



Informe de **Sostenibilidad** SBFE

2023

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Contenido

Introducción	3
Nuestras Bebidas	20
Nuestros Recursos	28
Nuestra Sociedad	50
Nuestros Socios Y Nosotros	60
Tablas De Datos	75

Este es nuestro tercer informe de sostenibilidad. Abarca el año calendario 2023. Nuestros datos de huella de carbono de alcance 1 y 2 y nuestros datos de reducción de agua han sido verificados de forma independiente por KPMG. Nuestros datos de alcance 3 aún están pendientes de verificación.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Introducción

- 4 Carta de nuestro CEO
- 5 Resumen ejecutivo
- 6 SBFE en breve
- 9 Nuestra cadena de valor
- 10 Nuestra filosofía
- 12 *“Growing for Good”*
- 13 Nuestro marco *“Growing for Good”*
- 16 Avances en nuestras prioridades
- 17 Cómo gestionamos el riesgo
- 19 Gobernanza de la sostenibilidad



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Informe de
Sostenibilidad
SBFE 2023



Carta de nuestro CEO



Pierre Decroix

CEO, Suntory
Beverage &
Food Europe

Por un verdadero sentido del deber y de la responsabilidad, he aceptado la oportunidad de ser el CEO de Suntory Beverage & Food Europe (SBFE) desde principios de 2024, no solo porque me entusiasma liderar una gran empresa de marcas emblemáticas, sino por el impacto que podría generar. Esta labor me ofrece además la oportunidad de desarrollar mis dos pasiones: la sostenibilidad y la diversidad, que a su vez son dos motores de progreso y de éxito comercial. Mi visión general de futuro en relación a nuestra empresa es mantener un crecimiento sostenible y rentable por medio de un equipo diverso y altamente capacitado. Llevarlo a cabo sería simplemente hacer lo correcto.

Desde la creación del Grupo Suntory en 1899, “*Growing for Good*” forma parte de nuestra razón de ser y, a día de hoy, sigue siendo nuestra brújula. La esencia de Suntory es la audacia y, a la vez, el espíritu emprendedor; es la prisa en el trabajo y, a la vez, tener el tiempo necesario para hacer las cosas bien. Todo ello nos impulsa a seguir adelante en esta misión.

La transparencia y la rendición de cuentas son la base del progreso. Únicamente alcanzaremos las metas y los objetivos que hemos fijado en nuestro marco de sostenibilidad, si hacemos seguimiento de nuestros avances hasta el presente, lo cual supone no solo celebrar éxitos, sino reconocer retos y contratiempos. Con este fin, me complace presentar nuestro segundo informe de sostenibilidad, que expone detalladamente nuestras actividades durante el pasado año.

Una de las formas en que todos los “suntorianos” expresan dicho “*Growing for Good*” es actuando con una mentalidad “*gemba*”, desde esa perspectiva única nuestra de entender las necesidades de las partes interesadas, en una búsqueda de superación, así como construyendo mejores vínculos con nuestras comunidades locales. Este año hemos lanzado “*Together for Good*”, nuestra plataforma de voluntariado empresarial que ayuda a los empleados a unirse y a servir a la sociedad, arraigados aún más en nuestros valores, y estamos muy satisfechos de haber ya observado un gran compromiso de los empleados con la plataforma.

Hemos avanzado mucho en la reducción de nuestro impacto ambiental, alcanzando una reducción del 19,4% en las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de alcance 1 y 2, junto con una reducción del 14% en

aquellas de alcance 3, con respecto a nuestro año base, 2019. También hemos demostrado resiliencia y fortaleza en la superación de situaciones adversas, como la inundación de nuestra fábrica de Toledo, un suceso que afectó a la producción, pero que también demostró ese espíritu de Suntory de actuar “*Better Together*”, cuando compañeros de toda España se unieron para ayudar a limpiar el lugar.

Apoyar a los consumidores a tener más opciones de bebida sana es una parte central de nuestra estrategia para nuestras bebidas. Este año hemos seguido aumentando nuestra gama baja en calorías, a la vez que hemos reducido el azúcar en un 26% desde nuestro año base, 2015. En cuanto a empleados y socios, seguimos avanzando en materia de diversidad, equidad e inclusión. Es un orgullo tener un 50 % de mujeres en el Comité Ejecutivo de SBFE, lo cual es prueba de nuestro progreso en el apoyo a que las mujeres ocupen puestos de liderazgo.

Reconocemos que aún queda mucho por hacer para alcanzar nuestros objetivos de sostenibilidad. Es fundamental que seamos innovadores y colaboremos con nuestros socios. Estamos trabajando con socios que utilizan tecnología ecológica para encontrar nuevas soluciones de envasado, estamos creando nuevas reformulaciones de productos con nuestros equipos científicos de I+D y estamos adoptando nuevas técnicas de agricultura regenerativa con nuestros agricultores. Gracias a este equipo que nos sostiene con un espíritu progresista, tenemos el convencimiento de que seguiremos superando límites y encontrando nuevas formas de cumplir con nuestra promesa de “*Growing for Good*”. Miramos al año venidero con optimismo y esperanza.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Resumen ejecutivo

Nuestras bebidas

Casi se triplica el volumen de bebidas vendidas con azúcar inferior a 5g/100ml con respecto a 2015, y se lanzan nuevas **bebidas bajas en azúcar y calorías**, ofreciendo a los consumidores opciones más saludables

Una reducción del 26% del azúcar añadido con respecto al año base, 2015



Nuestros recursos

Un proyecto piloto de agricultura regenerativa en una plantación de grosella negra de Ribena

Un 44% de plástico reciclado en nuestras botellas

Una reducción del 19,4% GEI de alcance 3 en comparación con el año base, 2019



Nuestra sociedad

Más de 1 millón de euros donados a causas benéficas e iniciativas comunitarias

El lanzamiento de "Together for Good" congrega a nuestros empleados mediante el servicio a la sociedad, con **2.314 horas** de voluntariado para 34 causas diferentes



Nuestros socios y nosotros

El 50% del Comité Ejecutivo de SBFE está integrado por mujeres

El lanzamiento de MySU 3.0, nuestra renovada plataforma de aprendizaje online, a través de la cual nuestros empleados han recibido 9.484 horas de formación online

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

SBFE en breve

Acerca de Suntory Beverage & Food Europe

Suntory Beverage & Food Europe (SBFE) se funda en 2014 y es una división regional del grupo japonés Suntory, una de las principales empresas de bebidas a nivel mundial. Nos colma de orgullo formar parte de esta empresa familiar que lleva a sus espaldas 120 años de un legado que nos inspira y nos guía con el espíritu de su fundador, Shinjiro Torii. SBFE está integrada por 3.200 personas que trabajan con gran dedicación para marcas tan emblemáticas como Schweppes*, Orangina, Lucozade, Ribena, La Casera, Oasis*, Pulco y MayTea, con el compromiso de producir bebidas sanas y ricas. Por cambios organizativos, nuestra actividad en África, concretamente en Nigeria, Kenia y Sudáfrica, que previamente dependía de la parte empresarial de "Asia-Pacífico", pasa a depender de SBFE a partir del ejercicio que finaliza en diciembre de 2023.

Informe de
Sostenibilidad
SBFE 2023



*Es propiedad de SBFE y se comercializa dentro de sus correspondientes territorios. Toda referencia a esta marca en el presente informe así debe interpretarse.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Informe de
Sostenibilidad
SBFE 2023

7



1899

Shinjiro Torii funda Torii Shoten y comienza con la producción y venta de vino de Oporto



1921

Se constituye la organización sin ánimo de lucro Hojukai. Es el origen de "Giving Back to Society"



1972

Suntory constituye Suntory Foods Limited, nuestra unidad de bebidas y alimentos

1979

Se constituye Suntory Foundation



1990

Se constituye la asociación benéfica Suntory Fund for Bird Preservation



1973

Se lanza en Japón la campaña "Save the Birds!" ("¡Salvemos las aves!") como punto de partida del esfuerzo empresarial en la conservación del entorno natural y la biodiversidad

2003

Suntory lanza en Japón su iniciativa "Santuario Natural del Agua" (*Natural Water Sanctuary Initiative*), para mejorar el mantenimiento de los recursos hídricos y la biodiversidad

2009

Suntory acoge al Grupo Orangina Schweppes. Se constituye Suntory Foundation for the Arts



2011

Se constituye Suntory Beverage & Food Limited

2004

Suntory lanza en Japón Mizuiku, un programa de educación sobre naturaleza y agua

2013

Suntory acoge a Lucozade Ribena Suntory

2017

Se forja la "Filosofía de Agua Sostenible" del Grupo Suntory



2020

Se desarrollan actividades educativas de Mizuiku en Francia, en colaboración con Grand Parc Miribel Jonage



2014

Se constituye el grupo Suntory Beverage & Food Europe (SBFE). Se desarrolla la "Perspectiva ambiental de Suntory hacia 2050" (*Suntory Environmental Vision towards 2050*)

2021

Se aprueban los objetivos de reducción de las emisiones de GEI para 2030 del Grupo Suntory: objetivos alineados a 1,5°C de la iniciativa "Objetivos basados en la ciencia" (*Science Based Targets initiative, SBTi*)

2023

El Grupo Suntory adopta un nuevo propósito empresarial: "Inspirar el brillo de la vida, creando experiencias enriquecedoras para las personas, en armonía con la naturaleza". Se lanza Mizuiku en Reino Unido



2022

Se lanza Mizuiku en España

Key stats



2,2 billones de euros

(VVN 2023).



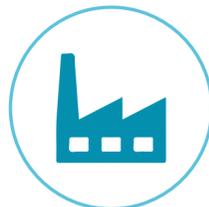
8 marcas emblemáticas



Operaciones en

60

países



9 instalaciones de producción e investigación



2.600 millones de litros

vendidos en 2023



3.410

empleados



- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos

Nuestra cadena de valor



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Nuestra filosofía

A principios de 2023, se desvela nuestro nuevo propósito de *“inspirar el brillo de la vida, creando experiencias enriquecedoras para las personas, en armonía con la naturaleza”*, y que se adhiere a los valores que nuestros empleados han de acoger para lograrlo: *“Growing for Good”*, *“Yatte Minahare”* y *“Giving Back to Society”*. Esta rearticulación de nuestra filosofía resume aquello que más valoramos y respetamos como empresa. No somos únicamente fabricantes de productos. Somos una empresa que crea experiencias enriquecedoras, alegría e inspiración, en todos y cada uno de nuestros consumidores y clientes. Tras haber lanzado este nuevo propósito en el mes de abril, hemos querido arraigarlo en toda nuestra empresa, cerciorándonos de que contribuye a impulsar nuestra actividad, así como a inspirar a todo nuestro personal.

Somos muy conscientes de que no podemos alcanzar “el brillo de la vida” sin el brillo de la tierra y de la sociedad. Por ello, nuestro propósito se apoya en la idea de *“Growing for Good”*, que además de ser uno de nuestros tres pilares, es también un valor que organiza y enmarca nuestra estrategia de sostenibilidad. *“Growing for Good”* forja un enfoque basado en un crecimiento sostenible que surge de nuestra creencia en el bien que aporta el crecimiento, por tanto, el bien y el crecimiento son igualmente importantes y están íntimamente ligados. Cuanto más grandes somos, mayor puede ser nuestro impacto positivo.

Los propósitos y los valores que hemos adoptado son aplicables tanto a la empresa en su conjunto como a cada individuo. No se trata únicamente de apoyar el crecimiento de la empresa, sino de que nosotros mismos crezcamos: aprendamos y probemos nuevas formas, y mejoremos en todo lo que hagamos. No se trata de que simplemente aspiremos a ello, sino que es una mentalidad que impulsa nuestro negocio día a día. Es una mentalidad que nos obliga a dirigir una empresa eficiente y ágil que invierte en sus empleados y se basa en la sostenibilidad para alcanzar el éxito.

Queremos ser una empresa que siempre tenga un impacto positivo en su comunidad, queremos un futuro mejor para todos, y adoptamos medidas concretas para conseguirlo.





Nuestro propósito

“Inspirar el brillo de la vida creando experiencias enriquecedoras para las personas, en armonía con la naturaleza”.

Nuestros valores

- **“Growing for Good”:** Nuestro compromiso es el crecimiento inclusivo. A medida que ampliamos nuestro alcance, nuestra huella operativa y nuestra influencia global, nos esforzamos para beneficio de todas las partes interesadas y en contribución a la sociedad.
- **“Yatte Minahare”:** Con la convicción de desafiar lo convencional y con el valor de soñar lo imposible, perseguimos objetivos audaces con tenacidad e impávidos ante el fracaso. Innovar no es fácil, pero si seguimos adelante, encontraremos la manera.
- **“Giving Back to Society”:** Reinvertimos nuestros beneficios no solo para hacer que progrese nuestro negocio y nuestros empleados, sino para mejorar la sociedad y el medioambiente. Dedicamos nuestro tiempo y nuestras capacidades a enriquecer la vida de los demás en las comunidades donde vivimos y trabajamos.



Nuestro comportamiento

Nuestro comportamiento, al que llamamos “espíritu de liderazgo Suntory”, presenta un perfil de desempeño excepcional gracias al conjunto de competencias de que disponen todas las empresas del Grupo Suntory. Este comportamiento sirve para medir el “cómo hacer” de los empleados, y pondera en igual medida su desempeño respecto a sus objetivos (su “quehacer”).

- **“Yatte Minahare”:** Actúa con espíritu pionero, compromiso y firme voluntad de crear valor y obtener resultados; cultiva la innovación a través de la experimentación y aprendiendo de los éxitos y los fracasos.
- **Mentalidad “gemba”:** Actúa con una mentalidad “gemba” para conocer las necesidades de los consumidores, los clientes y los compañeros, identificando nuevas oportunidades para crear y distribuir valor.
- **“Better Together”:** Trabaja en colaboración con otras personas a través de los equipos y más allá de las fronteras; fomenta la diversidad de perspectivas y crea una cultura integradora que rompa compartimentos, trabaja más allá de las jerarquías y aprovecha nuestra fuerza colectiva.
- **Orientación hacia el futuro:** Anticipa las posibilidades futuras y adopta una visión global de la empresa, equilibrando las necesidades inmediatas con una perspectiva a largo plazo; desarrolla planes adecuados en el contexto de nuestro valor de “Growing for Good”.
- **Compromiso con el crecimiento:** Demuestra un compromiso con el crecimiento personal y con el de los demás; adopta un enfoque holístico y a largo plazo para equilibrar el bienestar personal y el desarrollo profesional con los objetivos de la organización.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

“Growing for Good”

Nuestra estrategia de sostenibilidad “*Growing for Good*” produce importantes repercusiones sociales y ambientales en nuestra actividad e impulsa acciones que benefician a nuestros consumidores, socios y empleados, así como a las comunidades en las que operamos. Nuestro objetivo general es maximizar el impacto positivo.



Este propósito nos guía hacia la producción de bebidas que alegren la vida de las personas y les ayuden a mantenerse sanas y activas, así como a apoyar y desarrollar a nuestros empleados y comprometernos con nuestras comunidades, a través de iniciativas que cambien vidas. Nuestro trabajo pretende igualmente minimizar el impacto negativo de nuestro negocio, reduciendo las emisiones de carbono y el consumo de agua, comprometiéndonos a un envasado sostenible y garantizando que nuestra cadena de suministro sea ética y transparente.

Nuestro marco “*Growing for Good*” está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y constituye la base de nuestra estrategia de “*Growing for Good*”. Consta de cuatro pilares fundamentales: “nuestras bebidas”, “nuestros recursos”, “nuestra sociedad”, “nuestros socios y nosotros”. Este marco fue inicialmente desarrollado en 2018, tras una evaluación del proceso de materialidad con el fin de identificar aquellos componentes de la sostenibilidad que tienen especial relevancia para el buen funcionamiento de nuestra actividad. Desde entonces, escuchamos a las partes interesadas y hacemos seguimiento del entorno para identificar aquellas cuestiones que son recientes y relevantes, y en función de las cuales actualizamos nuestro marco y nuestra estrategia. Este año también se ha renovado el proceso de materialidad, lo cual ha supuesto una evolución de nuestro enfoque. A continuación, ofrecemos más información al respecto.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Nuestro marco "Growing for Good"



Nuestras Bebidas



Nuestros Recursos



Nuestros Socios y Nosotros



Nuestra Sociedad



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Nuestra estrategia está basada en una Política de Sostenibilidad propia. Esta política se desarrolla dentro de un enfoque de sostenibilidad inherente a SBFE, pero además adquiere compromisos adicionales dentro del ámbito de la sostenibilidad, entre los cuales destacamos: el cumplimiento de las leyes y los reglamentos pertinentes en materia de medioambiente y sostenibilidad; el desarrollo de sistemas de gestión en todas las operaciones para la mejora continuada de nuestros resultados en el campo de la sostenibilidad; la participación y la formación de nuestros empleados en cuestiones de sostenibilidad; así como el cumplimiento de todos aquellos requerimientos que garanticen la incorporación y el arraigo de la responsabilidad en toda la cadena empresarial.

