



El caso contra Coca-Cola

Cómo la mayor compañía de
refrescos a nivel mundial está
afectando nuestros océanos

GREENPEACE

La refresquera más grande del mundo está fallando

Las botellas de plástico están estrangulando nuestras playas, ríos y mares. De acuerdo con la Limpieza Costera Internacional, las botellas y tapaderas de plástico son los envases de este material que más comúnmente llegan a las costas del mundo¹.

La contaminación no solo es antiestética; causa estragos dentro de nuestros mares. Los envases y tapaderas son consumidos por los animales, como tiburones y aves marinas, y se descomponen en microplásticos que entran a cada nivel de la cadena alimenticia marina. También hay evidencia preocupante que sugiere que estos microplásticos actúan como esponjas y absorben químicos tóxicos del océano².

De manera sorprendente, más de 12.7 millones de toneladas de plástico llegan a los océanos cada año, lo que equivale a un camión de basura cada minuto.³ Dado que cerca de la mitad de los 600 mil millones de botellas de tereftalato de polietileno (PET, por sus siglas en inglés) son tiradas después de haber sido utilizadas una sola vez⁴, las botellas



para refrescos son la mayor parte del problema.

Con la producción lista para aumentar mucho en los próximos años⁵, este es el momento para que la industria de refrescos se responsabilice por el impacto que tienen sus productos en el océano⁶.

Como la mayor refresquera del mundo, Coca-Cola tiene una responsabilidad especial por la crisis que atraviesan los océanos. Valorada por encima de los 178 mil millones de dólares en 2015 y con operaciones en más de 200 países⁷, Coca-Cola tiene los medios y la influencia en el sector para ayudar a terminar con este flujo de contaminación del plástico. Aún cuando proclama el cuidado de los plásticos en los océanos⁸ Coca-Cola esconde la escala de su huella y falla al tomar acciones significativas para detener la contaminación de los mares con sus productos.

La culpa de los plásticos en el océano

¿Qué tan grande es la huella plástica de Coca-Cola?

De acuerdo con una reciente encuesta realizada por Greenpeace a las mayores corporaciones de refrescos del mundo, sólo Coca-Cola no divulga el volumen de envases de plástico que pone en el mercado cada año. Coca-Cola argumentó que se trataba de “información comercialmente sensible”, aunque sus principales competidores divulgaron esos datos. Es posible estimar la huella de plástico de Coca-Cola mirando las cifras de ventas anuales de ciertas líneas de productos y su proporción en la mezcla general de envases de la empresa desde



2012. Al usar este método, podemos estimar que Coca-Cola vende en Europa cerca de 108-128 mil millones de botellas de plástico por año.⁹

Pero no necesitamos revisar los números para saber que Coca-Cola tiene una gran huella de plástico. La compañía vende diariamente más de 1.9 mil millones de bebidas en el mundo,¹⁰ y posee cuatro de las cinco principales marcas de refrescos a nivel global, además de otras 16 líneas de productos de más de mil millones de dólares. Con más de 500 marcas de bebidas en sus libros, la compañía vende más de 3,500 productos diferentes en todo el planeta¹¹.

Nuestros hallazgos muestran que casi 60% del embalaje global es hecho de botellas de plástico de un solo uso¹². Con una huella de este tamaño, Coca-Cola necesita aceptar la responsabilidad por el daño que hacen sus productos a los ecosistemas marinos.

Sin objetivos para reducir el plástico de un solo uso

Coca-Cola no tiene compromiso, objetivo o línea de tiempo para reducir el número de botellas de plástico de un solo uso que manufactura. En lugar de eso, la compañía apunta su trabajo a hacer las botellas más ligeras para reducir costos, el uso de plástico y las emisiones de gases de carbono.

Sin embargo, hacer más ligeros los

Alternativas para el plástico de un solo uso

El impulso global es encaminar la construcción de modelos alternativos de distribución y envases reutilizables. La iniciativa de la Economía de Nuevos Plásticos de la Fundación Ellen MacArthur, apoyada por la industria, ha hecho un llamado para que al menos 20% de todos los envases de plástico sean reusados. En su reporte de 2017 subraya la necesidad de reemplazar los plásticos de un solo uso por alternativas reutilizables y diseñar modelos innovadores de envasado fundamentados en productos rellenables¹³.

Una manera en que las compañías refresqueras ya actúan en esa dirección es a través de las máquinas despachadoras de refill de bebidas, comúnmente operadas en salas de cine y restaurantes de comida rápida. Coca-Cola dijo a Greenpeace en 2015, que estas máquinas representan una décima parte de su mezcla de embotellamiento mundial, que incluye la máquina despachadora Freestyle lanzada en 2009.

