na sociedade, mapeamos os públicos a serem engajados. Nosso objetivo é aperfeiçoar cada vez mais essa forma de atuar.	Integral
102-43	Abordagem para o engajamento das partes interessadas	105 Mantivemos o engajamento com os stakeholders, principalmente através da Casa de Brasília.	Integral
102-44	Principais tópicos e preocupações levantadas	130	Integral
102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	9	Integral
102-46	Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos	Foi mantido o mesmo processo de Matriz de Materialidade utilizado nos Relatórios de 2016, 2017 e 2018.	Integral
102-47	Lista de tópicos materiais	130	Integral

INDICADOR	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ADERÊNCIA 2019
102-48	Reformulação de informações	O Relatório deste ano manteve o mesmo formato de engajamento com o Sistema feito no ano anterior, assim como a mesma materialidade. Este relatório prestou contas ao atendimento do princípio do Pacto Global da ONU e esteve alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.	Integral
102-49	Alterações em escopo e limites	Não houve alteração significativa de limite e temas materiais em relação a 2018. O relatório de 2019 está sendo reportado com base na Norma . O escopo de indicadores (conteúdos) permanece o mesmo, entretanto, pela primeira vez estamos reportando de forma parcial indicadores de Saúde e Segurança Ocupacional.	Integral
102-50	Período coberto pelo relatório	6	Integral
102-51	Data do último relatório	1º de janeiro de 2018 a 31 de dezembro de 2018	Integral
102-52	Ciclo de emissão de relatórios	Anual	Integral
102-53	Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	Para mais informações sobre as nossas ações em sustentabilidade, acesse www.cocacolabrasil.com.br . No caso de dúvidas ou comentários sobre o relatório, disponibilizamos o telefone 0800-0212121.	Integral
102-54	Declaração de elaboração do relatório de conformidade com Standards	6	Integral
102-55	Sumário de conteúdo	132	Integral
102-56	Verificação externa	6	Integral

CONTEÚDO TEMÁTICO AMBIENTAL

INDICADOR	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ADERÊNCIA 2019
MATERIAIS			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	20 Dentro das nossas operações controlamos e medimos sistematicamente os principais impactos diretos em relação a água, energia e resíduos. Operações do negócio (fabricação, distribuição e refrigeração dos produtos) e os aspectos impactados: energia, emissões, água, efluentes, resíduos e comunidades locais. Consumo e pós-consumo (venda, consumo e reciclagem dos produtos) - Aspectos impactados: saúde e segurança do consumidor, água, resíduos e comunidades locais. Cadeia de Fornecedores (insumos agrícolas e embalagens) - Aspectos impactados: direitos humanos, energia, emissões, saúde e segurança, água, uso da terra e comunidades locais.	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	20	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	20	Integral
301-1	Materiais usados por peso ou volume	21, 22 e 24	Integral
301-2	Materiais provenientes de reciclagem	22 e 24	Integral
ÁGUA			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	78	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	78	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	78	Integral
303-1	Interações com a água como um recurso compartilhado	81	Integral
303-3	Retirada de água	84	Integral
303-4	Descarte de água	83	Integral



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

INDICADOR	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ADERÊNCIA 2019
EFLUENTES E RESÍDUOS			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	81	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	81	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	81	Integral
EMISSÕES			
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Não coletado	Integral
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Não coletado	Integral
ENERGIA			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	94	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	94	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	94	Integral
302-3	Intensidade energética	96 e 97	Integral
AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	107	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	107	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	107	Integral
308-2	Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e ações tomadas	107	Integral

CONTEÚDO TEMÁTICO SOCIAL

INDICADOR	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ADERÊNCIA 2019
EMPREGO			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	57	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	57	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	57	Integral
401-1	Novas contratações de empregados e rotatividade de empregados	56 e 58	Integral
TREINAMENTO E EDUCAÇÃO			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	46	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	46	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	46	Integral
404-1	Média de horas de treinamento por ano, por empregado	60	Integral
404-3	Percentual de empregados que recebem regularmente avaliações de desempenho e de desenvolvimento de carreira	59	Integral
DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	51	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	51	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	51	Integral
COMUNIDADES LOCAIS			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	62	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	62	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	62	Integral

INDICADOR	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ADERÊNCIA 2019
413-1	Operações com engajamento da comunidade local, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento	Um total de 70 iniciativas, entre programas de desenvolvimento local e envolvimento comunitário. Desenvolvimento local – 227,9 mil pessoas impactadas – 100% dos fabricantes Envolvimento comunitário – 170,1 mil pessoas impactadas – 92% dos fabricantes Avaliação de impactos: número indeterminado de beneficiados (2 programas) - 8% dos fabricantes.	Integral
AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	107	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	107	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	107	Integral
414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	108	Integral
MARKETING E ROTULAGEM			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	41	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	41	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	41	Integral
417-1	Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	41 e 106	Integral
417-2	Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	A Coca-Cola Brasil foi multada em R\$ 9.652,50, pelo IPEM/SP, devido à não conformidade verificada em produto durante fiscalização. A Vigilância Sanitária (Visa) do Distrito Federal (DF) solicitou a adequação do rótulo de produto (água de coco) para inclusão de frase referente ao modo de conservação destacando o perigo à saúde do consumidor caso não observadas as orientações de conservação.	Integral
SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL			
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	57	Integral
103-2	Forma de gestão e seus componentes	57	Integral
103-3	Avaliação da forma de gestão	57	Integral
401-1	Novas contratações de empregados e rotatividade de empregados	59 e 60	Integral