Nuestra estrategia de "Growing for Good" está estrechamente integrada en nuestra estrategia corporativa como un área de prestaciones que es fundamental para la empresa. Cada año, dentro del marco de las prioridades estratégicas de SBFE, definimos una serie de prioridades de sostenibilidad en función de las necesidades de nuestro negocio, de las aportaciones de partes interesadas, así como de otros factores externos.

En 2023, nuestras prioridades en materia de sostenibilidad fueron:

 El envasado sostenible, principalmente el plástico reciclado.

 La reducción del azúcar

 La disminución de nuestras emisiones

Desde esta perspectiva, nos comprometimos a que nuestro valor de "Giving Back to Society" continúe arraigándose en todos los empleados de SBFE, y a todos ellos se les ha informado de estas prioridades.



Nuestro proceso de materialidad

A finales de 2022 y principios de 2023, trabajamos con consultores de sostenibilidad y de negocio para emprender un proceso de doble materialidad, con el fin de refrescar y actualizar nuestra comprensión del impacto que tenemos en la sociedad y el medioambiente, y el impacto que las cuestiones sociales y ambientales tienen en nuestro negocio. La adopción de este enfoque de "doble materialidad" ha contribuido a estrechar los vínculos entre la estrategia de sostenibilidad y la planificación en nuestra empresa, así como, por ejemplo, entre las funciones de sostenibilidad y riesgo. También ha ayudado a nuestra empresa a prepararse para un proceso de materialidad integral conforme a la normativa, que se llevará a cabo en 2024.

Nuestro proceso ha implicado disponer de:

- un punto de referencia del sector;
- una revisión de los estándares y los ratings externos en términos de sostenibilidad, incluidos MSCI y SASB;
- una prospectiva que identifique los problemas emergentes y el modo cambiante de los problemas existentes;
- una encuesta entre los empleados para conocer su opinión sobre las prioridades estratégicas;
- una serie de entrevistas en profundidad, con expertos externos sobre temas que consideramos especialmente importantes para nuestro negocio, como el ultraprocesamiento, el agua, el azúcar, el valor neto cero, la agricultura sostenible, el consumo responsable y los salarios justos en toda la cadena de suministro.

El proceso culmina en una serie de sesiones de trabajo para explorar las conclusiones y las implicaciones en la estrategia y el marco de la empresa. Los resultados del proceso y ciertas recomendaciones de nuestros auditores internos nos han permitido evolucionar en el marco y la estrategia empresarial para que continúen siendo reflejo de nuestro negocio y el mundo que nos rodea.

Compromiso de las partes interesadas y colaboraciones

Nuestra estrategia de “*Growing for Good*” y nuestras prioridades de sostenibilidad se apoyan en un continuo seguimiento de las perspectivas de las partes interesadas, tanto internas como externas, con quienes mantenemos un diálogo permanente a través de diversos canales. Este diálogo garantiza que actuemos sobre cuestiones relevantes para nuestros grupos de interés que repercutirán en nuestro éxito empresarial a largo plazo.

Nuestro enfoque de compromiso con las partes interesadas

- **Socios comerciales y proveedores:** Colaboramos regularmente con socios comerciales y proveedores de toda nuestra cadena de valor, con el fin de mejorar la calidad de los productos y compartir las mejores prácticas de sostenibilidad.
- **Consumidores y clientes:** Respondemos a consultas, quejas y comentarios de los consumidores, a través de canales propios: los centros de atención al consumidor y las redes sociales; colaboramos también con grupos de consumidores, para conocer sus opiniones en relación a nuestros productos y actividades de marketing; nuestro equipo comercial mantiene comunicación con los clientes a través de encuestas de desempeño en la clientela; y ofrecemos información actualizada sobre la marca y la empresa en nuestro sitio web.
- **Gobiernos, ONG y organizaciones de la sociedad civil:** Nos reunimos periódicamente con gobiernos, ONG y organizaciones de la sociedad civil y nos comprometemos con ellos, a través de una participación en los foros relevantes del sector, así como mediante consultas a las partes interesadas; garantizamos también que se divulguen aquellas actividades de la empresa que puedan ser de interés en el portal web de SBFE.
- **Empleados, otros trabajadores y sindicatos:** Contactamos regularmente con los empleados, a través de encuestas y foros de participación, y ponemos a su disposición una línea directa de denuncia de irregularidades para tratar cuestiones de interés; y trasladamos la información a los empleados a través de los canales habituales de la empresa.



Sabemos que estando solos no podemos resolver los retos de sostenibilidad a los que nos enfrentamos: la colaboración es primordial. Por tanto, participamos activamente en iniciativas externas y asociaciones de las que somos miembros, con el fin de aumentar nuestro impacto y que ello nos ayude a cumplir nuestro propósito y nuestra estrategia de sostenibilidad. A continuación, exponemos algunas de nuestras principales asociaciones, proyectos y colaboraciones, las cuales se integran en un abanico aún más amplio de contribución a diversas iniciativas.

- [Apprentice Nation](#)
- [Carbios](#)
- [Cool Farm Alliance](#)
- [Firmante del Código de Conducta de la UE sobre Prácticas Empresariales y de Comercialización Responsables](#)
- [FareShare](#)
- [The Farming and Wildlife Advisory Group](#)
- [La iniciativa “Objetivos basados en la ciencia” \(a través de Suntory\)](#)
- [Secours Populaire](#)
- [Sedex](#)
- [Severn Rivers Trust](#)
- [La iniciativa de Agricultura Sostenible \(Sustainable Agriculture Initiative, SAI\)](#)
- [UNESDA, BSDA, BRF, ANFABRA, WFA, ICBA](#)

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Avances en nuestras prioridades

Pilar	Objetivo	2023	Estado
 Nuestras bebidas	Se reduce en un 35% del azúcar añadido en nuestras bebidas en el año 2025	26%	Precisa atención
	Se duplica el volumen de bebidas vendidas con menos de 5 g/100 ml de azúcar en 2025, desde el año base, 2015	2,9x	Se cumple o va por delante
 Nuestros recursos	Se reduce el 50% de las emisiones de GEI de alcance 1 y 2 para 2030, desde el año base, 2019	19,4%	Se cumple o va por delante
	Se reduce el 30% de las emisiones de alcance 3 para 2023 desde el año base, 2019	14%	Precisa atención
	El 100% del envasado de plástico es sostenible en 2030		Se cumple o va por delante
	Se recicla el 50% del envasado en nuestras botellas en 2025	44%	Se cumple o va por delante
	Se recicla el 100% del envasado en 2025	75%	Precisa atención
	Se reducen a cero el vertido neto de residuos procedentes de fábricas y almacenes de SBFE para 2023	1,3%	Precisa atención
	Se recicla el 99% de nuestros residuos no peligrosos procedentes de fábricas y almacenes de SBFE para 2030	94,2%	Precisa atención
	Se reduce el 50% de los residuos de alimentos para 2050, desde el año base, 2019*	+27,5%	Precisa atención
	Se reduce el 20% de la intensidad hídrica** en nuestras operaciones directas para 2030 (respecto al año base, 2015).	15,81%	Se cumple o va por delante



*Datos basados en el nuevo ámbito de aplicación. El ámbito de residuos alimentarios se redefine en 2023 para cubrir el 100% de la cadena de suministro alimentario de SBFE y para excluir los alimentos que se redirigen a piensos o bancos de alimentos.

**Volumen de agua extraída por kilolitro de producción.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Cómo gestionamos el riesgo

La función de Gobernanza, Riesgo, Cumplimiento y Legal (*Governance, Risk, Compliance and Legal, GRCL*) de SBFE consiste en minimizar y gestionar el riesgo, garantizar el cumplimiento de las mejores prácticas e impulsar el comportamiento ético.

Dicha función comprende lo relativo a Riesgo, Controles Internos, Auditoría Interna y Asuntos Jurídicos, y está dirigida por el director de GRCL (*Chief GRCL Officer*) de SBFE, que a su vez es miembro del Comité Ejecutivo de SBFE. Los equipos de Riesgos y Controles Internos, conjuntamente, contribuyen a salvaguardar el negocio, garantizando la existencia de un entorno de control sólido, la identificación y mitigación de los riesgos, utilizando los adecuados mecanismos de control, así como el seguimiento y la supervisión de dichos controles.

La identificación de riesgos, como parte de un ciclo continuo de gestión de riesgos, tiene lugar a distintos niveles dentro de SBFE. Con el fin de identificar los riesgos, se utilizan múltiples canales y fuentes de información internas y externas como, por ejemplo, los talleres sobre riesgos internos, las sesiones informativas sobre riesgos a disposición del público o las comunicaciones con las asociaciones profesionales.



En 2023, SBFE implanta una nueva plataforma de software para mejorar la eficiencia del proceso de gestión de riesgos. Esta plataforma informática de gestión de riesgos de SBFE permite a cualquier empleado identificar y registrar nuevos riesgos. Posteriormente, el equipo de Gestión de Riesgos de SBFE revisa los riesgos y los asigna a sus correspondientes titulares para su evaluación y gestión. Asimismo, el equipo puede identificar y marcar riesgos nuevos a partir de la revisión y el análisis de la información que recibe, tanto de fuentes internas como externas. Los riesgos se evalúan utilizando un conjunto estandarizado de criterios de evaluación y basado principalmente en cuatro medidas (impacto, probabilidad, velocidad y preparación en la gestión). La valoración de los riesgos corre a cargo de personal interno, expertos en la materia, que actúan como titulares del riesgo, con los conocimientos suficientes del riesgo para evaluarlo adecuadamente.

A cada riesgo se le asignan: un titular ejecutivo del riesgo (*Executive Risk Owner*), que es miembro del Comité Ejecutivo de SBFE y que tiene la responsabilidad general de evaluar y mitigar adecuadamente el riesgo; así como un titular responsable del riesgo (*Accountable Risk Owner*) y un titular del riesgo (*Risk Owner*), los cuales tienen la responsabilidad de garantizar que el riesgo se gestiona de manera oportuna con las mitigaciones adecuadas y unos planes de acción bien definidos y aplicables. Los titulares responsables del riesgo y los titulares del riesgo son miembros de los equipos de liderazgo local o funcional o de equipos de liderazgo más amplios. De este modo, se garantizan unos conocimientos especializados y la autoridad necesaria, para así poder mitigar e informar de los resultados a los responsables ejecutivos del riesgo, como medio de garantía.

Así mismo, nuestra función de GRCL ofrece formación sobre gestión del riesgo empresarial (*Enterprise Risk Management, ERM*) a nuestros titulares ejecutivos de riesgos, así como formación sobre gestión de riesgos operativos a nuestros titulares del riesgo, tanto funcionales como de mercado. La formación engloba los procesos de ERM, los principios básicos de la gestión del riesgo y el ciclo de gobernanza de la gestión del riesgo empresarial de SBFE.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Los riesgos se supervisan y notifican, de forma continua, a través de la plataforma de “Gestión del Riesgo”, lo cual permite al equipo de Gestión del Riesgo de SBFE mantener una visión holística del proceso, así como conocer el progreso y la cartera total de los riesgos de SBFE. Además, los nuevos riesgos identificados y los avances en la gestión de los riesgos existentes se reportan formalmente dos veces al año, durante las reuniones sobre el riesgo, que se celebran con los equipos de liderazgo regionales, funcionales y de mercado. Este proceso contribuye a garantizar una mayor concienciación sobre los riesgos y un intercambio de conocimientos sobre las medidas necesarias para mitigarlos.

Los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG, *Environment, Social and Governance*), incluidos los riesgos climáticos, forman parte de la cartera total de riesgos de SBFE y están dentro de este proceso de gestión del riesgo. El director general (*Chief Executive Officer, CEO*) es el titular ejecutivo del riesgo para todos los riesgos relacionados con el clima, mientras que la directora de Sostenibilidad (*Sustainability Director*) actúa como titular responsable del riesgo y, como su nombre indica, es responsable de su evaluación y gestión. En 2022, el Grupo Suntory realizó una evaluación de riesgos y oportunidades en relación con el clima y con impacto en la empresa y la sociedad. Esta evaluación se publicó en el sitio web del Grupo, una divulgación alineada con el Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima (*Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD*).

En 2021, SBFE también llevó a cabo una evaluación ABC de riesgos en todo su negocio europeo, con el apoyo de PwC. Esta evaluación identificó una serie de riesgos que se siguen abordando. El conflicto de intereses y la diligencia debida de terceros fueron los principales riesgos regionales identificados y, durante los años 2022 y 2023, estas cuestiones se han abordado con carácter prioritario. En 2023, se pone en marcha una nueva política sobre conflicto de intereses y un proceso de divulgación para nuestro equipo de Liderazgo Ampliado (*Extended Leadership Team*), y se lanza una versión actualizada de nuestra herramienta de diligencia debida de terceros, Catalyst.



Gobernanza de la sostenibilidad

Nuestra directora de Sostenibilidad de SBFE depende directamente del director general de SBFE. La directora de Sostenibilidad de SBFE forma parte del Comité Directivo de Sostenibilidad de SBFE, mientras que el director general de Suntory Beverage & Food (SBF) Internacional forma parte tanto del Consejo de SBF como del Comité de Sostenibilidad de SBF.

El director general de SBFE depende directamente del director de SBF International. Tanto el equipo de Dirección Ejecutiva de SBFE como el director general de SBF International reciben información actualizada sobre sostenibilidad del Comité Directivo de Sostenibilidad de SBFE y de la directora de Sostenibilidad de SBFE. El Comité Directivo de Sostenibilidad de SBFE cuenta con el apoyo de los grupos de trabajo de las áreas prioritarias y de los directores de sostenibilidad de cada uno de nuestros mercados. El Comité proporciona información actualizada al Comité de Sostenibilidad de SBF que, en última instancia, informa al Consejo de Administración de Suntory Holdings, a través del Comité de Sostenibilidad Global.

Nuestra estrategia se apoya en una serie de marcos, iniciativas y acreditaciones externas. Cada pilar y área prioritaria está alineada con uno o más de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y nuestros compromisos apoyan plenamente los objetivos de la UE en relación a una alimentación y bebida más sanas y una economía circular. Hemos firmado el Código de Conducta de la UE sobre [Prácticas Empresariales y de Comercialización Responsables en el Sector de la Alimentación](#), el cual ofrece “una vía común a la que aspirar para lograr sistemas alimentarios sostenibles” y, siguiendo su línea de trabajo, damos a conocer e informamos sobre nuestros avances. Somos también miembro activo de la Federación Europea de Bebidas Refrescantes (Union of European Soft Drinks Associations, UNESDA), en una búsqueda por perfilar y mantener sus compromisos en materia de sostenibilidad. Además, somos miembros de asociaciones gremiales locales en nuestros mercados prioritarios, por ejemplo, participamos en la Asociación Británica de Bebidas Refrescantes (*British Soft Drinks Association*, BSDA), en la Asociación Francesa de Bebidas Refrescantes (*Boissons Rafraîchissantes de France*, BRF) y en la Asociación Española de Bebidas Refrescantes (ANFABRA).



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Nuestras Bebidas

21 Menos azúcar

23 Foco de Atención: Nuevas bebidas sin azúcares ni calorías

24 Formulación responsable

26 Alta calidad



Menos azúcar

Tener una dieta equilibrada, con un consumo limitado de azúcar, puede llevar a una vida más saludable y ayudar a mitigar determinados problemas de salud como podría ser la obesidad. No tener en consideración las repercusiones negativas que el azúcar ocasiona no solo es perjudicial para nuestro impacto en la sociedad, sino que ello podría crear riesgos en el cumplimiento de la normativa, así como en la reputación de nuestra empresa. Durante mucho tiempo, SBFE ha reconocido la oportunidad de desarrollo de nuestra cartera reduciendo el azúcar añadido y creando nuevas e interesantes alternativas con bajo contenido de azúcar, y nos hemos impuesto ambiciosos objetivos dentro de este ámbito.

Políticas y enfoque

Consideramos que es un orgullo para SBFE el haber marcado la pauta como líder del sector en la reducción del contenido de azúcar en nuestros productos.

En 2015, las empresas que componen SBFE se unieron para cumplir el ambicioso objetivo a largo plazo de reducir el azúcar añadido en un 35% en toda nuestra cartera antes del 2025. Ello refleja la importancia que concedemos a una nutrición más saludable, siendo este componente clave de nuestra estrategia de sostenibilidad. A través de UNESDA, SBFE también se ha unido a sus homólogos del sector en el compromiso de reducir el promedio de azúcar añadido en las bebidas refrescantes europeas en un 10%, durante el periodo de 2019 a 2025.

El cumplimiento de estos compromisos exige trabajar en dos iniciativas complementarias. La primera es reformular muchas de nuestras bebidas actuales, para conseguir la reducción del contenido de azúcar. La segunda es crear

nuevas bebidas con menos azúcar y calorías, y así ampliar la gama de opciones más saludables para los consumidores. La reformulación de las bebidas, sobre todo, de sabores emblemáticos como Orangina, Lucozade y Ribena, no es fácil. Es por ello que hemos realizado importantes inversiones en investigación y desarrollo durante un largo periodo de tiempo, y nuestros expertos en sabor y nutrición trabajan incansablemente para innovar, buscar nuevos enfoques y compartir las mejores prácticas en todo el mundo.