Coca-Cola necesita también desarrollar nuevas tecnologías para uso doméstico y para bebidas para llevar. La compañía reconoció previamente que los sistemas de suministro doméstico eran una oportunidad de largo plazo pero las máquinas despachadoras de refill para la casa fueron desechadas solo un año después de salir al mercado.¹⁴



Botella de Coca-Cola recolectada en el estuario del Támesis, Reino Unido. © Lovers / Greenpeace

envases no previene que las botellas de Coca-Cola terminen en el océano y amenacen la vida marina. El aligeramiento de los envases está sucediendo en el contexto de una rápida expansión de la producción de botellas de plástico.

Para realmente combatir la contaminación marítima, Coca-Cola debe innovar más allá de las botellas de un solo uso.

Retrocesos en las botellas retornables

En muchos países, las compañías venden refrescos en botellas retornables, de reuso. Los Esquemas de Depósitos Retornables (DRS, por sus siglas en inglés) están activos en Alemania, Suecia y Dinamarca, entre otros, donde las compañías hacen un pequeño cargo en las botellas en los puntos de venta, el cual es reembolsable cuando los clientes las regresan. Las botellas de vidrio retornables pueden ser reutilizadas 50 veces y las de plástico 15 veces¹⁵. La marca de refresco Ale-8-One es vendida en botellas retornables en todo Estados Unidos, incluso a través de los distribuidores regionales de Coca-Cola¹⁶. De hecho, investigaciones realizadas por Coca-Cola en el Reino Unido sobre el comportamiento de los desechos recomiendan que la compañía tenga más disponibilidad de envases reusables¹⁷.

Aún así, los reportes anuales sobre sustentabilidad de Coca-Cola, en combinación con información obtenida por Greenpeace, revelan que el gigante refresquero ha disminuido el número de la proporción de contenedores reutilizables de bebidas que fueron vendidas en la década pasada, con una caída en envases rellenables de cerca de un tercio del

portafolio global de Coca-Cola a un cuarto entre 2008 y 2015. En contraste, el desecho de botellas de plástico está a la alza, con un 12% de incremento en la proporción de PET usado para envases frente un 33% de reducción de vidrio reutilizable. Esto significa que 75% de los envases de Coca-Cola son de materiales de un solo uso, incluyendo 58% de botellas de plástico de un solo uso.

En 2015 Coca-Cola anunció que ya no ofrecería a sus clientes en Alemania botellas reutilizables de plástico de PET en sus presentaciones de un litro y un litro y medio. La única alternativa serían las botellas de plástico desechables, en contra de los consejos del Ministerio de Medio Ambiente alemán sobre el potencial de las botellas de PET, que permite reutilizarlas múltiples veces.¹⁸

Es difícil medir otros retrocesos porque Coca-Cola no es transparente acerca de sus mezclas de envases globales. La compañía no revela en sus reportes anuales globales (ni por solicitud expresa) la cantidad de envases rellenables versus los de un solo uso¹⁹. Esto difiere mucho de lo dicho por la compañía en 2010, cuando señaló que “la botella de un solo uso simplemente no es una opción viable para nuestro negocio”²⁰.

Comprometerse con la sostenibilidad por beneficios a corto plazo

Coca-Cola siempre está listo para enfatizar a sus clientes la importancia del reciclaje, pero está fallando en aumentar sustantivamente la cantidad de material reciclado que se usa para producir sus botellas globalmente. Coca-Cola estaba contento de cuantificar el número de oportunidades que sus clientes tienen para interactuar con un “mensaje de conciencia para reciclar” desde 2011, pero la compañía se negó a proporcionar a Greenpeace un desglose de cuántas

Botellas 100% recicladas son posibles

Las botellas 100% recicladas son posibles y han sido utilizadas para varios refrescos durante la última década. En 2007, Suntory's Ribena se convirtió en la primera marca británica de refrescos en utilizar plástico 100% reciclado. Luego Naya Natural Spring Water empezó a usar botellas de plástico 100% recicladas en Canadá en 2009, seguido por PepsiCo's 7Up con botellas 100% recicladas de 'EcoGreen' en 2011. Watsons Water, con sede en Hong Kong, ha ofrecido a los clientes botellas Go Green desde 2015 y Natural Spring Water de Nestlé comenzó a usar botellas 100% rPET en el mercado de EE.UU. en 2015. Coca-Cola posee más del 90% de la marca de smoothie Innocent que había sido pionera por usar botellas de plástico 100% reciclado en 2007, pero redujo los niveles de contenido reciclado en 2011, citando “preocupaciones de calidad”.



toneladas de envases de plástico virgen vende cada año frente a los envases de plástico reciclado.²¹

Sabemos que Coca-Cola llegó a menos de la mitad de su meta global de 2015 para suministrar solo el 25% de sus botellas de plástico a partir de material reciclado o renovable, alcanzando sólo el 12.4%²². Este objetivo incluyó el uso de -en promedio- un insignificante 7% de plástico reciclado (rPET) en toda su línea de producción mundial. Coca-Cola atribuyó esta deficiencia a la caída de los precios del petróleo, lo que redujo el costo del plástico virgen e hizo que la adopción del rPET fuera un “reto”.²³