INDICADOR	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ADERÊNCIA 2019
403-1	Sistema de gestão de segurança e saúde ocupacional	Os sistemas de gestão de saúde e segurança ocupacional dos fabricantes seguem todos os padrões técnicos e requisitos Kore (elaborado especificamente para suas atividades e que incorpora normas reguladoras e requisitos que vão além das certificações ISO).	Parcial
403-2	Identificação de perigos, avaliação de riscos e investigação de incidentes	Os fabricantes dispõem de metodologias, ferramentas e dispositivos para avaliações de perigos e riscos internos e externos, como LTCAT (Laudo Técnico das Condições do Ambiente de Trabalho) – Andina; LPR (Levantamento de Perigos e Riscos) e matriz de risco interna – Fems; LAPID (Levantamento de Aspectos, Perigos, Impactos e Danos) – Solar; POP-COR-SSO-0001 (Procedimento interno que dispõe sobre metodologia para identificar e avaliar riscos e perigos) – Leão.	Parcial
403-3	Trabalhadores com alta incidência ou alto risco de doenças relacionadas à sua ocupação	O sistema Andina Brasil conta com a assessoria externa na elaboração de seus laudos, aperfeiçoa a mão de obra técnica interna na percepção e levantamento de Perigos e Riscos, seja ela da área de gestão de SSO, seja ela para outros grupos de colaboradores internos. A Fems possui gerente de saúde, profissional que coordena as ações de forma centralizado visando as padronizações e práticas de minimização de risco. Além disso, toda gestão ocupacional é feita pelo sistema de gestão FAP Online. A Solar tem em seu quadro de colaboradores médicos do trabalho e técnicos de enfermagem, enfermeiro e coordenador de pessoas e organização, com suas atividades voltadas para a gestão de Saúde Ocupacional. Os serviços de saúde ocupacional de Sorocaba contribuem na identificação e mitigação dos riscos através da realização de exames específicos de algumas atividades de risco. Os serviços de saúde ocupacional da Leão possuem as seguintes responsabilidades: Elaboração de PCMSO e Avaliações de Saúde periódicas, além dos serviços preconizados em lei. Além da Cipa, a Verde Campo possui três técnicos de segurança, um engenheiro de Segurança do Trabalho e uma médica do Trabalho.	Parcial
403-4	Participação, consulta e comunicação dos trabalhadores sobre saúde e segurança ocupacional	Os fabricantes possuem sistemas de comunicação interna que visam à sensibilização, conscientização e treinamento quanto aos processos de Saúde e Segurança Operacional. Incentivando também a participação dos colaboradores através dispositivos de relatos de desvios e incidentes, utilizando também a CIPA para consultas e mudanças do Sistema de Gestão SST.	Parcial
403-5	Treinamento de trabalhadores em saúde e segurança ocupacional	Os fabricantes possuem regras gerais de segurança, treinamentos gerais como formação de CIPA, integração, regras básicas de segurança, brigada de emergência, uso correto de EPI, ergonomia, percepção de risco, além de treinamentos para funções específicas que são executadas dentro das fábricas como trabalhos a quente, trabalhos com eletricidade, direção defensiva, trabalho em altura.	Parcial
403-6	Promoção da saúde do trabalhador	Andina, Fems, Solar, Sorocaba e Verde Campo contam com serviços de Saúde Assistencial. Os profissionais de Saúde e Segurança Ocupacional divulgam dicas de saúde e vacinação. A empresa dispõe de ginástica laboral em todos os centros. A Solar oferece serviços de telemedicina e disponibiliza o programa Gympass. A Sorocaba disponibiliza, a todos os trabalhadores que tenham interesse, o Convênio Médico (Unimed) e Odontológico (Bradesco) com uma pequena coparticipação dos trabalhadores. A Leão possui um Programa de Qualidade de Vida e a empresa realiza campanhas de vacinação e conscientização ao longo do ano.	Parcial
403-7	Prevenção e mitigação de impactos na segurança e saúde ocupacional diretamente vinculados por relações comerciais	Há diretrizes e responsabilidades para o gerenciamento de acidentes e incidentes dentre os fabricantes. Cada fabricante possui sua gestão interna visando a eliminar perigos e minimizar riscos dentro das operações, conforme práticas estabelecidas por normas como ISSO 9001:2015 e OHSAS 18001:2007, procedimentos e programas internos da estrutura de Saúde e Segurança Ocupacional e requisitos legais.	Parcial
403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional	130	Parcial
403-9	Lesões relacionadas ao trabalho	130	Parcial
403-10	Doença relacionada ao trabalho	130	Parcial