Hacemos un seguimiento de los niveles de azúcar en toda nuestra cartera de productos, a través de nuestra base de datos en relación al azúcar, e informamos de los avances con respecto a nuestros compromisos en la reducción del contenido de azúcar, a través de una presentación anual de dicha información, al Código de Conducta de la UE sobre Prácticas Empresariales y de Comercialización Responsables en el Sector de la Alimentación.

El encargado responsable de este programa coordina estos esfuerzos en la reducción de los niveles de azúcar y lleva el seguimiento de nuestros avances con respecto a nuestros compromisos.



- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos



Se reduce un **26%** En 2022: **El 24%** del azúcar añadido desde 2015

 **Reducir el 25% en el periodo 2015–2030**

2,9 veces En 2022: **2,8 veces**

el volumen de bebidas con menos de 5 g/100 ml de azúcar vendidas en 2023, en comparación con 2015

 **Duplicar el volumen en el periodo 2015–2030**

Progreso

Desde 2015 (nuestro año base), hemos reducido el azúcar añadido de nuestra cartera de productos en un 26 %. Para reducir el contenido de azúcar en nuestras actuales bebidas, hemos optado por reformular nuestras recetas. En 2023, ello ha supuesto la reducción del contenido de azúcar de nuestra “Schweppes Indian Tonic” en España en un 58 %, que pasa de 5,4 g/100 ml en 2022 a 2,4 g/100 ml, así como la reducción del contenido de azúcar de nuestra “Schweppes Bitter Lemon” en Bélgica, Polonia y Europa Central en un 46 %, pasando de 7,8 g/100 ml en 2022 a 4,2 g/100 ml.

Hemos lanzado también nuevas fórmulas, bajas en calorías o sin calorías, en toda nuestra cartera, que han contribuido a nuestros objetivos de reducción de azúcar. En 2023, el 17 % del volumen de bebidas que vendimos eran bajas en calorías o sin calorías, y casi triplicamos el volumen de bebidas vendidas con menos de 5 g/100 ml de azúcar, en comparación con 2015. Nuestros esfuerzos durante 2023 significan una reducción en el azúcar añadido en nuestra cartera francesa en un 15%, en comparación con 2015, nuestro año base, siendo esta una mejora significativa en comparación con el descenso del 10% que habíamos logrado a finales de 2022. En España, hemos reducido el contenido medio de azúcar de todas las marcas de nuestra cartera en un 34 %, con respecto a 2015. Para más información sobre los lanzamientos de nuevos productos y renovaciones, véase más adelante nuestro *Foco de Atención: [Nuevas bebidas sin azúcares ni calorías.](#)*

Un indicador útil de nuestros esfuerzos en la reducción del azúcar, especialmente en Francia, es Nutri-Score, un sistema de etiquetado nutricional situado en la parte frontal del envase, que informa a los consumidores sobre la calidad nutricional general de un producto y que les permite, con un simple vistazo, tomar decisiones informadas. En 2023, se actualizó el algoritmo Nutri-Score. Para alcanzar un Nutri-Score C (máxima puntuación que

puede obtener un refresco), el contenido de azúcar de una bebida no puede superar los 6 g/100 ml, mientras que antes el límite era de 3 g/100 ml. Este cambio también hizo que edulcorantes bajos en calorías recibieran puntos negativos y obtuvieran una calificación más baja. Adaptarse a este cambio ha resultado ser todo un reto, ya que los edulcorantes suelen ser la herramienta más eficaz a la hora de explorar opciones para reducir el contenido de azúcar y tener bebidas bajas en calorías. A pesar de ello, nuestro esfuerzo continuado en conseguir reducir gradualmente el azúcar de nuestras bebidas, para que los consumidores puedan adaptarse poco a poco a bebidas menos dulces, significa que estamos bien equipados para adaptarnos a este cambio, y seguimos explorando opciones para ampliar aún más nuestros esfuerzos.

Planes de futuro

Trabajaremos para lograr una reducción global del 30 % de los azúcares añadidos con respecto a nuestro año de referencia, finales de 2024.

Para ello, reduciremos aún más el contenido de azúcar de nuestra “Oasis Tropical France”. Esta reformulación producirá la mayor proporción de reducción de azúcar prevista para 2024, por ser “Oasis Tropical France” una de nuestras bebidas más vendidas. También nos ocuparemos de reformular “Orangina Rouge” y “Schweppes Mojito” en Europa, así como de reducir el contenido de azúcar en la Orangina vendida en Camerún y Costa de Marfil.

Además, tenemos previsto lanzar una versión baja en calorías de “Schweppes Indian Tonic” en Suiza y Noruega, y llevar al Caribe nuestro “Lucozade Original” bajo en azúcar. Puede que no alcancemos nuestro ambicioso objetivo de reducir el contenido de azúcar añadido en un 35% para el año 2025, pero estaremos muy cerca, y continuaremos nuestra marcha en la reducción del azúcar más allá de una meta voluntaria.

- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos

🔍 Foco de Atención: Nuevas bebidas sin azúcares ni calorías

A lo largo de este año, hemos lanzado una gama de nuevas e interesantes bebidas: una oferta a los consumidores de opciones más saludables, bajas en calorías y azúcares.



En Gran Bretaña e Irlanda (GB&I), se lanza la opción sin azúcar para dos de nuestras marcas Lucozade: “Lucozade Sport” y “Lucozade Alert”. Con solo 4 kcal, por ración, y sin azúcar, “Lucozade Sport Zero Sugar” se crea para satisfacer la creciente necesidad de los consumidores de una bebida hidratante con un rico sabor, baja en calorías y sin azúcar. “Lucozade Alert Zero Sugar Mango Peachade” ha sido el primer paso de la marca dentro del segmento de las bebidas energéticas sin azúcar, lo cual es reflejo de la creciente demanda, entre nuestros consumidores, de más opciones bajas en azúcar o sin azúcar.



En Francia, lanzamos “Oasis Tropical” sin azúcar, “Orangina Zero” y “Pulco Citronnade” con azúcar reducido, así como versiones bajas en calorías de “Schweppes Indian Tonic” y “Agrumes”, en Martinica y Reunión. Estos lanzamientos han contribuido al progreso que en materia de azúcar está teniendo lugar en toda nuestra cartera de SBFF. A finales de 2023, el 37 % de nuestra gama de SBFF contendrá un máximo de 5 g de azúcar por 100 ml.



En España, lanzamos “Schweppes Naranja Zero”, lo que significa que el 98% de nuestra cartera española es baja en calorías o sin calorías, y que hemos reducido el contenido medio de azúcar en un 59% con respecto a 2006.



En Polonia, lanzamos versiones bajas en calorías de “Dr Pepper” y “Schweppes Wild Berry”, y en Europa Central lanzamos versiones bajas en calorías de toda la cartera de Schweppes, incluidas “Indian Tonic”, “Agrumes”, “Ginger Ale”, “Orange” y “Bitter Lemon”.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Formulación responsable

El modo en que formulamos nuestras bebidas cambia constantemente en función de las nuevas tecnologías, la investigación y las preferencias de los consumidores. Queremos garantizar que nuestros productos no solo cumplen con toda la normativa legal y sanitaria, sino que pueden formar parte de una dieta equilibrada, sin que ello produzca un impacto negativo en nuestros consumidores y en la sociedad. Por tanto, somos constantes en el seguimiento de la investigación puntera y el consenso que garantiza la calidad de nuestros productos, así como en la reducción de cualquier riesgo para nuestra empresa. Esta evolución e innovación constantes son una oportunidad para que SBFE se adelante a los acontecimientos y siga deleitando a los clientes en el largo plazo.



Políticas y enfoque

Además de reducir el contenido de azúcar de nuestras bebidas, nuestro compromiso es utilizar más ingredientes naturales en nuestros productos, lo cual supone reducir el número de conservantes, colorantes y aromas artificiales en toda nuestra gama.

Para llevar un seguimiento de nuestros esfuerzos, hemos creado una base de datos que registra el número de conservantes, colorantes y aromas artificiales que contiene cada bebida. Ello nos permite supervisar periódicamente nuestros progresos en la mejora del perfil natural de nuestras bebidas e identificar aquellas áreas que requieren una atención especial para su mejora.

Además, estamos trabajando estrechamente con SBF Japón para desarrollar aditivos y moduladores naturales, como parte de una iniciativa global diseñada para que, con sustitutos naturales, podamos reemplazar los aditivos que actualmente contienen nuestras bebidas. Para conseguirlo, se han de desarrollar alternativas naturales ya existentes, como son la estevia y las materias frutales.

Como miembros de UNESDA, la Asociación Europea de Bebidas Refrescantes, trabajamos conjuntamente en la campaña contra el uso de

información no científica en lo concerniente a alimentos ultraprocesados; y defendemos la importancia de hacer un seguimiento equilibrado e informado a todos los niveles: sectorial, nacional, europeo e internacional.

En 2023, desarrollamos el Código de Comercialización Responsable de SBFE, que contiene orientaciones sobre el consumo responsable y explica en detalle cómo informamos a los consumidores del contenido nutricional, a través de la información nutricional que aparece en el envase y en internet. Explica también cómo representamos el consumo responsable de nuestros productos y cómo proporcionamos a los consumidores información suficiente para tomar decisiones de manera informada. Asimismo, este Código, que entrará en vigor en 2024, explica la forma en que comercializamos los productos que contienen alcohol, subraya la importancia de no hacer publicidad de ningún producto para consumidores que no hayan alcanzado la edad legal de compra, resalta que la publicidad no debe retratar un consumo irresponsable, y toda la comercialización debe incorporar un indicador que informe de la edad legal de compra.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

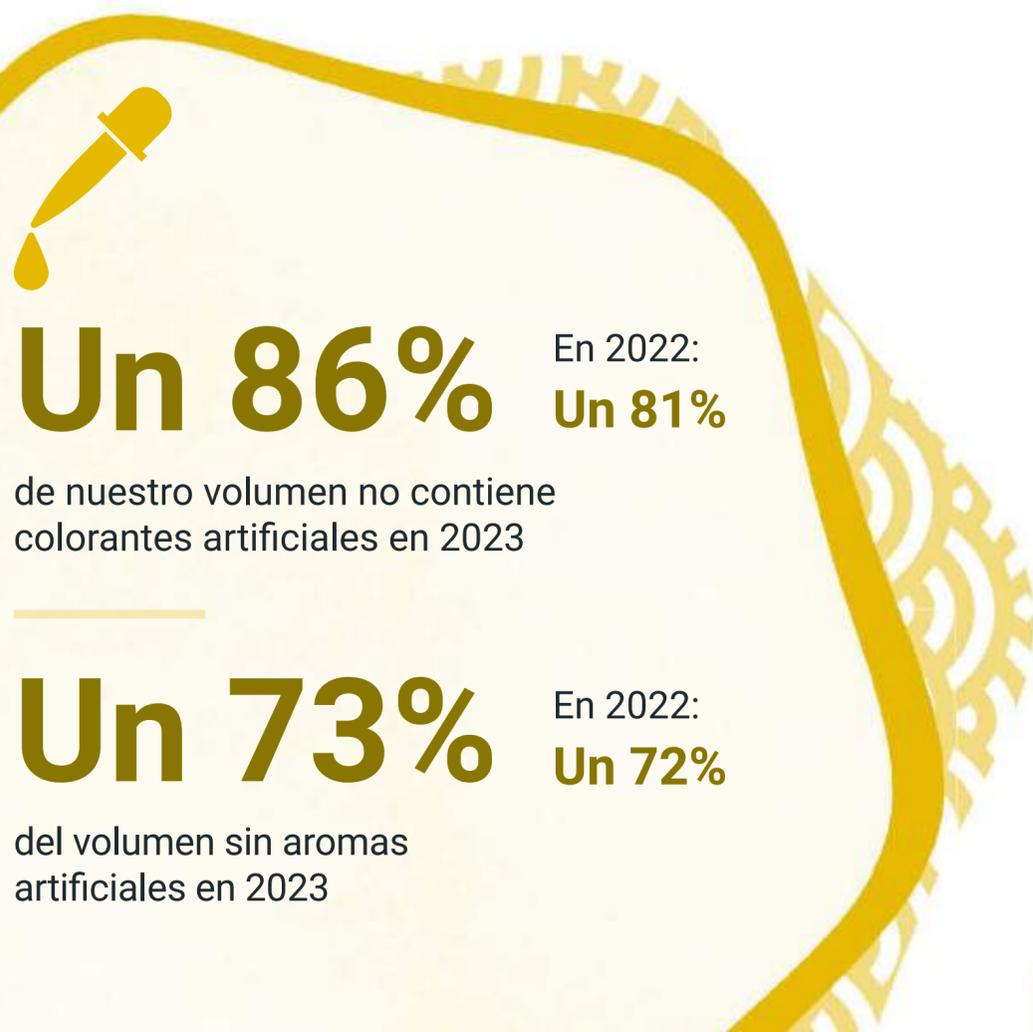
5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Progreso

En 2023, hemos seguido avanzando en la sustitución de ingredientes artificiales por alternativas naturales en todos nuestros productos. En 2023, los cambios en las formulaciones permiten que el 86 % de nuestro volumen total no contenga colorantes artificiales, frente al 81 % en 2022, y que el 73 % de nuestras bebidas se elabore con aromatizantes naturales, frente al 72 % en 2022.

Como parte de nuestro enfoque en materia de innovación de nuestras principales marcas, trabajamos en estrecha colaboración con nuestras marcas, es decir, con Schweppes, Lucozade, Orangina, Ribena y Oasis. Ello nos permite identificar qué especificidades tiene cada una de nuestras bebidas para que sean únicas, y así explorar cómo podemos desarrollar soluciones naturales para mejorar ese valor único de cada una de nuestras bebidas. Por ejemplo, a través de nuestro programa de innovación de marcas, Schweppes y Lucozade, el pasado año, lanzaron nuevas fórmulas que provocaron una reducción significativa en el contenido de azúcar y, en el caso de Lucozade, la eliminación del aspartamo.



Planes de futuro

De cara al futuro, hemos previsto que todos los empleados asistan a nuestro curso de formación *on line*, sobre el Código de Comercialización Responsable de SBFE, una vez sea publicado en 2024. El código incluye orientaciones relativas a una formulación responsable que garantice que el alcohol no debe mezclarse previamente con bebidas energéticas. Los empleados de Reino Unido que comercializan y venden alcohol recibirán igualmente la debida formación, como preparación al lanzamiento de la primera bebida con alcohol lista para consumo (*ready-to-drink*, RTD) en Reino Unido, en 2024.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Alta calidad

El control de la calidad es fundamental para el éxito de nuestra actividad empresarial y está en el núcleo de todos nuestros procesos y nuestra gobernanza. De esta manera, evitamos errores o consecuencias imprevistas que pudieran causar problemas a los consumidores, a las comunidades, a la sociedad y a nuestra propia empresa. A este respecto, queremos liderar nuestro sector porque consideramos que invertir en calidad es invertir a largo plazo en nuestro propio éxito.



Políticas y enfoque

Nuestra política “Todo por la calidad” resume nuestro compromiso de fabricar productos y prestar servicios de alta calidad, que cumplan e incluso superen las normas pertinentes de seguridad y calidad, respondiendo a los deseos de nuestros consumidores y clientes.

La adhesión a nuestra política de calidad es parte integrante de nuestros estándares de calidad, un conjunto de normas y requisitos comunes para los refrescos, que se extiende a todos nuestros mercados. Estas normas se aplican en todas las fases de nuestra cadena de suministro, incluidas las embotelladoras y las fábricas. Es una norma de calidad que se audita, interna y externamente, con la certificación FS22000. Desde esta perspectiva, es preciso mencionar que muchas de nuestras líneas de producción están también certificadas, siguiendo los estándares internacionales y alimentarios. Asimismo, nos cercioramos de que los empleados que lo requieran han de recibir una formación estrechamente alineada con nuestra política: “Todo por la calidad”.

Nuestro Programa Global de Calidad (*Global Quality Programme*) nos ayuda a anticiparnos a los problemas y a abordarlos con rapidez, para poder seguir así ofreciendo a los consumidores productos de la máxima calidad. Nuestros empleados trabajan asiduamente en el mantenimiento y la mejora de la calidad de nuestros procesos, es decir, en la planificación de los productos, el desarrollo, la adquisición de materiales, la fabricación, la distribución y los servicios de venta.

Nuestro laboratorio de Garantía de Calidad de los Productos (*Product Quality Assurance, PQA*), en España, desempeña un importante papel, ya que supervisa los productos que fabricamos en Europa, lo cual garantiza que cumplen sistemáticamente nuestras normas de alta calidad, desde la fabricación hasta el punto de consumo. El laboratorio realiza análisis mensuales, tanto de los productos que salen de nuestras instalaciones de fabricación como de los productos expuestos en el mercado, con el fin de garantizar que no haya problemas en el envasado, en el contenido o en el sabor. Cada año se analizan en torno a 15.000 muestras procedentes de todos nuestros mercados, incluyendo el control de muestras procedentes de más de 80 embotelladores y establecimientos comerciales de toda Europa, lo cual nos permite conocer la percepción de la calidad que tienen los consumidores en cada mercado. El laboratorio PQA contribuye además al desarrollo de nuevos productos y a la validación de nuevas embotelladoras y líneas de productos.