Al parecer Coca-Cola tiene la voluntad de comprometerse con la sustentabilidad por sus ganancias en el corto plazo. Algunas declaraciones previas refuerzan la prioridad de las motivaciones económicas de la compañía. Su reporte de sustentabilidad 2012/2013 establece: “Nos mantenemos en el compromiso de usar rPET en nuestros envases, debido a que hace sentido económicamente”²⁴. Los bajos precios del petróleo y la caída de los precios de los plásticos vírgenes han tenido consecuencias perjudiciales para las empresas de reciclaje, que debido a una demanda inconsistente de sus productos se han visto obligadas a cerrar plantas²⁵.

Después de no alcanzar su objetivo para contenido reciclado de 2015, Coca-Cola abandonó su propósito por completo, diciendo que iba a registrar el progreso

Progreso lento

2015

Meta: 25% de botellas de plástico suministradas de fuentes recicladas o renovables.

Resultado: Alcanzado en 12.4%, del cual solo 7% fue contenido reciclado.

2020

Meta: Recuperar y reciclar el equivalente de 75% de las botellas y latas que vende en países desarrollados para 2020.

Progreso actual: Renunció a su meta entre 2013 y 2015

basándose únicamente en las reducciones de carbono, en lugar de medir los impactos ambientales más amplios de sus botellas de plástico²⁶. Ahora la compañía no tiene objetivos para aumentar el contenido de plástico reciclado a través de toda su línea de productos, ni un cronograma claro para alcanzar el 100% de contenido reciclado en sus botellas de plástico. El brazo europeo de Coca-Cola tiene como objetivo para 2020 suministrar dos quintas partes de su material de botella de plástico de origen reciclado o “renovable”. Aunque Coca-Cola ha anunciado inversiones valoradas en mil millones de dólares en mercados emergentes desde 2011²⁷, la compañía no ha hecho ningún compromiso para introducir objetivos que aumentarán el uso de contenido reciclado en estos

países, diciéndole a Greenpeace que cualquier meta adicional “depende de la recopilación de información de referencia”. En 2014, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) notó esta falta de compromiso, declarando que: “Es notable que Coca-Cola se ha estancado en sus objetivos relacionados con el contenido reciclado para botellas de PET, mientras que algunos competidores han establecido objetivos vinculantes²⁸”.

Bioplásticos renovables no protegerán a nuestros océanos

La decisión de Coca-Cola de combinar sus metas de plásticos “renovables” y reciclados para 2015 también es problemática. La mezcla de ambas

metas distrae a la compañía de la responsabilidad de reducir el plástico de un solo uso.

El plástico “renovable” o bioplástico proviene de contenido plástico hecho de plantas, como la “PlantBottle” de Coca-Cola. Aún cuando el uso de materia prima alternativa para combustibles fósiles pueden reducir las emisiones de carbono en la producción de una botella, el uso de botellas a base de plantas no eliminan el problema del ingreso de desechos plásticos al mar, a menos que la botella sea recolectada y reutilizada para su reciclamiento. Al aumentar la producción de bioplásticos de un solo uso también se incrementa la preocupación por el desvío de grandes extensiones de tierra que podrían ser destinadas para el cultivo de alimentos. Mientras Greenpeace ha urgido a Coca-Cola a priorizar la reducción del uso de plástico a través de alternativas de distribución y envases reutilizables, el compromiso de Coca-Cola por incrementar el uso de plástico renovable o reciclable no puede ser uno o el otro. Las inversiones en la “PlantaBotella” “renovable” no debería distraer a Coca-Cola de asegurar que el 100% del embotellamiento sea reciclado.

Cabildear para obstruir soluciones

Luchando contra la economía circular del envase

El sitio web de Coca-Cola dice: “Los beneficios de la economía circular son abundantes, pero la única manera de que funcione plenamente es que cada empresa y persona se unan”.²⁹ En contraste, sus esfuerzos en el cabildeo están orientados en socavar los pilares centrales de la legislación para una economía circular. Documentos internos filtrados en la primavera de 2016 revelan la intención de Coca-Cola para resistirse a los elementos de la economía circular del envase en la UE, enumerando las políticas propuestas de «mayores objetivos de recolección y reciclaje», «régimen de la UE para sistemas de depósito», «cuotas para las botellas rellenables» y «regímenes EPR [Responsabilidad Extendida del Productor, por sus siglas en inglés] / EPR perjudiciales/ injustos» como cuatro de los seis objetivos prioritarios de la empresa para “luchar en contra³⁰”. (Véase la imagen en página 8). Los documentos también revelaron



Pantalla de Radar de Coca-Cola de Políticas Públicas de UE actualización de edición mensual: Febrero y Marzo 2016

Classified - Internal use

Cómo funcionan los esquemas de depósitos de botellas retornables





planes para una ‘campaña de cabildeo de Coca-Cola’ en curso sobre la directiva de residuos de envases de la Unión Europea.