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

INDICADOR	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ADERÊNCIA 2019
PRÁTICAS DE SEGURANÇA			
410-1	Pessoal de segurança treinado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	Os fabricantes Andina, Femsa e Solar têm 100% do pessoal de segurança treinado em políticas ou procedimentos de direitos humanos.	Parcial
SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE			

416-1	Avaliação dos impactos de saúde e segurança de categorias de produtos e serviços	129	Parcial
416-2	Casos de não conformidade relativos a impactos na saúde e segurança de categorias de produtos e serviços	129	Parcial

CONTEÚDO TEMÁTICO INDÚSTRIA DE ALIMENTOS (FOOD PROCESSING)

INDICADOR	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ADERÊNCIA 2019
PRÁTICAS DE COMPRA			
G4-FP2	Percentual do volume adquirido que comprovadamente está de acordo com normas de produção confiáveis, responsáveis e reconhecidas internacionalmente, discriminado por tipo	108 e 110	Integral
G4-FP5	Percentual do volume de produtos fabricados em locais certificados por terceiros independentes, de acordo com sistema de normas de gestão de segurança alimentar, internacionalmente reconhecido	40 e 110	Integral
G4-FP6	Percentual do volume total de vendas de produtos de consumo, por categoria de produto, com quantidade reduzida de gorduras saturadas, gorduras trans, sódio e açúcares adicionados	38, 40, 108 e 110	Parcial
G4-FP7	Percentual do volume total de vendas de produtos de consumo, por categoria de produto, que contêm maior quantidade de ingredientes nutritivos, como fibras, vitaminas, minerais, fitoquímicos e aditivos alimentares funcionais	38	Parcial

O novo normal

Fazia duas semanas que os indicadores do Relatório de Sustentabilidade 2019 começavam a ser levantados.

A decretação da pandemia do novo coronavírus colocou tudo em xeque: a forma com que nos relacionamos com a família, o trabalho, os amigos e os negócios.

Fomos uma das primeiras empresas a colocar todos os funcionários trabalhando remotamente. Tiramos do ar todas as campanhas publicitárias, criamos parcerias e engrossamos os diversos movimentos de solidariedade durante o período de isolamento social.

Com uma longa e sólida relação com os catadores de materiais recicláveis, o Sistema Coca-Cola Brasil e o Instituto Coca-Cola Brasil (ICCB) criaram o fundo “Estamos nessa juntos”. Nos juntamos ao movimento “Nós” – uma iniciativa criada para ajudar pequenos varejistas a se prepararem para a retomada da economia. Estamos nos adaptando aos novos tempos. Estamos nos preparando para os desafios que vêm por aí. Somos uma empresa resiliente, que, internacionalmente, já passou por duas guerras mundiais, pandemias... Estamos juntos. Hoje e sempre.



Mais de 1,5 milhão de garrafas de bebidas para 81 hospitais

3,7 milhões de itens de embalagens para envase de álcool

Mais de 590 mil litros de produtos da Coca-Cola Brasil

26 mil testes diagnósticos

478 mil cestas ou kits de alimentação

937 mil equipamentos ou insumos hospitalares

50 mil litros de álcool em gel

100 mil vouchers de alimentação

2 Fundos para repasse de recursos financeiros para 11 catadores de materiais recicláveis e 70 comunidades, atingindo no total mais de 8,1 milhões de pessoas em comunidades vulneráveis



2019

Mensagem do presidente

Sobre este relatório

Produção e Consumo conscientes

Perfil Corporativo

Embalagens

Saúde e Nutrição

Recursos humanos

Água

Mudança climática

Diálogo e Engajamento

Agricultura sustentável

Saúde e Segurança

Temas materiais

Sumário de conteúdo GRI

A pandemia

Créditos

Créditos

Coordenação Geral

Vice-presidência de Relações Corporativas

Diretoria de Sustentabilidade | Andrea Mota, Katielle Haffner e Rafael Vergara

Coordenação Operacional e Consultoria GRI

BM2B Consultoria

Coordenação Geral do Relatório

Projeto #Colabora Marcas

Texto e Edição

Liana Melo

Projeto Gráfico

Vitor Iwasso

Diagramação

Claudia Lorena e Robson Mathias

Pesquisa de Imagem

Marina Cohen

Revisão

Alexandre Martins

CONTATO

Praia de Botafogo, 374, 11º andar
CEP 22250-040 | Rio de Janeiro |
RJ | Brasil | Tel 0800-0212121

www.cocacolabrasil.com.br

Junho/2020