En 2023, nombramos a un nuevo director de Calidad, Medio Ambiente, Salud, Seguridad y Sostenibilidad (*Quality, Environment, Health, Safety and Sustainability, QEHSS*), que es parte integrante del equipo de liderazgo de la cadena de suministro de SBFE. Existe además un director de QEHSS para cada país de producción, que también es integrante del equipo de liderazgo de la cadena de suministro local y que depende del director de QEHSS de toda la empresa. Trabajamos en estrecha colaboración con expertos a nivel de grupo que se encargan de identificar posibles riesgos para la calidad, así como de tomar las medidas pertinentes para mitigarlos.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos



Progreso

En 2023, empezamos a implementar un programa de calidad del agua en SBFE, diseñado para garantizar que el agua que utilizamos cumple las normas de calidad pertinentes.

Comenzamos además a digitalizar el proceso de control de nuestros productos en todas nuestras líneas de producción, empezando con nuestra fábrica de Meyzieu. Ello ha contribuido a la eliminación del papel y a una inmediatez en el acceso a la información de los productos, a la vez que ha provocado una mejora en la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la eficacia y el proceso de detección de deficiencias.

Planes de futuro

En 2024, desarrollaremos una nueva política de calidad y tendremos una nueva auditoría de las normas de higiene;

Seguiremos desplegando el proceso de digitalización en nuestros centros de producción; y desarrollaremos pruebas sensoriales orientadas al consumidor en todas nuestras fábricas, que se sumarán a las pruebas ya existentes y a la formación impartida por expertos externos. Todo lo anterior vendrá acompañado por la implantación de nuevos estándares, así como por una mayor formación para los empleados.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Nuestros Recursos

29 Reducir las emisiones hasta alcanzar un valor neto igual a cero

33 Acelerar el envasado sostenible y circular

36 Gestión del agua

40 Menos residuos

43 Contratación sostenible – medioambiente

46 Agricultura sostenible

49 Foco de Atención: Proyecto piloto de agricultura regenerativa de grosella negra de Ribena



Reducir las emisiones hasta alcanzar un valor neto igual a cero

La crisis climática tiene y tendrá efectos devastadores en los ecosistemas, las comunidades y la vida en todo el planeta. Creará asimismo riesgos significativos para empresas como la nuestra, cuyas cadenas de suministro y de operaciones se verán cada vez más afectadas por un clima cambiante y unos fenómenos meteorológicos extremos cada vez más frecuentes. Debemos cumplir el objetivo que nos hemos marcado de reducir el valor neto de las emisiones hasta llegar a cero, y esperamos hacerlo de forma que ello mejore la resistencia y la sostenibilidad a largo plazo de nuestro negocio.

Políticas y enfoque

En 2019, nos marcamos unos ambiciosos objetivos en la reducción de las emisiones a corto plazo, que fueron aprobados en la iniciativa SBT (*Science Based Targets*). Para 2030, nos hemos comprometido a reducir nuestras emisiones de GEI de alcance 1 y 2 en un 50 % y nuestras emisiones de alcance 3 en un 30 % con respecto a nuestro año base, 2019. Además, estamos trabajando para lograr la neutralidad de carbono en toda nuestra cadena de valor antes de llegar a mitad de siglo.

Para alcanzar estos objetivos, hemos establecido dos programas de reducción, uno dirigido a las emisiones de alcance 1 y 2, y otro a las emisiones de alcance 3. Para cada programa, hemos establecido hojas de ruta regionales y locales, así como planes de acción asociados que se coordinan de forma centralizada. Las acciones identificadas para reducir las emisiones de alcance 1 y 2 incluyen la mejora de la eficiencia energética en nuestras fábricas, el abastecimiento de energía renovable para nuestras fábricas y oficinas propias, la producción de nuestra propia energía renovable y la reducción de la huella de carbono de nuestra flota.

Actualmente calculamos nuestras emisiones de alcance 1 y 2 dos veces al año, y nuestras emisiones de alcance 3 una vez al año, como parte del cálculo anual de la huella de carbono total. Comparamos estos resultados con nuestros objetivos anuales y evaluamos nuestra trayectoria hacia nuestro objetivo para el año 2030, ajustando las hojas de ruta y las prioridades de los proyectos cuando ha sido necesario, y así poder ir avanzando en el cumplimiento de nuestros objetivos. En 2023, volvimos a calcular nuestra huella de carbono de 2019 (como año base), así como nuestras huellas de carbono posteriores de 2020, 2021 y 2022, ya que algunos de nuestros datos habían sido corregidos de forma retroactiva. Estos datos hacen referencia a: el contenido reciclado de nuestros envases en todos los mercados, la hipótesis utilizada para calcular las emisiones asociadas al transporte de mercancías para SBF Iberia, las emisiones asociadas al uso de nuestros productos vendidos (lo cual incluye ahora el CO₂ liberado por nuestras bebidas carbonatadas), algunos otros factores de las emisiones y datos propios sobre el consumo de energía de alcance 1. Nuestros cálculos actuales e históricos de la huella de carbono ofrecen ahora una cuenta más precisa de nuestras emisiones totales de GEI. Véanse los datos aquí presentados y las tablas finales del presente informe.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

En 2023, hemos introducido una nueva función para reforzar nuestra actividad en lo concerniente al clima. El nuevo gerente del Clima (*Climate Manager*) es responsable de dirigir el plan de transición climática de la empresa, coordinando funciones y mercados para alcanzar colectivamente el objetivo de reducir las emisiones hasta alcanzar un valor neto igual a cero, en el año 2050 a más tardar. Además, hemos formado un Consejo Climático de SBFE, es decir, un equipo de partes interesadas internas, encargado de crear una hoja de ruta viable para reducir las emisiones de alcance 3, de preparar la hoja de ruta para nuestra transición para que su valor neto sea igual cero, y de planificar estrategias de adaptación que garanticen la resiliencia de la empresa frente a los riesgos físicos relacionados con el clima, así como los riesgos de la transición. El Consejo proporcionará un foro de colaboración para que personal de toda la empresa y de nuestros mercados debatan cuestiones, riesgos y oportunidades relacionados con el clima, revisen las políticas y los avances, y coordinen la toma de decisiones. Se reunirá cada dos meses y contará con representantes de sostenibilidad, compras, cadena de suministro, asuntos jurídicos, riesgos, investigación y desarrollo, y finanzas.



Progreso*

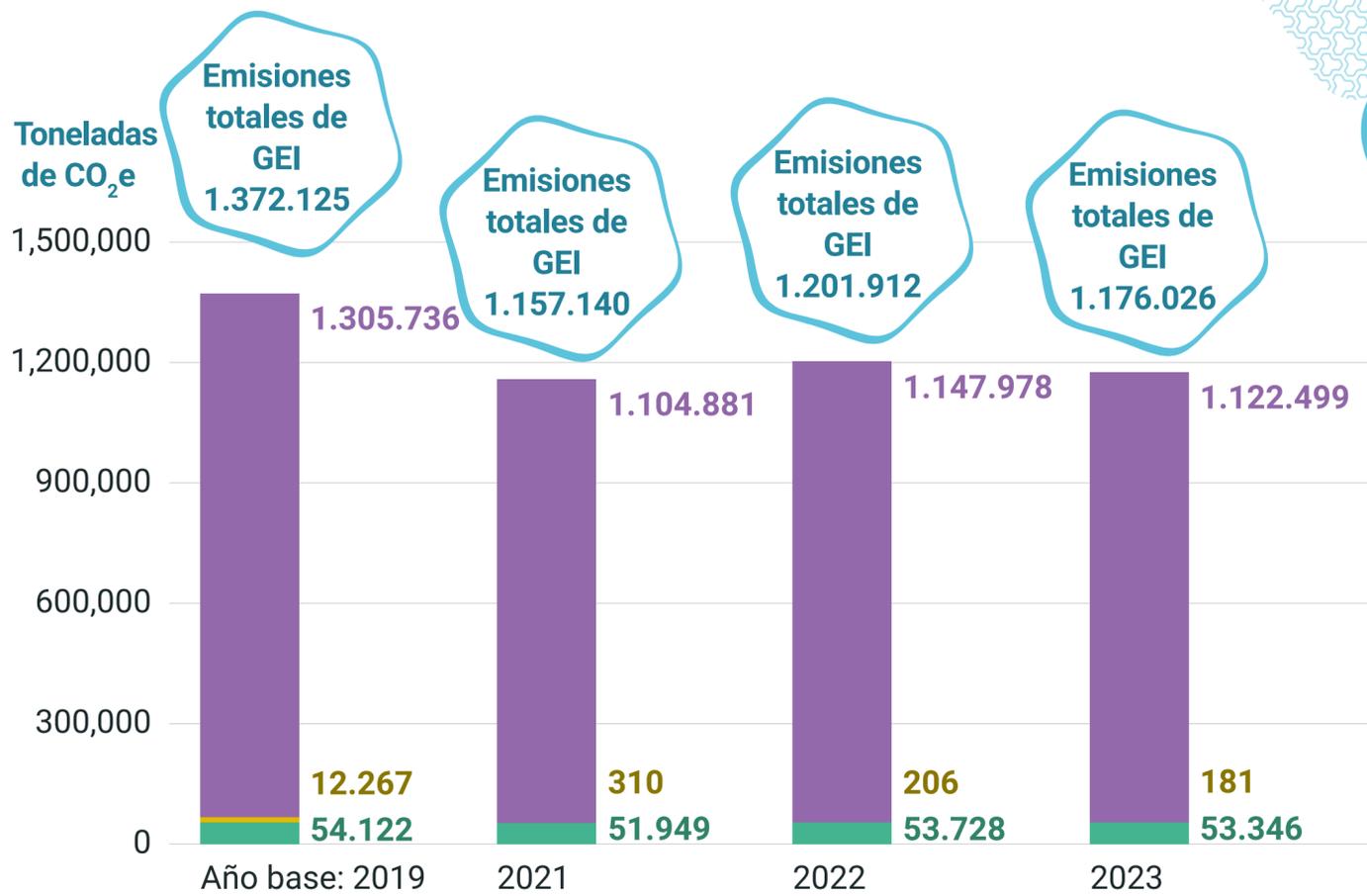
En 2023, nuestra huella de carbono global disminuyó un 2,15 %, lo cual significa una reducción de nuestra huella de carbono en un 14,29 % con respecto a nuestro año base (2019), por lo que estamos cumpliendo nuestros objetivos de reducción de emisiones. Nuestras emisiones de alcance 1 disminuyeron un 0,17%, lo cual se traduce en una disminución del 1,4% con respecto a nuestro año base, 2019. A pesar de reducir nuestras emisiones de alcance 1 en 2023, nuestro progreso ha sido más lento de lo que habíamos previsto. Esto se debe en parte a problemas de fiabilidad en una de nuestras fábricas donde tuvimos que utilizar temporalmente gasóleo, y en parte a problemas relacionados con el rendimiento de la caldera en otra de nuestras fábricas.

Nuestras emisiones de alcance 2 basadas en el mercado se han reducido un 11,91 % en 2023, lo cual supone una disminución del 98,52 % respecto a nuestro año de referencia, 2019. Esta reducción de las emisiones basadas en el mercado se debe principalmente al mayor uso de energías renovables, así como a mejoras en la eficiencia energética. Esta reducción de las emisiones de alcance 2 basadas en el mercado se ha logrado introduciendo más contratos de energía renovable en SBFE y reduciendo nuestra dependencia de las conexiones a la red en algunas ubicaciones, mediante el desarrollo y la utilización de energías renovables *in situ*. Por ejemplo, se calcula que los paneles solares instalados en nuestra fábrica de Toledo (España) en 2023 producirán el 13% de la demanda media anual de electricidad de la fábrica, reduciendo nuestra huella de carbono en 615 tCO₂e cada año. Nuestras emisiones de alcance 2 basadas en la ubicación se han reducido en un 6,62%, lo cual resulta en una disminución del 33,6% con respecto a nuestro año base, 2019. La reducción de las emisiones basadas en la ubicación se debe principalmente a mejoras en la eficiencia energética.

*Datos de alcance 3 aún están pendientes de verificación.

- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos

En 2023 hemos seguido introduciendo medidas para optimizar la eficiencia energética en nuestras fábricas, entre las cuales figuran: la mejora de la eficiencia de nuestras calderas, la ejecución de proyectos de recuperación de calor, el ajuste de las revoluciones de la ventilación de los tejados, el aislamiento de los equipos y la sustitución de la pasteurización del azúcar por un tratamiento UV en dos fábricas de Francia. La sustitución del pasteurizador de azúcar utilizado en nuestra fábrica de Meyzieu por un sistema UV ahorrará 225 tCO₂e cada año, y la puesta en marcha de una bomba de calor en esta fábrica ahorrará otras 330 tCO₂e cada año. Es un aliciente ver los progresos de nuestras fábricas y queremos que nuestros equipos aprendan unos de otros. Por este motivo, en 2023, creamos en SBFE un grupo de trabajo de alcance 1 & 2 de CO₂ y de agua para explorar buenas prácticas, tanto dentro como fuera de SBFE, y compartir nuestros aprendizajes en toda la empresa.



*Basado en el mercado.

Se reducen en un **19,37%** las emisiones de GEI de alcance 1 y 2 con respecto al año base, 2019

Reducir el 50 % para 2030

Se reducen en un **14,03%** las emisiones de GEI de alcance 3 con respecto al año base, 2019

Reducir el 30% para 2030

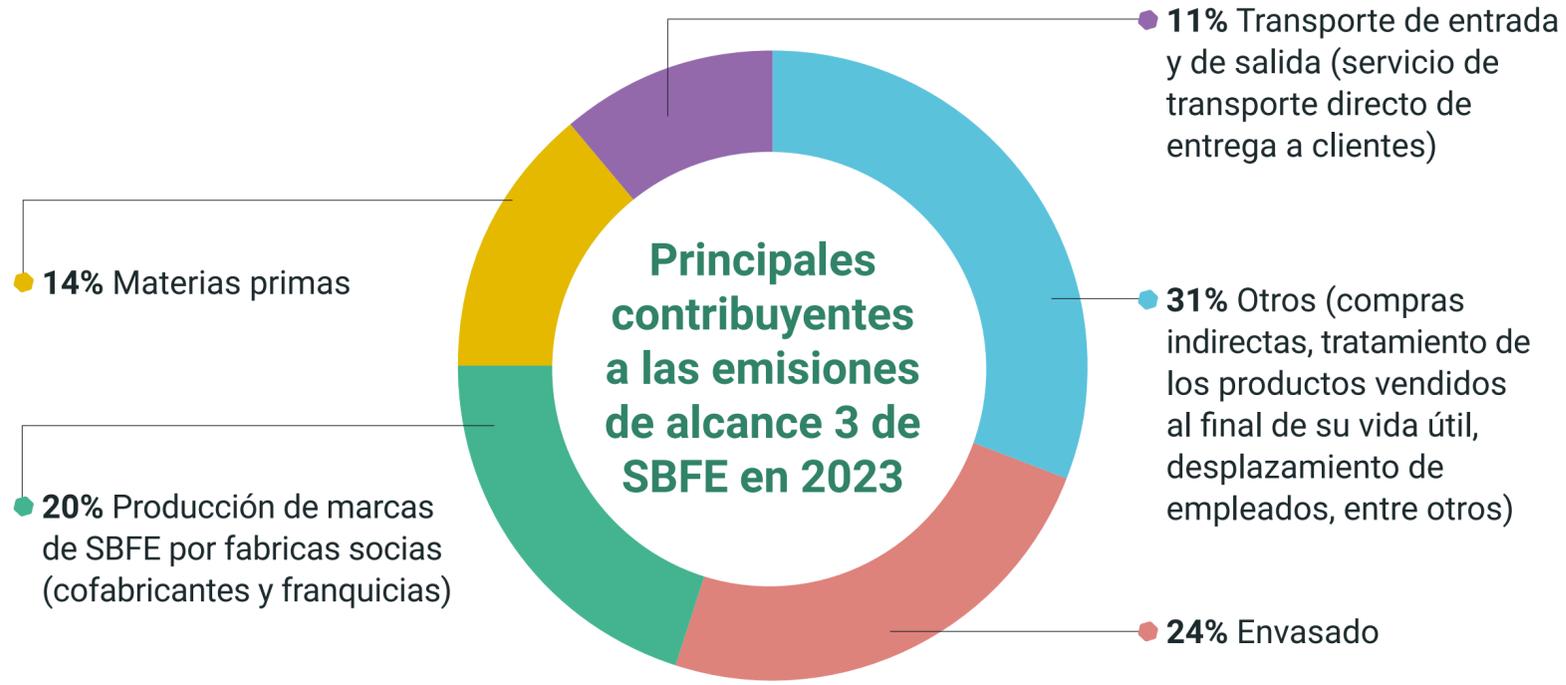
- Emisiones de GEI de alcance 1
- Emisiones de GEI de alcance 2*
- Emisiones de GEI de alcance 3

Asimismo, hemos seguido ocupándonos del transporte en 2023. En España, invertimos en 350 vehículos a tecnología híbrida, lo cual implica que el 87% de nuestros vehículos son ahora híbridos y el 2% eléctricos. Mejoraremos el 11% restante durante 2024, de modo que, en 2025, el 100% de la flota será híbrida o eléctrica, y se acelerará la transición hacia la electricidad. En Francia, actualizamos nuestra política de vehículos de empresa para que cada categoría tuviera la opción del vehículo eléctrico. En todo nuestro catálogo de vehículos de empresa, solo queda un vehículo de combustible, el resto de la flota es una combinación de híbrida y eléctrica. Por último, en Reino Unido, instalamos ocho estaciones de recarga eléctricas en nuestra sede central de Reino Unido, y en marzo de 2024 se instalarán 12 más en nuestra fábrica.

- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos

En 2023, hemos reducido nuestras emisiones de alcance 3 en un 2,22%, lo cual implica una reducción de estas emisiones en un 14,03% respecto a nuestro año base, 2019, por lo que seguimos cumpliendo nuestro objetivo de reducción del 30% para 2030. En la identificación de nuevas oportunidades para reducir nuestras emisiones de alcance 3, hemos seguido apoyándonos en el trabajo que realizamos en 2022, identificando nuestras categorías y subcategorías emisoras y mapeando nuestros proveedores a través de las mismas. En 2023, nuestras cuatro principales categorías emisoras han sido: el envasado, las materias primas, la

logística y la producción de las marcas de SBFE por parte de fábricas asociadas (cofabricantes y franquicias). Ya hemos empezado a trabajar con proveedores clave de envases para lograr una reducción interanual del 4% en sus emisiones. Estamos trabajando con nuestros proveedores de latas, vidrio y PET, así como con nuestros proveedores de cartón ondulado y cartoncillo, para recopilar información sobre sus huellas de carbono, comprender sus avances en la reducción de emisiones, explorar sus planes de reducción de emisiones para 2030 y 2050, e identificar los modos en los que les podríamos ayudar.



Planes de futuro

Seguiremos identificando nuevos modos de reducir nuestro consumo de energía e introduciendo medidas adicionales para optimizar la eficiencia energética en nuestras fábricas.

En España, por ejemplo, sustuiremos dos compresores antiguos por otros dos nuevos con la función de velocidad variable para reducir el consumo eléctrico. También estudiaremos el uso de energías renovables *in situ* en todas las instalaciones de producción de SBFE, incluida la instalación de paneles solares en nuestras fábricas de GB&I y Francia.

En cuanto al alcance 3, tenemos previsto establecer un nuevo sistema para el cálculo de las emisiones de GEI que aumentará la precisión y la frecuencia del seguimiento de la huella de carbono, lo cual nos permitirá ser más receptivos y tomar medidas correctoras, en caso de que fuera necesario. Asimismo, seguiremos observando esas cuatro principales categorías de emisión, estrecharemos lazos con los proveedores implicados en cada categoría, recopilaremos más información primaria y mejoraremos futuros cálculos de la huella de carbono. Como parte de este compromiso con los proveedores, los alentaremos a marcar objetivos de reducción de emisiones y colaboraremos en sus hojas de ruta de descarbonización. En particular, con nuestros proveedores de logística, ampliaremos la utilización de biocombustibles y probaremos otras opciones de transporte más ecológicas, como camiones eléctricos; y con nuestros proveedores de envases, trabajaremos el diseño ecológico y la circularidad. Por último, en lo relativo a las materias primas, nos ocuparemos, sobre todo, de nuestros proyectos piloto de agricultura regenerativa (véase un mayor detalle en la sección de "[Agricultura sostenible](#)"), en los que se prevé comenzar a utilizar la herramienta Cool Farm para calcular el impacto de las prácticas regenerativas en las emisiones de GEI.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Acelerar el envasado sostenible y circular

El envasado es esencial para proteger la seguridad y la calidad de nuestros productos, pero si no se gestiona con responsabilidad, podría tener un impacto ambiental negativo en su ciclo de vida, desde su producción hasta su eliminación. En SBFE, los principales envases son las botellas que contienen nuestras bebidas, y ellas son las causantes del mayor impacto. Cómo se fabrican estas botellas, con qué están fabricadas, cuáles son sus propiedades materiales y cómo se eliminan son factores cruciales de nuestro impacto. Estamos maximizando nuestra comprensión del impacto de tales factores y, por tanto, estamos minimizando dicho impacto, tanto en el mundo como en la gestión del riesgo de nuestro negocio.



Políticas y enfoque

La sostenibilidad de nuestros envases y lo que ocurre con ellos cuando están vacíos es de gran importancia para nosotros. La industria de las bebidas refrescantes se ha desarrollado principalmente en torno a la comodidad. Existen ahora otras prioridades que entran en competencia y, en la medida de lo posible, nuestro deber es que nuestro embotellado y envasado sean sostenibles.

En 2019, anunciamos un objetivo para 2030: ser la primera empresa de bebidas del mundo con un envasado de plástico 100 % sostenible. Ello implica la utilización de envases fabricados con materiales de origen vegetal, de plástico reciclado o de plástico que no se fabrique con combustibles fósiles, lo cual provocaría una menor huella de carbono. Para alcanzar esta meta, nos hemos marcado el objetivo de utilizar al menos un 50% de plástico reciclado, en promedio, en toda nuestra cartera de productos, para el año 2025, como máximo; y para el año 2030, nos hemos propuesto no utilizar plástico virgen procedente de combustibles fósiles. En principio, estamos centrándonos en nuestras tres marcas más vendidas, Lucozade, Oasis y Schweppes, para conseguir a finales de 2023 que nuestras botellas sean 100% de plástico reciclado.

Diseñamos nuestros productos para que sean circulares y nuestra meta para el 2025 es que el 100 % de nuestro envasado primario sea reciclable. El plástico es valioso, por tanto, queremos recogerlo y reciclarlo para producir botellas nuevas, siempre que sea posible. Reconociendo las limitaciones de las tecnologías de reciclaje actuales, invertimos en nuevos e innovadores modos de hacer frente a los residuos y crear una verdadera circularidad. Desde 2019, pertenecemos a un consorcio que fue constituido para superar la tecnología pionera de reciclaje “enzimático” de Carbios. Esta tecnología innovadora descompone completamente el plástico durante el proceso de reciclaje y puede luego reutilizarse como envasado de plástico alimentario. Es este también el caso de nuestras botellas que indefinidamente pueden seguir reciclándose.

En consonancia con la Directiva sobre Plásticos de un Solo Uso, estamos reemplazando todos los tapones de nuestras botellas de plástico RTD por tapones unidos al envase, de modo que puedan reciclarse junto con las botellas. Estos cambios deben realizarse antes de principios de julio de 2024.

- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos



Intentamos evitar, en la medida de lo posible, el exceso de envases de plástico. En particular, en los envases de múltiples latas y botellas de vidrio de fabricación propia, estamos intentando pasar del film de plástico al cartón, siendo conscientes del impacto que cualquier cambio propuesto tiene en las emisiones de GEI.

Junto con el esfuerzo de conseguir una mayor sostenibilidad de nuestros envases de plástico para consumo, estudiamos formas de mejora que podamos introducir en las botellas de vidrio y en el envasado secundario. Además, nuestro esfuerzo se dirige a que el peso de nuestras botellas de vidrio sea menor, y que la proporción de botellas no retornables sea mayor. En España y Francia, por ejemplo, algunas de las botellas de vidrio de las marcas Schweppes y Orangina, que suministramos a restaurantes y bares, pueden devolverse, lavarse y rellenarse de nuevo. La proporción de botellas de vidrio retornables sigue siendo pequeña, pero tenemos la ambición de que aumente. En relación al envasado secundario y, en particular, en lo relativo a los envases de plástico, nos hemos centrado en aumentar la proporción de contenido reciclado.

Progreso

Hemos seguido avanzando a buen ritmo hacia el cumplimiento de nuestros objetivos en relación al envasado durante el año 2023.

Hemos aumentado la utilización de plástico reciclado (rPET) en nuestras botellas. Hemos pasado del 36% en 2022, al 44% en 2023, y estamos en vías de conseguir el 50% de contenido reciclado para 2025. Este resultado muestra el progreso significativo que se está dando en nuestras marcas más vendidas, incluidas Schweppes, Oasis y Lucozade. En Francia, por ejemplo, nuestras botellas de 1 litro y 1,5 litros de Schweppes han sido fabricadas al 100% con plástico reciclado, y toda nuestra cartera de Oasis ha pasado a tener botellas fabricadas al 100% con plástico reciclado: hito importante para nosotros. En 2023, el 74% de nuestra cartera francesa se ha envasado con plástico 100 % reciclado, un aumento drástico en comparación con el 16 % de 2022. Asimismo, en Noruega, las botellas de 0,5 y 1 litro de Schweppes han sido fabricadas en un 80% con plástico reciclado y, en España, las botellas de 0,5, 1 y 1,5 litros de La Casera eran un 25 % de plástico reciclado.

Así mismo, nos hemos esforzado en aumentar el uso de contenido reciclado en nuestro envasado secundario. En 2023, hemos obtenido e incorporado polietileno reciclado en el film retráctil de nuestro envasado secundario y, en total, logramos que tuvieran un 48% de plástico reciclado. En España, todos los films retráctiles de cajas y envasado múltiple (excepto el film antiadherente de los envases múltiples) pasaron de tener el 50% de plástico reciclado a tener un 70%.



de plástico reciclado en nuestras botellas en 2023

Mínimo del 50% para 2025



de envasado (primario) es reciclable en 2023

100% para 2025



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Además de aumentar el contenido reciclado de nuestros envases, hemos reducido mucho la utilización de plástico. Gracias a la reducción del calibre de las cubiertas de nuestras botellas de “Lucozade Sport”, en las que hemos reducido el uso de plástico y, en consecuencia, las emisiones de carbono asociadas a la producción de estas botellas. Por ejemplo, hemos reducido el calibre de la cubierta retráctil de 500 ml (excluyendo “Lucozade Sport Orange”) de 50 a 45 micras, con lo cual ahorramos 11 toneladas de plástico y 26 toneladas de CO₂; hemos reducido también el calibre del film retráctil impreso de 12x500 ml de 65 a 55 micras, es decir, ahorramos 12 toneladas de plástico y 24 toneladas de CO₂. En cuanto a embalaje terciario, hemos reducido el calibre del film estirable para palés utilizado en nuestro mercado de GB&I, lo cual ha supuesto un ahorro de 30 toneladas de plástico y 80 toneladas de CO₂.

Asimismo, hemos reducido la utilización de otros materiales de embalaje, como cartón y metal. Por ejemplo, en España cambiamos la estructura de las anillas de cartón utilizadas para agrupar nuestras latas (pasando de *PremCollar* a *CanCollar*), y ahorramos 231 toneladas de cartón y 226 toneladas de CO₂ anuales. En esta misma línea, hemos modificado las latas de acero de formato elegante de 330 ml y las latas de 250 ml a aluminio, y su peso se ha reducido drásticamente.

Por último, seguimos trabajando para lograr nuestro objetivo de tener un envasado primario 100% reciclable en 2025. En conjunto, el 75% del material de envasado primario era reciclable en 2023, sin variación alguna respecto a 2022. Un dato que era previsible ya que el 25% restante de nuestro envasado primario, incluida nuestra

marca “Lucozade Energy”, será totalmente reciclable en 2025. No obstante, en 2023 hemos avanzado, por ejemplo, en España, sustituyendo la cubierta completa de 275 ml de Trina por una etiqueta, permitiendo así el reciclado del envase. Del mismo modo, al eliminar la impresión del 50% de nuestro envase de “Lucozade Energy”, hemos podido mejorar el reciclado de estas botellas en Reino Unido, pudiendo ahora identificarse como plástico transparente en los centros de clasificación de reciclaje. Igualmente, hemos observado un gran avance en la implantación de los tapones unidos al envase, con el fin de que puedan conservarse para su reciclado. En GB&I, continuamos haciendo pruebas con este tipo de tapones, que están en fase de preparación para su introducción en 2024. En Francia, iniciamos la transición hacia tapones unidos a las botellas Oasis, reduciendo el plástico en un 15%, con un ahorro anual de 75 toneladas.

Sin embargo, aún hemos de enfrentarnos a algunos retos para poder cumplir nuestro objetivo de envasado 100% reciclable para 2025. Uno de ellos es encontrar un material alternativo para la válvula de cierre de “Lucozade Sport” que ofrezca una experiencia de consumo inalterada y que, al mismo tiempo, sea 100 % reciclable. Garantizar que nuestro material laminado “Lucozade Sport Carbo Gel” sea 100% reciclable es otro reto adicional; estamos colaborando con proveedores, explorando opciones de monomaterial reciclable que mantengan la vida útil y la estabilidad del producto, aunque no es fácil encontrar la solución adecuada.



Planes de futuro

En 2024, completaremos la transición hacia un tapón unido al envase y continuaremos aumentando la cantidad de contenido reciclado en nuestras botellas, en consonancia con nuestro objetivo. La previsión para 2024 es pasar de un 25% a un 100% de plástico reciclado en nuestras botellas de 0,5 l de La Casera, y alcanzar estos resultados también con nuestras botellas de 1 y 1,5 l. Asimismo, exploraremos nuevas soluciones que nos ayuden a minimizar el envasado y sus residuos, por ejemplo, soluciones de rellenado para ciertas ocasiones de consumo, así como la venta de botellas retornables a través de nuestros canales minoristas y de hostelería.

Por último, seguiremos colaborando en consorcio con Carbios. Estamos trabajando en planes de validación y comercialización para que una proporción de nuestras botellas se fabriquen con material de Carbios a partir de 2026, un paso significativo en nuestro avanzar en la no utilización de combustibles fósiles.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Gestión del agua

El agua es esencial en la producción de nuestras bebidas. Por consiguiente, en la medida de lo posible, es crucial conservar el agua, así como garantizar que el agua utilizada proceda de fuentes sostenibles y que el agua procesada en nuestras instalaciones sea limpia y segura. Sin tener presente este enfoque, existe el riesgo de provocar efectos negativos en el medioambiente y en la sociedad, tanto por la contaminación del agua como por una potencial contribución a la escasez de agua, sobre todo, en zonas con problemas hídricos, como es el caso de Toledo, donde está ubicada una de nuestras fábricas.

Políticas y enfoque

El agua forma parte de todo lo que hacemos en nuestra empresa. Con el fin de proteger este preciado recurso para futuras generaciones, estamos constantemente innovando para reducir el consumo de agua en nuestras operaciones, y estamos invirtiendo en los ecosistemas que rodean nuestras fuentes de agua.

Nuestro objetivo para 2030 es reducir la intensidad hídrica* de la producción en nuestras fábricas hasta un 20% (con respecto al año base, 2015). Para avanzar hacia esta meta, marcamos objetivos de reducción del consumo de agua en cada una de nuestras fábricas, trazamos

hojas de ruta a medida para poder cumplirlos, y supervisamos de cerca los avances en lo relativo a estas hojas de ruta. Para ayudar a promover una gestión sostenible del agua en nuestras fábricas, invertimos en nuevas tecnologías que reduzcan nuestro consumo de agua y creamos nuevas iniciativas internas que nos permitan maximizar nuestra eficiencia en la utilización del agua. Asimismo, controlamos y gestionamos de cerca la calidad del agua que vertemos desde cada fábrica siguiendo la normativa aplicable.

Además de una actuación proclive al ahorro de agua en nuestras fábricas, invertimos en iniciativas de conservación y educación sobre los recursos hídricos.

*Volumen de agua extraída por kilolitro de producción.



- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos

Se reduce un



la intensidad hídrica* en nuestras operaciones directas en 2023 respecto a nuestro año base, 2015

Reducir un 20% para 2030

*Volumen de agua extraída por kilolitro de producción



Desde el año 2015 (nuestro año base), hemos reducido la intensidad hídrica de la producción en nuestras fábricas en un 15,81 %. Ello supone una ligera mejora con respecto a 2022, que registró un descenso de la intensidad hídrica en un 15 %, y un avance hacia nuestro objetivo de llegar al 20 % para 2030.

Este progreso es resultado de diversos proyectos que se llevaron a cabo en 2023, entre los que destacamos: la instalación de un nuevo sistema de ósmosis, para recuperar el agua desechada de nuestra fábrica de Toledo; y la introducción de un nuevo sistema UV para desinfectar las disoluciones de azúcar utilizadas en nuestras fábricas francesas. Asimismo, el consumo de agua en nuestras fábricas españolas ha disminuido por haberse modificado nuestra planta de tratamiento de agua y optimizado el uso del agua de enjuague en nuestro sistema de limpieza in situ. Este último logro nos ayudará a ahorrar 10.000 kl de agua al año. Los progresos de nuestras fábricas nos animan y, a la vez, queremos apoyarles a compartir conocimientos y, con este fin, en 2023, creamos un grupo de trabajo sobre el agua de SBF E para que nuestras fábricas puedan compartir prácticas eficaces.