En un correo electrónico filtrado, personal de Coca-Cola describía cómo la compañía estaba “influyendo en los resultados finales” de la legislación de la economía circular europea “al tomar parte en comunicar y colaborar con las asociaciones industriales”.³¹

De hecho, el registro de transparencia de la UE muestra que Coca-Cola gastó más de 900.000 euros en el cabildeo de la Comisión en 2015, y menciona el programa de economía circular como un foco central de la actividad de cabildeo³².

Cabildear en contra de esquemas de depósitos de botellas retornables

Uno de los principales objetivos de Coca-Cola ha sido oponerse a la introducción de esquemas de depósitos de botellas retornables (DRS, por sus siglas en inglés) alrededor del mundo. Estos esquemas han aumentado el índice de recolección de envases para bebidas por encima del 95% en Alemania, Noruega y Holanda, pero han enfrentado de manera consistente a compañías de bebidas de refrescos interesadas en proteger sus ganancias a corto plazo.

En Australia, Coca-Cola empezó una gran campaña pública en contra de los esquemas de depósito regionales entre 2009 y 2014. Esta campaña incluyó litigios a través de las cortes y Coca-Cola,



Anuncio de Coca-Cola en la década de los 40 mostrando botellas domésticas y reusables. © Dan H / Flickr



Una voluntaria de Greenpeace recoge botellas de un solo uso de Sydney's Botany Bay © Greenpeace / Jane Castle

con aliados de la industria, gastó cerca de 20 millones de dólares australianos para iniciar el bloqueo a los DRS³³. En Holanda se supo que Coca-Cola pertenece a la Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie a la que patrocinó un estudio académico que fue utilizado para cabildear al Ministerio Holandés de Ambiente en 2009 para abolir los DRS para las botellas de refrescos³⁴. En Iowa, la filtración de correos electrónicos en 2016 reveló que Coca-Cola luchó en contra del proyecto de la ley de los esquemas de depósito para reemplazarla por un “programa de abatimiento de la práctica de arrojar basura y mayor comprensión del reciclaje”³⁵, a pesar del éxito probado de los DRS alrededor del mundo. Otro correo electrónico se refiere a un encuentro de Coca-Cola con oficiales del gobierno de Quebec con la intención de invalidar los planes del alcalde de Montreal sobre la prohibición de las botellas de agua. Una investigación reciente de Greenpeace Reino Unido reveló que Coca-Cola ha estado cabildeando por años en contra de los DRS en ese país hasta 2017.

La presentación anual de Coca-Cola a la Comisión de Valores de Estados Unidos en 2015 advirtió que los DRS “en los principales mercados en los que operamos ... podrían afectar nuestros costos o requerir cambios en nuestro modelo de distribución, lo que podría reducir nuestros ingresos operativos netos y rentabilidad”.³⁸

Sin embargo, la empresa opera con éxito en varios países y regiones donde existen los DRS. Richard Lochhead, ex secretario de gabinete escocés que fue cabildeado por Coca-Cola, ha dicho: “Estoy confundido sobre el por qué las compañías de bebidas que participan en sistemas de depósito y devolución exitosos en muchos mercados alrededor



del mundo se siguen resistiendo a los nuevos esquemas que se están introduciendo en Escocia y otros lugares³⁹.

Pero a Coca-Cola no le gusta que el público sepa sobre su oposición a los DRS.

Después de que Greenpeace expusiera los esfuerzos de cabildeo de la compañía en el Reino Unido, Coca-Cola rápidamente retrocedió y anunció su apoyo a la introducción de un DRS en Escocia. Un factor importante en esta decisión fue la encuesta de consumidores de Coca-Cola, que mostró que 63% apoyó la introducción de un DRS y más de la mitad dijo que sería preferible reciclar⁴⁰.

De manera absurda, Coca-Cola inventó los sistemas de depósito de botella a principios de 1900. Sus botellas de vidrio eran demasiado valiosas para ser de uso único, por lo que la compañía introdujo un cargo reembolsable que cubría el 80% de los embotelladores de Coca-Cola. Este esquema llevó a que 96% de las botellas fueran devueltas y reutilizadas a finales de la década de 1940.

“La filantropía ambiental de la industria desvía la atención de los problemas creados por la producción y consumo de refrescos, y en lo posible transfieren al público la carga de la limpieza al ambiente dañado”.

— Marion Nestle

Escondiéndose detrás de la mercadotecnia verde

Coca-Cola gasta 4 mil millones de dólares para auto promocionarse como una empresa responsable y con aspiraciones, cifra que equivale al PIB entero de 27 países⁴².