En 2023, por desgracia, tuvimos ciertos imprevistos que nos ralentizaron el avance hacia nuestra meta. En septiembre, el desbordamiento de un arroyo local provocó inundaciones en nuestra fábrica de Toledo y sus alrededores. La fábrica tuvo que detener la producción durante dos semanas, mientras se limpiaba y reparaba, lo cual supuso no solo considerables pérdidas materiales para la empresa, sino un importante consumo de agua utilizada durante el proceso de limpieza. Asimismo, tuvimos algunos problemas operativos en nuestras líneas de producción en Francia, que provocaron un consumo mayor de agua que el previsto, especialmente para la limpieza de los equipos.

No obstante, algunos de los retos a los que nos enfrentamos se han vuelto oportunidades. En Francia, por ejemplo, el proceso de planificación para la conservación del agua en caso de sequía, ha sido reto y oportunidad, puesto que nos ha obligado a reconsiderar nuestra forma de trabajo y, a la vez, nos ha impulsado en la exploración de nuevas prácticas aplicables en la reducción de nuestro consumo de agua.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Informe de Sostenibilidad SBFE 2023

Paralelamente a nuestros esfuerzos de disminuir el consumo de agua, en 2023 seguimos apoyando iniciativas de conservación y educación de los recursos hídricos.

Mizuiku (Reino Unido)

Tras el éxito del proyecto piloto con Severn Rivers Trust en 2022 ([véase nuestro Informe de Sostenibilidad 2022, pág. 32](#)), lanzamos oficialmente en 2023 el programa Mizuiku para Reino Unido. Mizuiku fue lanzado por Suntory Holdings en 2004 para dar a las generaciones más jóvenes la oportunidad de aprender sobre la procedencia del agua y la importancia de los bosques que nutren este recurso natural. Una vez iniciado en Japón, durante el año 2023, el programa se ha extendido a Vietnam, Tailandia, Indonesia, Francia, China, España y Reino Unido, con iniciativas adaptadas a cada país, y en las que han participado 458.700 personas de todo el mundo.

El lanzamiento en Reino Unido ha prestado especial atención al aprendizaje al aire libre del programa Mizuiku, “La escuela del bosque y el agua”, a fin de ofrecer a los participantes experiencias interactivas y prácticas que ayuden a apreciar la importancia de las fuentes naturales de agua. De mayo a octubre, las familias pudieron inscribirse en sesiones gratuitas en cinco lugares de la ribera del río Severn, que discurre cerca de la fábrica de GB&I en Coleford (Gloucestershire). Una vez más, las sesiones corrieron a cargo de Severn Rivers Trust (única fundación benéfica con actividades en el río más largo de Reino Unido) y destacaron el vínculo fundamental que existe entre el río Severn y la naturaleza que lo rodea. Un total de 665 personas participaron en el programa en 2023.



Estamos encantados de continuar nuestra fructífera colaboración con SBF GB&I y de formar parte del programa global oficial de este año. Como parte de nuestra misión de empoderamiento de las personas para actuar en defensa de sus ríos, estamos aumentando el número de talleres y añadiendo más lugares para que incluso más familias puedan participar este año”.

Joe Pimblett, director general de Severn Rivers Trust



Guardianes del Tajo (España)

En España hemos completado el segundo año de nuestra iniciativa “Guardianes del Tajo”, un proyecto de conservación de tres años de duración, que opera en el embalse de Guajaraz, uno de los tres embalses que abastecen de agua a nuestra fábrica de Toledo. Este año nos hemos centrado en establecer indicadores que nos permitan hacer un seguimiento de la biodiversidad en torno al embalse del Guajaraz; identificar, caracterizar y cuantificar el potencial flujo de aguas subterráneas en la cuenca del río Guajaraz; y recopilar datos mensuales sobre los caudales en varios lugares de la cuenca del Guajaraz. Construimos además dos pequeños estanques para proporcionar agua a la fauna local, como el linco ibérico, e iniciamos un proyecto para regenerar zonas de matorral que rodean el embalse de Guajaraz, donde la vegetación está muy degradada. Varios de nuestros compañeros colaboraron como voluntarios en este proyecto durante 2023, ayudando en las actividades de plantación en una parcela que bordea el embalse. Como parte del proyecto, también continuamos impartiendo educación sobre el agua a niños de la provincia de Toledo a través de nuestro programa Mizuiku. En 2023, llegamos a 1.276 niños, realizando actividades tanto en colegios como en el entorno del propio embalse.



- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos



Grand Parc Miribel (Francia)

En Francia, continuamos nuestra longeva colaboración con Grand Parc Miribel Jonage, ayudando a preservar y restaurar el precioso y diverso bosque aluvial que rodea el Ródano, así como impartiendo programas de educación ecológica para las familias locales. En 2023, lanzamos un proyecto para renovar la exposición permanente de Iloz, el centro educativo del Grand Parc dedicado al agua y la naturaleza. También seguimos participando en la reforestación de la parcela del Grand Gravier (conocida como "Orangina"), replantando árboles entutorados para favorecer el crecimiento a más largo plazo de valiosos árboles de madera dura. Este proyecto tiene numerosos beneficios ambientales, desde compensar las emisiones de carbono hasta preservar la calidad de las aguas subterráneas. A finales de 2023, habremos replantado 3,5 hectáreas de una parcela de 10 hectáreas. El Grand Parc Miribel también ha sido escenario de algunas de nuestras actividades Mizuiku en Francia. En 2023, llegamos a 780 niños a través de nuestro programa Mizuiku, con actividades que se desarrollaron tanto en escuelas como en el Grand Parc.

Planes de futuro

Seguiremos implantando iniciativas para reducir el consumo de agua en nuestras fábricas. Así, por ejemplo, tenemos previsto instalar, en nuestra fábrica de Toledo, torres de purga de recuperación de agua y cajas de lavado. Además, empezaremos a utilizar la herramienta de Modelización del Agua (*Water Modelling Tool, WMT*) para controlar con precisión el consumo de agua en nuestras fábricas francesas, con informes mensuales y anuales, previsiones de consumo y sistemas para comparar el rendimiento con los datos históricos. En nuestra fábrica de Reino Unido, implantaremos un sistema de gestión de edificios para hacer un seguimiento de los servicios, incluida el agua.

Asimismo, seguiremos apoyando nuestras iniciativas de conservación y educación sobre el agua en Reino Unido, Francia y España. Hemos previsto aprovechar el éxito del lanzamiento de Mizuiku en Reino Unido, con el objetivo de acercar la educación sobre el agua a determinadas comunidades de las orillas del río Severn, en particular, a las regiones más cercanas a nuestra fábrica de Gloucestershire. Tenemos programados 30 talleres públicos que tendrán lugar en cinco lugares diferentes de la ribera del río. Exploraremos igualmente nuevas colaboraciones para acelerar el desarrollo de nuestro programa Mizuiku en Francia y del nuevo proyecto "Santuario Natural del Agua" en nuestra fábrica de Gadagne. Dentro del marco de este proyecto, estudiaremos distintas iniciativas educativas y científicas y trabajaremos para la protección de los acuíferos subterráneos.

Por último, el año 2024 será el tercero de la iniciativa "Guardianes del Tajo" en España. Seguiremos trabajando en los proyectos que iniciamos en 2023, entre los que cabe mencionar el trabajo de recogida de datos mensuales sobre el caudal en varios puntos de la cuenca del Guajaraz, así como la oferta de voluntariado a nuestros empleados y de oportunidades educativas a los niños de la zona. Asimismo, pondremos en marcha varios estudios y proyectos nuevos, entre los que destaca un proyecto para mejorar el entorno del arroyo Layos, junto con la celebración de una jornada técnica en Toledo, dirigida a personas interesadas y público, en general, en relación a los avances del proyecto.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Menos residuos

Los residuos generados por nuestras operaciones y los residuos de los consumidores pueden generar un impacto negativo en el medioambiente, ya sea por la contaminación, por la basura o por el desperdicio de recursos naturales, como podrían ser los alimentos. Generar residuos es igualmente un riesgo para nuestra empresa, ya que reduce la eficiencia y, en particular, si se trata de basura en la naturaleza, ello genera un impacto negativo en la reputación de nuestra marca. Las oportunidades de “cerrar el círculo”, convirtiendo los residuos en recursos útiles para nuestra empresa y nuestra sociedad, existen y son significativas.



Políticas y enfoque

En SBFE, son tres objetivos principales los que guían nuestros esfuerzos de gestión de residuos: evitamiento de que nuestros residuos lleguen al vertedero desde las fábricas y los almacenes de SBFE en 2023; reciclaje del 99% de los residuos no peligrosos de tales instalaciones antes de 2030; y reducción de nuestros residuos alimentarios a la mitad, antes de 2030.

En 2023, actualizamos nuestro objetivo de reciclaje para reflejar el hecho de que una pequeña proporción de los residuos de nuestras fábricas no pueden reciclarse en el momento. Es el caso, por ejemplo, de los microdesechos, y entre ellos están los residuos de barrido.

En cada fábrica establecemos objetivos anuales en relación a los residuos y en consonancia con nuestros objetivos para el año 2030. Con el fin de hacer un seguimiento de nuestros avances con respecto a estos objetivos, analizamos y registramos mensualmente la cantidad de residuos generados en cada centro, desglosándolos por tipo de residuo y tipo de proceso de tratamiento. Esto nos permite identificar las áreas que requieren mejoras e introducir los correspondientes planes de acción, a medida que sea necesario. Como parte de este proceso, hemos establecido un inventario en cada fábrica con todos los materiales que aún no se reciclan, de modo que se puedan identificar los beneficios rápidos y las oportunidades específicas de cada departamento.

Para ayudarnos a avanzar hacia nuestros objetivos, hemos creado también un Grupo de Trabajo de Residuos de SBFE, con equipos específicos dedicados a la Gestión de Residuos Industriales y a la Reducción de Residuos Alimentarios. El grupo de trabajo reúne a especialistas de cada fábrica, de cada mercado y a departamentos específicos, por ejemplo, el departamento de compras. El grupo se reúne periódicamente para compartir conocimientos y promover la implantación de las mejores prácticas en toda la empresa. Asimismo, colaboramos estrechamente con nuestros proveedores de gestión de residuos para mantener su alineación con nuestros requerimientos y objetivos internos.

Además, en SBFE aplicamos normas ambientales propias en todas las fábricas, como parte de nuestros estándares en materia de medioambiente, salud, seguridad y riesgo (*Environmental Health Safety Risk*, EHSR). La implantación de estos estándares y la normativa aplicable en materia de medioambiente, salud y seguridad se audita externamente cada dos años.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Progreso

En 2023, se ha reciclado el 94,2% de los residuos no peligrosos de nuestras fábricas y almacenes, lo cual nos mantiene en la senda de cumplir nuestro objetivo del 99% para 2030.

Hemos puesto en marcha varias iniciativas en nuestros mercados para mejorar la segregación y aumentar el reciclaje. En Francia, por ejemplo, implantamos un nuevo sistema de reciclaje de colillas en nuestra fábrica de Donnery, empezamos a clasificar y reciclar las cintas de plástico en nuestra fábrica de Gadagne, y hemos introducido un nuevo sistema para clasificar el film de polietileno de baja densidad (*low density polyethylene*, LDPE) en nuestra fábrica de Meyzieu. En nuestra fábrica de Coleford, hemos introducido un nuevo sistema de reciclaje de plásticos flexibles, principalmente para los equipos de protección individual (EPI), y en Genval hemos introducido un sistema para clasificar el film de LDPE.

En 2023, enviamos a vertedero el 1,3% de los residuos no peligrosos de nuestras fábricas y almacenes, lo cual significa que incumplimos por poco nuestro objetivo de no verter residuos en 2023. Nuestra capacidad para cumplir nuestros objetivos de residuos en 2023 se ha visto obstaculizada por fenómenos meteorológicos extremos. La inundación que se produjo en nuestra fábrica de Toledo provocó daños en materiales y arruinó ingredientes, debido al lodo que inundó la fábrica, y todo ello tuvo que enviarse al vertedero. Para evitar que esto vuelva a ocurrir en el futuro, revisaremos las actuales medidas a fin de proteger la fábrica de otras inundaciones. A pesar de este desafortunado suceso, seguimos buscando alternativas al vertido en nuestras fábricas. Encontramos una alternativa, por ejemplo, para las piezas obsoletas de las cintas transportadoras y el plexiglás, que ya se reciclan. Para seguir avanzando en este ámbito, nos hemos de marcar el objetivo anual de no verter residuos fuera de nuestras instalaciones.



de los residuos se envían a vertederos desde fábricas y almacenes de SBFE en 2023

0% de residuos a vertedero para 2030



de los residuos no peligrosos de las fábricas y almacenes de SBFE se recicla en 2023

Reciclar el 99% para 2030*



de nuestros residuos alimentarios en 2023 en comparación con el año base, 2019

Reducir al 50% para 2030

*Objetivo actualizado en 2023 para reflejar el hecho de que hay algunos residuos que no es posible reciclar.
 **Datos basados en el nuevo ámbito de aplicación, que abarca el 100% de la cadena de suministro alimentario de SBFE y excluye los alimentos redirigidos a alimentación animal o bancos de alimentos.
 ***Datos basados en el antiguo marco.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

La inundación de Toledo también obstaculizó nuestros avances en materia de residuos alimentarios. En 2023, redefinimos nuestro ámbito de residuos alimentarios para que cubriera el 100 % de la cadena de suministro de alimentos y excluyera los alimentos redirigidos a piensos o bancos de alimentos.

Durante el año, hemos producido 4.754,185 toneladas de residuos alimentarios, lo cual supone un aumento del 27,46 % con respecto al año base, 2019 (3.730 toneladas) y un aumento del 14,45 % con respecto a 2022. Este retroceso se debe en gran medida a la inundación que provocó el vertido de grandes cantidades de ingredientes ensuciados. A pesar de este contratiempo, seguimos explorando formas de reducir los residuos alimentarios en todos nuestros mercados. En GB&I hemos trabajado para mejorar la precisión de nuestras previsiones, de modo que podamos optimizar nuestras cantidades mínimas de pedido, y aumentar la gama de existencias que podamos donar a organizaciones benéficas. En Francia, hemos explorado formas de reducir los residuos alimentarios durante el proceso de fabricación, a través de nuestro foro *Kaizen* (palabra japonesa que significa “mejora continua”).

Por último, en 2023 seguimos reforzando nuestros procesos de gestión de residuos en todas nuestras operaciones. A principios de año, pusimos en marcha un nuevo sistema de gestión de datos sobre medioambiente, salud y seguridad (EHS) para seguir gestionando y reduciendo nuestros residuos. En España, lanzamos una nueva licitación de gestión de residuos con requisitos y objetivos de sostenibilidad. Ya se han firmado nuevos contratos en Toledo y Carcagente, con objetivos de mejora definidos de año en año.



Planes de futuro

De cara al futuro, hemos previsto intensificar nuestro compromiso con los equipos de producción de nuestra cadena de suministro para que conozcan la realidad y las implicaciones de nuestros flujos de residuos, y seguiremos incorporando objetivos específicos de sostenibilidad e indicadores clave de desempeño (*Key Performance Indicators*, KPI) en los nuevos contratos con los proveedores de gestión de residuos.

Asimismo, buscaremos y utilizaremos más datos para identificar las áreas con más abundancia de residuos en las que debemos centrarnos, y alentaremos a nuestros compañeros a utilizar el proceso *Kaizen* para explorar nuevas e interesantes maneras de reducir nuestros residuos.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Contratación sostenible – medioambiente

Nuestra responsabilidad ambiental se extiende a lo largo de toda nuestra cadena de valor. Por tanto, nuestros procesos de aprovisionamiento son fundamentales para reducir el impacto negativo, aumentar el impacto positivo y fomentar la resiliencia. La diversidad de nuestra cadena de suministro implica que debemos tener en cuenta una serie de impactos ambientales específicos de cada ingrediente particular y cada zona geográfica. La sostenibilidad de nuestra cadena de suministro también presenta potenciales riesgos empresariales de gran importancia, sobre todo, porque los efectos del cambio climático afectan cada vez más a la disponibilidad y al tránsito seguro y puntual de los ingredientes en nuestras operaciones. Mejorar la resistencia de la producción de materias primas y la cadena de suministro que las distribuye a nuestra empresa representa una valiosa oportunidad para garantizar nuestras operaciones de cara al futuro.

Políticas y enfoque

Es de gran importante para la empresa seguir de cerca la procedencia de nuestros ingredientes y las condiciones ambientales en las que se han producido, procesado y vendido.

En 2023, lanzamos la política de Aprovisionamiento Sostenible de SBFE para garantizar que nuestra actividad de aprovisionamiento siguiese apoyando la producción de artículos sostenibles de alta calidad. La política establece nuestro proceso de abastecimiento y las normas de sostenibilidad que deben cumplir todos los proveedores de SBFE. Es obligatorio, por ejemplo, que los potenciales proveedores de todas las categorías de contratación cuenten con una estrategia de sostenibilidad que incluya la reducción de las emisiones de carbono, recopilen datos sobre las emisiones de GEI y supervisen periódicamente sus resultados en materia de ASG.