Como patrocinadores de la Limpieza Costera Anual de la Ocean Conservancy⁴³, Coca-Cola ha dicho públicamente, “nuestros envases son parte de los desechos que se pueden encontrar de manera inapropiada en las costas de todo el mundo, por lo que tenemos la obligación de ayudar a tratar la basura marina en serio⁴⁴”. La corporación todavía no ha convertido en acción creíble esta declaración.

Por ejemplo, a través de la Fundación Coca-Cola, la compañía ha contribuido a importantes inversiones en reciclaje comunitario y esquemas anti-basura, que mantienen el enfoque firmemente en la responsabilidad del cliente en lugar de en las miles de botellas plásticas



desechables puestas en el mercado por la empresa cada año. Estos esfuerzos se remontan al papel de Coca-Cola como miembro fundador de Keep America Beautiful (conservar la belleza de Estados Unidos) en la década de 1950, una organización que ha sido criticada por oponerse a iniciativas gubernamentales para reducir la contaminación plástica, incluyendo los DRS, y desviar la atención del papel que las empresas podrían desempeñar en la reducción de envases de un solo uso⁴⁵. Las donaciones continuas de Coca-Cola a Keep America Beautiful, incluyendo un esquema de subsidios comunitarios para contenedores de reciclaje, forman parte de su objetivo mundial de sostenibilidad hacia 2020 de recuperar y reciclar el equivalente al 75% de las botellas y latas que vende en 36 países desarrollados donde opera la empresa⁴⁶. Sin embargo, un análisis de los informes de Coca-Cola sobre sostenibilidad muestra una regresión entre 2013 y 2015, con una baja en la tasa informada del 63% al 59%⁴⁷.

Además, algunas de estas iniciativas están vinculadas a ganancias comerciales. En 2013 la campaña de la empresa “Juntos estamos haciendo un reciclaje importante” ofreció a los clientes del Reino Unido un vale para las bebidas de Coca-Cola como una de las recompensas para hacer un compromiso de reciclaje en línea.

Increíblemente, Coca-Cola se presenta a sí mismo como una “parte activa y solidaria de los sistemas locales de depósitos de devolución de botellas”. En respuesta a la encuesta sobre las bebidas sin alcohol de Greenpeace, Coca-Cola incluyó sistemas de depósito en Estonia, Francia, Lituania y Alemania como una actividad de la compañía en el sector de la gestión de residuos⁴⁸. La empresa dijo a Greenpeace: “El sistema de Coca-Cola ha sido fundamental en el desarrollo de



esquemas de cumplimiento para Extender la Responsabilidad de los Productores (conocido como EPR por sus siglas en inglés) y esquemas de depósitos en toda Europa”, a pesar de ejercer presión de forma agresiva en contra de los sistemas de depósitos en todo el mundo.

A través de estas declaraciones, campañas de relaciones públicas y acuerdos de patrocinio, Coca-Cola está tratando de posicionarse como líder de la industria en este tema. Recientemente, la compañía se suscribió al nuevo Plan de Acción de la Economía de Nuevos Plásticos de la Fundación Ellen MacArthur en el Foro Económico Mundial 2017. La jefa Ejecutiva de Sustentabilidad de Coca-Cola, Bea Perez estuvo de acuerdo con este plan, al sostener que la compañía reconoce que es el momento para que “un sistema de plásticos se alinee de manera completa con la economía circular. El mercado y el ambiente así lo demandan⁴⁹”. El plan de acción establece objetivos mundiales para reducir el total de los envases de plástico, y la tasa de reutilización y reciclaje. Sin embargo, Coca-Cola no ha aclarado sus objetivos globales para la reducción, reutilización y reciclaje de envases plásticos.

Coca-Cola proclama: “Estamos interesados en innovaciones verdaderas, en avances medibles a largo plazo hacia la sustentabilidad y no solo eslogans que atrapen la atención y que nos sumarían puntos en relaciones públicas a corto

plazo⁵⁰”. Pero la ausencia de acciones para reducir su huella plástica, mina la credibilidad de la compañía. Como dice Marion Nestle, defensora de la salud a largo plazo en contra de la industria refresquera: “La filantropía ambiental de la industria desvía la atención de los problemas creados por la producción y consumo de refrescos y en lo posible transfieren al público la carga de la limpieza al ambiente dañado⁵¹”.

Capacidad para influir en el sector

Como líder de las compañías refresqueras, Coca-Cola debe tomar la iniciativa de transformar el sector a través de la inversión y desarrollo de nuevos sistemas de entrega, modelos reusables y asegurar que todo los envases sean 100% reciclados. El cambio de plásticos de un solo uso reduciría drásticamente la huella plástica de Coca-Cola y tendría un fuerte impacto en las cantidades totales de plásticos que van hacia el mar cada año.