Nuestro programa de abastecimiento sostenible sirve de guía para conseguir la transparencia en toda nuestra cadena de suministro, así como para garantizar el cumplimiento de estrictas normas ambientales. Controlamos y evaluamos la exposición al riesgo de nuestros proveedores mediante Sedex, es decir, todos los nuevos proveedores directos deben registrarse en Sedex, participar en un proceso de evaluación del riesgo y someterse a una auditoría, la Auditoría de Comercio Ético de los Miembros de Sedex (*Sedex Members Ethical Trade Audit, SMETA*), que registra información tanto de su desempeño ambiental como de sus estándares laborales, de salud y seguridad y de ética empresarial.

Puede obtener más información sobre nuestra nueva política de Abastecimiento Sostenible y sobre cómo seleccionamos y auditamos a nuestros proveedores [aquí](#) a continuación.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Progreso

Nuestros equipos han trabajado mucho en 2023 para mejorar la sostenibilidad de los materiales que adquirimos, en particular los equipos asociados a marketing y embalaje. Desde el año 2019, la mejora de la sostenibilidad de nuestros puntos de venta ha sido uno de los focos de atención de nuestro equipo de Compras.

En 2019, SBFE trabajaba con 32 proveedores diferentes, lo cual dificultaba racionalizar nuestra actividad y tener un impacto positivo en el planeta. Ahora trabajamos con un único socio proveedor con quien compartimos una misma y audaz ambición en el ámbito de la sostenibilidad. Por este motivo, en 2023, el 97% de nuestros artículos de punto de venta han sido fabricados con cartón reciclado, muy por encima de la media del sector (60%). La mayoría de nuestros expositores son 100% reciclables, y estamos realizando un gran esfuerzo para que aquellos que aún no lo son, lo sean lo antes posible. Para que las unidades sean fácilmente reciclables, utilizamos bambú, en lugar de tiras de plástico, tinta, a base de aceites vegetales o UV, y cola que no daña el medioambiente.

Asimismo, hemos reducido el número de nuestros proveedores de refrigeradores (o frigoríficos) y, en la medida de lo posible, han pasado a ser proveedores con sede en Europa, es decir, ya no nos abasteceremos de refrigeradores procedentes de China. Estos cambios han reducido nuestra huella de carbono de alcance 3 en 31 tCO₂e en 2023, un equivalente a 331 vuelos de París a Londres.

Nuestros embalajes y envasados han sido igualmente objetos de atención en 2023. El 100% de las etiquetas de cartón, cartón ondulado y papel, que adquirimos para nuestros envases, se fabrican con un papel que ha sido certificado

por el Consejo de Administración Forestal (*Forest Stewardship Council, FSC*) o por el Programa para el Reconocimiento de Certificación Forestal (*Programme for the Endorsement of Forest Certification, PEFC*). Estas certificaciones tienen por objeto proteger la naturaleza contra la deforestación. Al igual que hemos hecho con nuestros refrigeradores, hemos analizado el recorrido de los materiales de nuestros envases antes de llegar a nuestras instalaciones. En 2023, hemos rediseñado nuestra red de abastecimiento y hemos disminuido en 200.000 km la distancia que deben recorrer las resinas que utilizamos para nuestras preformas fabricadas con tereftalato de polietileno reciclado (rPET). Con el objeto de contrarrestar el elevado precio del rPET en Europa, algunos productores y usuarios finales, cada vez más, se abastecen de copos y resinas que adquieren de proveedores de fuera de Europa, ya que son materias necesarias para fabricar sus envases. En SBFE, por el contrario, queremos reducir la distancia que recorren nuestros materiales, en la medida de lo posible, por lo que hemos mantenido y reforzado nuestro abastecimiento local europeo de rPET con los socios existentes.

Asimismo, y en paralelo a nuestro compromiso con el aprovisionamiento de materiales de marketing y envasado, hemos dedicado especial atención a nuestras materias primas. Más del 90% de nuestro azúcar procede de remolacha azucarera local cultivada en Francia, Reino Unido o España; y en 2023, el 98% de nuestro azúcar procede de fuentes sostenibles. Este es uno de los resultados de nuestra agenda sobre agromateriales sostenibles, del cual puede obtenerse más información en la sección de [Agricultura sostenible](#). El azúcar es una industria que consume mucha energía, por tanto, hay que hacer especial hincapié en reducir el consumo energético de las fábricas. Nos hemos asegurado de que todos nuestros proveedores de azúcar tengan objetivos de reducción de CO₂ para los alcances 1, 2 y 3.



- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos



Caja Extraible: Proveedores de vidrio

En el aprovisionamiento del vidrio para nuestras botellas *hero*, nos cercioramos de que nuestros proveedores puedan apoyar y contribuir a nuestros objetivos y a nuestra meta de "Growing for Good". Destacamos que nuestros principales proveedores de vidrio:



han marcado objetivos de reducción de emisiones a través de la iniciativa SBT;



han sido auditados por SMETA y están bien sostenidos por nuestros cuatro pilares (trabajo, salud y seguridad, medioambiente y ética empresarial);



se han comprometido a operar con carretillas elevadoras 100% eléctricas para 2030; y



se han comprometido a tener una flota de camiones que cumplen con las normas de emisiones "Euro 6" al 100%.

Además, algunos proveedores están poniendo en marcha iniciativas adicionales para reducir aún más su impacto ambiental. Citamos el caso de los esfuerzos en 2023 de dos de nuestros proveedores de vidrio: uno de ellos ha puesto en marcha un proyecto solar en el sur de España; otro proveedor está desarrollando un horno que funcionará con una mezcla de combustibles renovables, electricidad e hidrógeno bajo en carbono, y que reducirá sus emisiones de carbono en un 90%.

Planes de futuro

Seguiremos identificando nuevas oportunidades para mejorar la sostenibilidad ambiental, tanto de los materiales que utilizamos como de los proveedores que suministran. Puede obtener más información sobre nuestros planes 2024 para evaluar a nuestros proveedores en la sección de [Fortalecimiento de los derechos humanos](#).



Agricultura sostenible

El sector agrario es uno de los sectores que más contribuyen a las emisiones globales, y son determinadas prácticas agrícolas las que más impacto negativo pueden producir en el medioambiente y la biodiversidad local. El pensamiento a largo plazo en materia de agricultura está reevaluando las mejores prácticas, con vistas a adoptar prácticas agrícolas más sostenibles que reduzcan a la vez el impacto ambiental negativo, así como el riesgo a largo plazo para los agricultores y los productores de alimentos. Muchos de nuestros productos contienen productos agrícolas como, por ejemplo, la fruta y el azúcar. Por tanto y, en particular, cuando establecemos relaciones directas con los agricultores, tenemos la gran oportunidad de apoyar esta transición hacia una industria más sostenible.

Políticas y enfoque

Nuestro enfoque sobre la agricultura sostenible está concebido para hacer frente a los riesgos descritos anteriormente y desbloquear oportunidades para SBFE y nuestra red de agricultores.

Se rige por nuestra política de Abastecimiento Sostenible y se centra específicamente en tres áreas:

1. Certificación sostenible de nuestros materiales agrícolas (agromateriales).
2. Programas para mejorar la sostenibilidad de los ingredientes clave.
3. Proyectos piloto de agricultura regenerativa.

Certificación sostenible de nuestros materiales agrícolas

En 2022, empezamos a controlar el volumen de agromateriales que utilizamos y que cumplen los requerimientos de nuestro programa de abastecimiento sostenible. Nuestro objetivo es que el 75% de nuestros materiales agrícolas sean sostenibles en 2025, y el 100% en 2030. Para que sean considerados sostenibles, tanto el cultivo como la transformación del material agrícola, deben cumplir una norma aprobada por SBFE, y sería

como llevarse el “Oro” o la “Plata” en una Evaluación de Sostenibilidad Agrícola en una Iniciativa de Agricultura Sostenible (SAI).

Programas para mejorar la sostenibilidad de ingredientes clave

Colaboramos estrechamente con agricultores y socios en programas específicos para garantizar la viabilidad a largo plazo de los entornos en los que crecen nuestros ingredientes clave. Por ejemplo, nuestro Programa de Gestión Agrícola (*Farm Stewardship Programme*) de SBF GB&I tiene como objetivo impulsar la biodiversidad en las plantaciones de grosella negra de todo Reino Unido. Durante los últimos cinco años, SBF GB&I ha colaborado con *The Farming and Wildlife Advisory Group* (FWAG) para prestar apoyo en la conservación de las plantaciones de productores de grosella negra de Reino Unido. Todas las plantaciones que participan en este programa siguen el Plan de Seis Puntos (*Six Point Plan, 6PP*), desarrollado para apoyar la sostenibilidad de la producción de grosella negra. Incluye la gestión y el mantenimiento de setos, herbazales de amortiguación, promontorios verdes, aves de corral, polen y néctar, y árboles maduros. En la actualidad, los asesores de conservación de FWAG y el agrónomo interno de SBF GB&I asesoran a los agricultores de 34 plantaciones de grosella negra sobre cómo proteger y mejorar el capital natural, es decir, el suelo, el agua y los hábitats prioritarios.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos

En 2022, pusimos también en marcha un nuevo proyecto en colaboración con Qimpexx, nuestro proveedor de quinina en Madagascar. El objetivo de este proyecto es ayudar a las comunidades locales a proteger y restaurar la tierra en dos zonas de Madagascar que están en riesgo de degradación ambiental, debido a la deforestación y a fenómenos meteorológicos extremos inducidos por el clima. Para ello, ayudamos a estas comunidades a crear sistemas agroforestales sostenibles y resistentes, que no solo garantizarán alimentos e ingresos para las generaciones futuras, sino que protegerán la biodiversidad. Con la ayuda de nuestros socios, pretendemos apoyar a 4.000 agricultores para que desarrollen un sistema agroforestal a varios niveles, en un total de 2.600 hectáreas de tierras de cultivo. Además, el proyecto ayudará a estos agricultores a vender sus productos a compradores locales, regionales e internacionales, aumentando sus ingresos en un 200%. El sistema agroforestal propuesto incluirá árboles como quinos, claveros y canelos, de donde se extraerá quinina, canela y clavo. El proyecto también fomentará la introducción de diversos árboles frutales, tales como plataneros, así como cultivos comerciales a ras de suelo, tales como el jengibre, la soja y las judías blancas/verdes.

Proyectos piloto de agricultura regenerativa

Por último, colaboramos con Suntory Holdings en proyectos piloto de agricultura regenerativa para comprender mejor qué contribución pueden tener las prácticas de agricultura regenerativa en la consecución de nuestro objetivo de reducción de las emisiones de alcance 3. En 2023, se inició una prueba piloto de tres años para cada materia prima, con el fin de determinar qué impacto podría tener la agricultura regenerativa. En SBFE, nos centramos en abordar las materias primas agrícolas clave de nuestras marcas, empezando por la grosella negra, el zumo de naranja y el azúcar. A partir de 2027, centraremos la atención en nuestros proveedores para ampliar las prácticas regenerativas que sean eficaces, y así cumplir a tiempo nuestro objetivo de reducción de emisiones de alcance 3.

Progreso

En 2023, el 62 % de los materiales agrícolas que utilizamos son sostenibles, lo que significa que estamos en vías de cumplir nuestro objetivo de sostenibilidad para el 75 % de nuestros materiales en 2025.

Continuamos centrándonos en el aceite de palma sostenible en 2023, revisando su uso en toda nuestra cartera, eliminándolo cuando ha sido posible, y sustituyéndolo por aceite de palma con certificación RSPO, en caso contrario. Tras los esfuerzos realizados, hemos conseguido que el 81% del aceite de palma que utilizamos tenga la certificación de balance de masa de la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (*Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO*), frente al 77% en 2022.

EI 62% En 2022: **EI 55%**

de nuestros agromateriales son sostenibles en 2023

 **EI 100% para 2030**



EI 81% En 2022: **EI 77%**

del aceite de palma tiene certificación RSPO en 2023



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Asimismo, hemos continuado nuestra inversión en programas para mejorar la sostenibilidad de ingredientes clave, como el Programa de Gestión Agrícola de SBF GB&I con los agricultores de Ribena.

A partir de 2023, el Plan de Seis Puntos estará plenamente integrado en las prácticas de los agricultores participantes, y algunos incluso lo superarán a través de su participación en el proyecto piloto de agricultura regenerativa con Suntory. Los resultados de este programa servirán de base para un posible programa futuro destinado a extender las prácticas tan beneficiosas de la agricultura regenerativa.

Nuestro nuevo proyecto de quinina en Madagascar también ha avanzado con premura. Se han contratado a 1.967 agricultores en los dos primeros años de este proyecto, de un total de seis años, es decir, el equivalente al 76% del objetivo del proyecto. Conjuntamente, estos agricultores han plantado hasta ahora casi un millón de plántulas de quinina. Dado que cada agricultor tiene en propiedad una hectárea de tierra cultivable, en promedio, un total de 1.967 hectáreas de tierra (el 49% del objetivo del proyecto) ha mejorado mediante el intercalado de cultivos, la prevención de incendios y la conservación de especies arbóreas endémicas.

En 2023, lanzamos además con éxito nuestro primer proyecto piloto de agricultura regenerativa, dirigido a la grosella negra de Ribena, y empezamos a delimitar y preparar el terreno para dos nuevos proyectos que comenzarán en 2024: uno centrado en la naranja y otro en el azúcar. Para más información sobre nuestro proyecto de grosella negra, véase más adelante nuestro Foco de Atención: [Proyecto piloto de agricultura regenerativa de grosella negra de Ribena](#).



Planes de futuro

Seguiremos trabajando con nuestros proveedores para alcanzar nuestro objetivo de sostenibilidad al 100% de nuestros materiales agrícolas para 2030, lo cual implica tanto aumentar la proporción de nuestro aceite de palma con la certificación RSPO, como apoyar a nuestros socios en nuestro programa agroforestal en Madagascar.

Además, trabajaremos en varios proyectos piloto de agricultura regenerativa, tales como nuestro proyecto piloto de agricultura regenerativa que iniciaremos para la producción de remolacha azucarera, explorando el impacto de estas prácticas en las emisiones de GEI, en la retención de agua y en la materia orgánica del suelo; y continuaremos también con nuestro proyecto piloto de la naranja. Uno de los principales retos a los que nos enfrentamos en 2023 es la futura fiabilidad de nuestro suministro de zumo de naranja debido al cambio climático y a la enfermedad del enverdecimiento (Huanglongbing, HLB). Por tanto, en 2024 abordaremos este riesgo a través del proyecto piloto de agricultura regenerativa que implementamos junto con dos organizaciones francesas: el Centro de Cooperación Internacional en Investigación Agrícola para el Desarrollo (*Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement*, CIRAD) y el Instituto Nacional de Investigación sobre Agricultura, Alimentaria y Medioambiente (*Institut National de Recherche pour l'Agriculture, l'alimentation et l'environnement*, INRAE). Asimismo, podremos beneficiarnos de otras iniciativas de investigación que se están llevando a cabo sobre esta temática, a través de nuestra participación en el consorcio Citrus HLB. Por último, trabajaremos con los proveedores para preparar un cuarto proyecto piloto en España de agricultura regenerativa de zumo de uva y vino.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

🔍 Foco de Atención:

Proyecto piloto de agricultura regenerativa de grosella negra de Ribena

En abril de 2023, SBF GB&I ha puesto en marcha un proyecto piloto de agricultura regenerativa en una de sus explotaciones de grosella negra de Ribena, en Norfolk, en colaboración con la Universidad de East Anglia, Suntory Holdings y Soil Ecology Laboratory. El objetivo del proyecto es reducir las emisiones de GEI de alcance 3 de la producción de grosella negra y mejorar la salud del suelo para que pueda apoyar la resiliencia de las plantas y el secuestro de más carbono.

El proyecto se centra en reducir al mínimo los insumos externos y, al mismo tiempo, mejorar la salud del suelo, la nutrición de las plantas y la protección del medioambiente, en otras palabras:

- el muestreo de savia para comprender y optimizar la nutrición de la planta de grosella negra: la teoría dice que los desequilibrios de macronutrientes y micronutrientes afectan a la resistencia de la planta y al ataque de plagas y enfermedades;
- la utilización de insumos orgánicos novedosos para sustituir fertilizantes y productos fitosanitarios convencionales;
- el cultivo de franjas de vegetación entre hileras, para alimentar el suelo y aumentar el carbono;
- la mejora de la salud del suelo y del secuestro de carbono mediante la utilización de extractos de compost para restaurar la microbiología del suelo.

Para garantizar una información precisa y coherente sobre el carbono, se está utilizando la herramienta Cool Farm Tool (CFT) para cuantificar las emisiones de GEI en la explotación y el secuestro de carbono del suelo. Prevemos que los resultados se publicarán en artículos científicos revisados por expertos, que recojan las conclusiones del proyecto.

Tenemos la esperanza de que los principios y las enseñanzas extraídas de este proyecto, conduzcan a un cambio radical en la producción sostenible de la grosella negra y de muchos otros cultivos, y que pueda gestarse un modelo que sirva de apoyo a otros agricultores que inicien su andadura en la agricultura regenerativa.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Nuestra Sociedad

51 Impacto comunitario

54 Foco de Atención: Voluntariado a través de “Together for Good”

56 Impacto de marca y de marketing



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Impacto comunitario

Apoyar a nuestra comunidad nos ayuda a influir positivamente en quienes están más cerca, ampliando oportunidades a nuestros empleados para que apoyen causas que consideran relevantes. Cada uno de nuestros centros, desde las fábricas hasta las oficinas, desempeña un rol importante en sus comunidades locales; y a mayor escala, nuestra empresa y nuestras marcas generan también un impacto en las comunidades en las que operamos. Queremos asegurarnos de que el impacto que tenemos es positivo y significativo, y que refleja los valores de la empresa.