Coca-Cola también puede impulsar al sector de bebidas sin alcohol y a las empresas en la cadena de suministro para reducir su huella plástica. La encuesta de Greenpeace sobre las seis compañías más grandes en el mundo, mostró que muchos de los problemas con el uso y las políticas de plástico de Coca-Cola son propias de toda la industria⁵².



Además, Coca-Cola ha utilizado su posición dominante en el sector para liderar el desarrollo y uso de nuevas tecnologías en el pasado, por ejemplo al confrontar el problema de los hidrofluorocarbonos (conocido por sus siglas en inglés HFCs), un importante motor del cambio climático. En 2004, Coca-Cola y Unilever encabezaron la iniciativa ‘iRefrigerantes, Naturalmente!’, con el objetivo de eliminar los gases fluorados de sus unidades de refrigeración.

Este impulso de alto perfil, respaldado por el PNUMA y Greenpeace, ganó el apoyo de PepsiCo y Red Bull, y se estima que los gases de carbono han disminuido el equivalente a las emisiones de 6.7 millones de automóviles durante un año⁵³. Además, Coca-Cola está utilizando su presencia dentro del Foro de Bienes de Consumo para ayudar a 400 fabricantes de bienes de consumo y minoristas a migrar hacia tecnologías sostenibles de refrigerantes.

Con ganancias brutas de poco menos de 27 mil millones de dólares en 2015, Coca-Cola tiene los medios y la influencia para establecer estándares sectoriales ambiciosos para alternativas al plástico desechable. Si se cumplen, estas normas darían ganancias significativas al poner fin al flujo de plástico en los océanos.

Soluciones

Greenpeace pide a Coca-Cola que acepte su responsabilidad por la contaminación plástica oceánica y se comprometa a eliminar rápidamente el uso de envases de plástico desechables a través de los siguientes pasos:

1. Reducir y reutilizar

Dar prioridad a los envases reutilizables y desarrollar sistemas de entrega basados en la reutilización.

2. Reciclar

Asegurarse de que todo el envase restante esté hecho de un contenido 100% post-consumo reciclado, además de ser reciclable o compostable.

3. Revelar

Revelar los tipos y la cantidad de plástico usado, reutilizado y reciclado para poder medir su progreso.

Para más información:
louise.edge@greenpeace.org

www.greenpeace.org.uk



Notas finales

¹ Ocean Conservancy (2016) Limpieza Costera Internacional. Disponible en: <http://www.oceanconservancy.org/our-work/international-coastal-cleanup/2016-ocean-trash-index.html>

² Greenpeace Research Laboratories (2016) Plastics in Seafood <http://www.greenpeace.org.uk/sites/files/gpuk/PlasticsInSeafood-Final.pdf>

³ Plastic waste inputs from land into the ocean. Science. Disponible en: <http://science.sciencemag.org/content/347/6223/768>

⁴ PMMI & Euromonitor International (2015) Global Packaging Landscape: Growth, Trends & Innovations <http://www.pmmi.org/files/ResearchandTrends/Industry/Global-PackagingTrends-ES.pdf> and The New Plastics Economy/Ellen MacArthur Foundation (2016) Rethinking the Future of Plastics https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/EllenMacArthurFoundation_TheNewPlasticsEconomy_15-3-16.pdf

⁵ PMMI & Euromonitor International (2015)

⁶ Greenpeace (2017) Bottling It http://www.greenpeace.org.uk/sites/files/gpuk/Bottling-It_FINAL.pdf

⁷ Market capitalisation as of April 2015, stated in Marion Nestle (2015) Soda Politics

⁸ Rolling Up Our Sleeves And Pitching In To Eliminate Marine Waste: A Q&A With Coke's April Crow. Disponible en: <http://www.coca-colacompany.com/coca-cola-unbottled/rolling-up-our-sleeves-and-pitching-in-to-eliminate-marine-waste-a-q-a-with-okes-april-crow>

⁹ Based on stated PlantBottle sales and their proportion of global packaging mix from 2012 <http://assets.coca-colacompany.com/44/d4/e4eb8b6f4682804bdf6ba2ca89b8/2012-2013-gri-report.pdf> and 2014 <http://www.coca-colacompany.com/stories/our-progress-what-were-doing-and-how-were-doing-it>

¹⁰ Coca-Cola At A Glance: Infographic. Disponible en: <http://www.coca-colacompany.com/our-company/infographic-coca-cola-at-a-glance>

¹¹ Marion Nestle (2015)

¹² See 2014 Coca-Cola System Global Packaging Mix. Disponible en: http://assets.coca-colacompany.com/f8/8a/a30682fa49ef9bef3d99d27bdf33/sustainability.15_072315.pdf

¹³ Ellen MacArthur Foundation/New Plastics Economy (2017) Catalysing Action. Disponible en: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/New-Plastics-Economy_Catalysing-Action_13-1-17.pdf

¹⁴ Keurig KOLD Platform to Be Discontinued. Disponible en: <http://www.coca-colacompany.com/stories/keurig-kold-platform-to-be-discontinued>

¹⁵ Empowering Our Communities To Redesign. Disponible en: <https://www.zerowasteurope.eu/tag/refilling-bottle/>

¹⁶ Website Ale8one. Disponible en: <https://ale8one.com/sales/>

¹⁷ Understanding Influences on Litter Behaviour Amongst Young Adults. Disponible en: <http://www.coca-cola.co.uk/stories/infographic-understanding-influences-on-litter-behaviour-amongst-young-adults>

¹⁸ Coca-Cola wendet sich von Mehrweg-Flaschen ab. Disponible en: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/getraenke-konzern-coca-cola-wendet-sich-von-mehrweg-flaschen-ab-1.2357141>

¹⁹ Data available in the following sustainability reports: 2008/09: https://www.coca-colacompany.com/content/dam/journey/us/en/private/fileassets/pdf/unknown/unknown/2008-2009_sustainability_review.pdf

2009/10: https://www.coca-cola.co.uk/content/dam/journey/gb/en/hidden/PDFs/2009-2010_The_Coca-Cola_Company_Sustainability_Review.pdf

2010/11: https://www.coca-cola.co.uk/content/dam/journey/gb/en/hidden/PDFs/TCCC_2010_2011_Sustainability_Report.pdf

2011/12: <http://www.coca-colacompany.com/press-center/press-releases/coca-cola-releases-2011-2012-global-sustainability-report>

2012/2013, 2013/2014, 2014/2015: <http://www.coca-colacompany.com/stories/sustainability-reports>

Not featured in 2015/16 report: <http://www.coca-colacompany.com/content/dam/journey/us/en/private/fileassets/pdf/2016/SR16-packaging.pdf>

²⁰ Our commitment to making a positive difference in the world. Disponible en: https://www.coca-cola.co.uk/content/dam/journey/gb/en/hidden/PDFs/2009-2010_The_Coca-Cola_Company_Sustainability_Review.pdf

²¹ Survey response to Greenpeace, 2016

²² Sustainability Report 2014-2015. See p.38. Disponible en: http://assets.coca-colacompany.com/29/0b/1c0121a84941aa46b9c9f6201ac9/2014-2015-sustainability-report.15_080415.pdf

²³ GRI Report 2012-2013. See p.39. Disponible en: <http://assets.coca-colacompany.com/44/d4/e4eb8b6f4682804bdf6ba2ca89b8/2012-2013-gri-report.pdf>

²⁴ Ibidem. Disponible en: <http://assets.coca-colacompany.com/44/d4/e4eb8b6f4682804bdf6ba2ca89b8/2012-2013-gri-report.pdf>

²⁵ Financial Times. Disponible en: <https://www.ft.com/content/cc2f1612-63c2-11e6-8310-ecf0bdddad227>

and Skid in Oil Prices Pulls the Recycling Industry Down With It. The New York

Times. Disponible en: https://www.nytimes.com/2016/02/13/business/energy-environment/skid-in-oil-prices-pulls-the-recycling-industry-down-with-it.html?_r=0

and Used plastics market facing more pressures. Disponible en: <http://www.wastecare.co.uk/used-plastics-market-facing-more-pressures/>

²⁶ Véase 'Realigning Our Goals'. Disponible en: http://assets.coca-colacompany.com/f8/8a/a30682fa49ef9bef3d99d27bdf33/sustainability.15_072315.pdf

²⁷ Véase <http://www.coca-colacompany.com/press-center/press-releases/coca-cola-invests-big-in-india>

<http://www.coca-colacompany.com/press-center/press-releases/the-coca-cola-company-completes-transaction-with-aujan-industries>

<http://www.coca-colacompany.com/press-center/press-releases/coca-cola-announces-us-300-million-investment-for-strong-and-sustainable-growth-in-vietnam>

²⁸ UNEP (2014) Valuing Plastics: The Business Case for Measuring, Managing and Disclosing Plastic Use in the Consumer Goods Industry

²⁹ What is the circular economy, and why does it matter to Coca-Cola? Disponible en: <http://www.coca-cola.co.uk/stories/what-is-the-circular-economy-and-why-does-it-matter-to-coca-cola>

³⁰ Coca-Cola Europe (February & March 2016) Radar Screen of EU Public Policies. Disponible en: <https://www.documentcloud.org/documents/3409808-EU-Radar-Screen-IssueUpdate-2016-02-03.html>

³¹ Coca-Cola Global Government Relations Dashboard – March 2016, released by DC Leaks. Disponible en: http://dcleaks.com/emails/cApr/eml_download/Conversations_with_the_Coca_Cola_VP_Michael_Goltzman/00000118.EML — accessed 16 February 2017

³² Registro de transparencia. Coca-Cola Enterprises Europe Ltd. Disponible en: <http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?id=003394315003-45>

³³ Boomerang Alliance

³⁴ Wagenings onderzoek statiegeld onzorgvuldig. Disponible en: <https://www.trouw.nl/home/wagenings-onderzoek-statiegeld-onzorgvuldig-adf5e6f0/>

³⁵ Disponible en: http://dcleaks.com/emails/cApr/eml_download/Conversations_with_the_Coca_Cola_VP_Michael_Goltzman/00000141.EML — accessed 16 February 2017

³⁶ Disponible en: http://dcleaks.com/emails/cApr/eml_download/Conversations_with_the_Coca_Cola_VP_Michael_Goltzman/00000118.EML — accessed 16 February 2017

³⁷ Investigation: Coca Cola and the 'fight back' against plans to tackle plastic waste. Energy Desk. Greenpeace. Disponible en: <http://energydesk.greenpeace.org/2017/01/25/investigation-coca-cola-fight-back-plans-tackle-plastic-waste/>

³⁸ Global Report 2015. Disponible en: <http://www.coca-colacompany.com/content/dam/journey/us/en/private/fileassets/pdf/investors/2015-annual-report-on-form-10-k.pdf>

³⁹ Investigation: Coca Cola and the 'fight back' against plans to tackle plastic waste. Energy Desk. Greenpeace. Disponible en: <http://energydesk.greenpeace.org/2017/01/25/investigation-coca-cola-fight-back-plans-tackle-plastic-waste/>

⁴⁰ Updated Statement on Deposit Return Schemes in Scotland. Disponible en: <http://www.coca-cola.co.uk/newsroom/company-statements/updated-statement-on-deposit-return-schemes-in-scotland>

⁴¹ Marion Nestle (2015)

⁴² Marion Nestle (2015)

⁴³ International Coastal Cleanup Sponsoring Partners. Ocean Conservancy. Disponible en: <http://www.oceanconservancy.org/our-work/our-partners/our-partners/international-coastal-cleanup.html>

⁴⁴ Sustainability Report 2010-2011. Disponible en: https://www.coca-cola.co.uk/content/dam/journey/gb/en/hidden/PDFs/TCCC_2010_2011_Sustainability_Report.pdf

⁴⁵ Elizabeth Royle (2005) Garbage Lan. Disponible en: http://www.alternet.org/story/21651/litterbug_world

⁴⁶ Packaging Recovery. Disponible en: <http://www.coca-colacompany.com/packaging-recovery> Y Sustainability Report 2013-2014. Disponible en: <http://assets.coca-colacompany.com/0a/b5/eca07f0142ce9ccc4504e28f1805/2013-2014-coca-cola-sustainability-report-pdf.pdf>

⁴⁷ 2020 Sustainability Commitments: Progress Update. Disponible en: <http://www.coca-colacompany.com/content/dam/journey/us/en/private/fileassets/pdf/2016/Scorecard-2020SustainabilityCommitments.pdf>

⁴⁸ Cited 'Estonian deposit organization' Estonia-EPP; France Eco Emballage and Adelphi Germany were both listed as 'Deposit system'; and Lithuania's 'USAD, a deposit system established in 2016'

⁴⁹ In support of the New Plastics Economy: endorsements by over 40 industry leaders for action plan. Ellen MacArthur Foundation. Disponible en: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/news/in-support-of-the-new-plastics-economy>

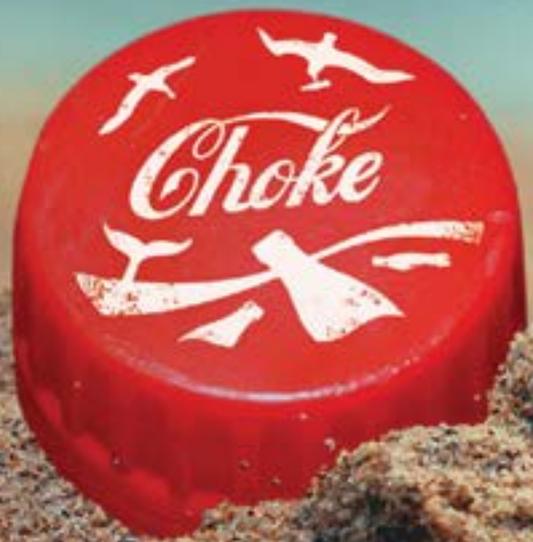
⁵⁰ Sustainability Report 2010-2011. Disponible en: https://www.coca-cola.co.uk/content/dam/journey/gb/en/hidden/PDFs/TCCC_2010_2011_Sustainability_Report.pdf

⁵¹ Marion Nestle (2015)

⁵² Greenpeace (2017) Bottling It

⁵³ Global Distribution of Natural Refrigerant Units. Greenpeace and UNEP. Disponible en: <http://www.refrigerantsnaturally.com/reductions-and-benefits/>





GREENPEACE

www.greenpeace.org.uk