Políticas y enfoque

Apoyar y nutrir a las comunidades, de las que somos parte integrante, conforma nuestra ética empresarial desde que el fundador de Suntory, Shinjiro Torii, constituyó la empresa en 1899.

El valor empresarial de "Giving Back to Society" sigue profundamente enraizado en el propósito global de Suntory. Ello nos impulsa con decisión a llevar a cabo actividades que tengan un impacto positivo. De año en año, SBFE apoya diversas causas importantes, a través de donaciones económicas y de productos, así como de voluntariado de sus empleados.

En 2023, lanzamos "Together for Good", una nueva forma de que nuestros empleados se unan y demuestren cómo vivimos nuestro valor de empresa de "Giving Back to Society". El programa "Together for Good" tiene el fin de reunir a los empleados para ofrecer un servicio a la sociedad a través del voluntariado, las donaciones benéficas, la recaudación de

fondos y la realización de pequeños actos altruistas y sostenibles. Para llevar a cabo el programa, nos hemos asociado con Benevity, la plataforma más grande del mundo con fines solidarios para empleados. A través de esta plataforma, nuestros empleados pueden acceder a miles de oportunidades de asesoría y voluntariado, comunitario o virtual, así como participar en retos personales relacionados con la sostenibilidad. Para ayudar a nuestros empleados a trabajar "Together for Good", concedemos a todos ellos un día de permiso retribuido al año para realizar un voluntariado en organizaciones benéficas afines.

Hemos marcado objetivos en todos los mercados, así como indicadores que miden el compromiso de los empleados con el programa "Together for Good", lo cual subraya aún más la importancia que tiene para nosotros.



- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos

Progreso

En 2023, seguimos con la defensa del valor de nuestra empresa de "Giving Back to Society", donando más de 1 millón de euros a causas benéficas e iniciativas comunitarias.

En 2023, nuestros empleados manifestaron un verdadero espíritu de "Giving Back to Society" y fuimos testigos de un notable interés por la plataforma "Together for Good". En los diez primeros meses, el 41 % de los empleados se registró en la plataforma, muy por encima del estándar de referencia de Benevity del primer año que fue del 34,4 %. Es alentador comprobar el impacto positivo que colectivamente hemos logrado. En 2023, el 18,3% de nuestros empleados se han comprometido con la plataforma y han participado en retos o actividades de voluntariado. Juntos, hicimos un total de 2.314 horas de voluntariado, participamos en 34 causas y completamos 2.032 retos. La combinación de nuestros esfuerzos en retos y actividades de voluntariado ayudaron a ahorrar 205.570 litros de agua y un total de 6.837 kg de CO₂. Si desea saber más sobre lo que hicieron nuestros empleados, puede consultar nuestro Foco de Atención: [Voluntariado a través de "Together for Good"](#).



Además, donamos refrescos por valor de más de 300.000 euros en 2023. Un ejemplo es nuestro equipo de Gran Bretaña que donó un total de 410.400 bebidas a FareShare durante todo el año. Fareshare distribuye estas donaciones a comunidades desfavorecidas de Reino Unido para ayudar a combatir la pobreza alimentaria y reducir las emisiones de carbono derivadas de los residuos alimentarios. Se calcula que en 2023 nuestras donaciones de productos evitarán que 205 toneladas de CO₂e y 274 millones de litros de agua sean residuos. En Irlanda trabajamos de forma similar con la organización benéfica de distribución de alimentos FoodCloud. En 2023, redistribuyeron 379,4 toneladas de nuestros excedentes de bebidas, lo cual equivale a no desperdiciar 903.327 comidas y 1.214,1 toneladas de CO₂e.

Continuamos además prestando apoyo financiero a causas benéficas en nuestras comunidades. En respuesta a la crisis humanitaria en Ucrania, nuestros colegas en España donaron 9.375 euros a la Cruz Roja Española y aportaron 1.400 euros a la Federación Española de Bancos de Alimentos, un equivalente a 1.321 kg de alimentos. La empresa también donó 2.000 euros a la Fundación Alimentum, que apoya iniciativas que responden a retos a los que se enfrenta la sociedad en el ámbito de la alimentación. En Francia, donamos 249.199 euros a Secours Populaire Français como parte de nuestra activación de la marca Oasis.



€144.258

Donaciones benéficas

€328.643

Donación de productos*

€677.236

Activaciones comunitarias**

*Valor total de productos donados.

**Apoyo financiero a socios y programas comunitarios.



- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos

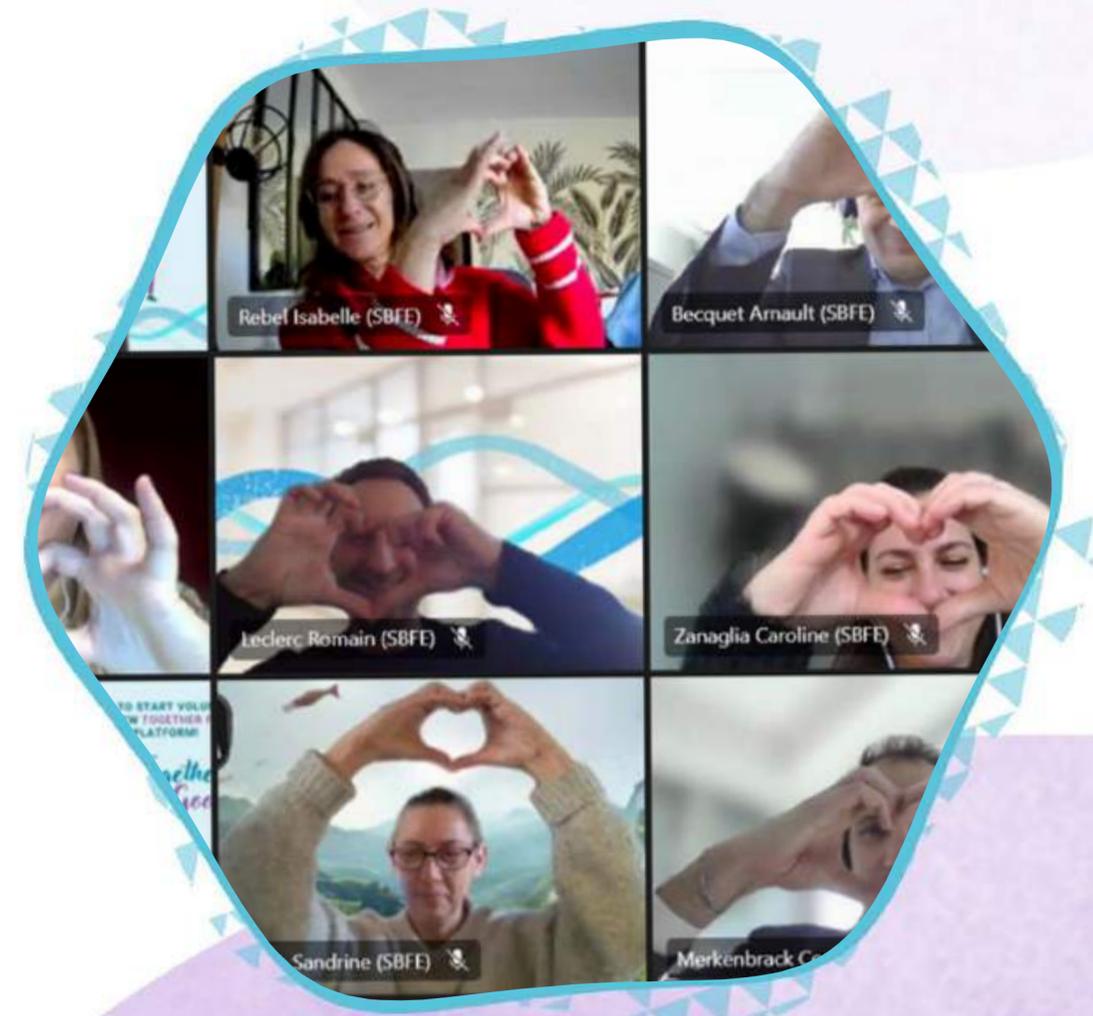


Planes de futuro

Animados por el excelente compromiso con la plataforma *“Together for Good”*, trabajaremos en 2024 por alcanzar nuestro objetivo de inscripción del 50% de nuestros empleados en la plataforma.

Otro reto será convertir una inscripción en una participación activa, por tanto, aumentar la participación de los empleados en las actividades de 2024 será una prioridad clave. Nuestra meta es que más del 50% de nuestros empleados participen activamente en una actividad de *“Together for Good”* en 2025.

El apoyo a nuestros compañeros para que vivan el valor de *“Giving Back to Society”* es de gran importancia para nosotros. Por tanto, tras el éxito de la Semana de Concienciación sobre el Planeta Verde, que tuvo lugar el año anterior, decidimos organizar de nuevo este evento de comunicación interna. Durante dos semanas del mes de noviembre, nuestros empleados pudieron escuchar y participar en conversaciones y actividades con el objetivo de inspirar, informar y educar a los empleados sobre nuestras ambiciones, trabajos y progresos en materia de sostenibilidad. Más de 1.000 empleados participaron en el evento durante esas dos semanas. En la primera semana, priorizamos ese *“Giving Back to Society”* a través de mesas redondas en las que nuestros directores de operaciones compartían sus experiencias de voluntariado. Aprovechamos además este tiempo para promover *“Together for Good”*, animando a los empleados a registrarse en la plataforma y participar en actividades de voluntariado y en pequeños retos. En la segunda semana, nos centramos en la gestión del agua como parte integrante de nuestras actividades de sostenibilidad.



- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos

Foco de Atención: Voluntariado a través de "Together for Good"



2.314 horas
de voluntariado

Apoyo a
34 causas

En 2023, nuestros empleados accedieron a innumerables oportunidades a través de nuestra nueva plataforma "Together for Good", ofreciendo voluntariamente su tiempo para apoyar una amplia gama de causas, desde el suministro de alimentos, pasando por personas necesitadas, hasta la reforestación de tierras abandonadas. He aquí una instantánea de lo que han conseguido:

Mercados comerciales y de exportación europeos y Benelux

Nuestro equipo de Genval (Bélgica) cerró el almacén y las oficinas durante medio día para que todos los empleados pudieran participar en la limpieza de un lago de la zona, recogiendo un total de **96 kg de basura**.

En Polonia, **12 compañeros** de nuestra oficina de Varsovia limpiaron el bosque de Kabacki, retirando la basura que otras personas habían olvidado.

Nuestros colegas de Ámsterdam trabajaron como voluntarios en un albergue para personas sin hogar, cocinando una comida de tres platos para **60 personas**. También trabajaron en la preparación de un huerto para una iniciativa vecinal, recogieron manzanas, empaquetaron cajas de comida y organizaron una recogida de alimentos para el banco de alimentos local.



Francia

46 compañeros participaron en una sesión de limpieza de playas con la ONG "1 Déchet par Jour".

36 compañeros ayudaron a distribuir desayunos a personas necesitadas con la organización benéfica La Chorba.

14 compañeros ayudaron a empaquetar bolsas de alimentos para estudiantes necesitados.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

España

Más de 100 compañeros participaron en un proyecto de reforestación dentro de nuestra iniciativa "Guardianes del Tajo".



Tras una inundación en nuestra fábrica de Toledo, un grupo de voluntarios de nuestra sede central ayudó a sus compañeros a limpiar la fábrica.



Nuestro equipo jurídico trabajó como voluntario en el Banco de Alimentos de Euston, ayudando a preparar y cocinar comidas para personas necesitadas de Londres y sus alrededores.



Promovimos oportunidades de voluntariado con nuestro socio benéfico FareShare: ¡Nuestra directora de operaciones, Carol Robert, verdaderamente lo disfrutó!

Gran Bretaña e Irlanda



20 compañeros del equipo de I+D ayudaron a desarrollar el huerto comunitario de Sunshine of Hounslow, organización que apoya a la comunidad local mediante actividades y asesoramiento en materia de salud y bienestar.



He estado ayudando, a los maravillosos voluntarios del banco de alimentos de Slough, al reparto de alimentos de emergencia a la población local. Estuve en el almacén llenando cestas individuales de alimentos y apilándolas para distribuirlas entre las personas necesitadas. No podía creerme la magnitud de la operación, que está gestionada por un personal limitado que trabaja a tiempo completo, pero, sobre todo, por un increíble grupo de voluntarios, apasionados y comprometidos, que dedican su tiempo y energía al banco de alimentos. El increíble y tan acogedor equipo compartió sus experiencias con nosotros, con una taza de té y una galleta. Fue una lección de humildad escuchar las historias de los voluntarios sobre la gran demanda de bolsas de alimentos que existe en la actualidad, y que refuerza esa necesidad de apoyo que existe en estos momentos.

Organicé mi jornada de voluntariado a través de la plataforma "Together for Good", y animo a todo el mundo a que no solo se inscriba, sino a que busque oportunidades para salir y ofrecer su tiempo en beneficio de la comunidad local"

Carol Robert, Directora de Operaciones, SBF GB&I

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Informe de
Sostenibilidad
SBFE 2023

Impacto de marca y de marketing

Las marcas, y el modo en que comunican, se han convertido en voz influyente y significativa de las sociedades en las que operan. Esta influencia puede ser positiva, si la marca tiene un rol valioso en la construcción de un mundo mejor, o puede ser negativa, si sus mensajes de marketing perjudican o si detrás hay un interés de lavado verde. Nosotros creemos en la fuerza resoluta y positiva de nuestras marcas, y damos la bienvenida a esa mayor regulación que pone en riesgo a aquellas empresas que no cumplen las directrices de marketing.



Políticas y enfoque

Los consumidores son fieles y entusiastas con nuestras marcas por diversas razones: nuestros refrescos tienen un buen sabor, nuestras bebidas son asequibles para los consumidores y, un sentimiento de conexión se genera cuando el propósito de la marca y los valores de la empresa coinciden con los del consumidor.

Nuestro enfoque para desarrollar vínculos entre nuestros consumidores y nuestras marcas comienza por la escucha. Nos adentramos en los lugares donde los consumidores compran y toman decisiones, acercándonos a ellos y explorando cómo se relacionan con nuestras marcas, así como observando sus motivaciones, gustos, esperanzas y deseos. Todo ello nos ofrece una comprensión profunda de las formas en que nuestras marcas se alinean con sus pasiones y cómo tenemos que avanzar, y nos guía en nuestra selección de socios y de causas con las que trabajar.

Creemos que no todas las marcas deben tener una misión o un propósito, pero en los casos en que tenga sentido, sea pertinente y creíble, aprovechamos la oportunidad de crear valor y de tener un impacto duradero, aprovechando al máximo su enorme potencial para generar resultados positivos en la sociedad.



Reconocemos la importancia de proporcionar a los consumidores información nutricional sobre nuestros productos, para que puedan tomar decisiones informadas y hacer selecciones positivas de lo que consumen. En todos nuestros mercados, somos firmantes de normas y directrices que garantizan la aplicación de prácticas de marketing y etiquetado responsables y, por tanto, facilitan una toma de decisiones positiva.

Contribuimos activamente a los compromisos de UNESDA en materia de salud y nutrición, respetando su Código de Conducta de Comercialización Responsable. Seguimos de cerca las directrices de UNESDA y no vendemos ni hacemos publicidad de refrescos en los centros de educación primaria. En los centros de secundaria, donde estamos autorizados a hacerlo, solo vendemos refrescos sin azúcar y bajos en calorías, y únicamente utilizamos máquinas expendedoras sin marca ni logotipos ni anuncios. En 2023, nuestras marcas fueron auditadas por UNESDA, para revisar el cumplimiento tanto del compromiso de marketing responsable con la infancia como de la legislación y normativas locales sobre publicidad, marketing y promociones. Estamos tomando las medidas correctoras pertinentes.

- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos



En diciembre de 2023, desarrollamos el Código de Comercialización Responsable de SBFE, al cual deben adherirse todos los empleados, socios y proveedores que trabajan en nuestras comunicaciones de marketing.

De acuerdo con el Código, no comercializamos directamente a niños menores de 16 años, es este un requisito nuevo que se aplica en todos los países donde vendemos. El nuevo Código también incluye normas sobre la comercialización de productos alcohólicos, lo cual es reflejo de la creciente expansión de nuestro negocio hacia las bebidas alcohólicas.

En España, somos miembros de Autocontrol, la asociación española sin ánimo de lucro que actúa como organismo de autorregulación y supervisión de la industria publicitaria en España. Como afiliados, nos hemos comprometido a cumplir en todas las comunicaciones comerciales el Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol, que se basa en el Código Internacional de Prácticas Publicitarias de la Cámara de Comercio Internacional (CCI). Además, somos firmantes de la estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad) y del Código PAOS, un marco publicitario para la prevención de la obesidad. El objetivo de la estrategia NAOS es invertir la tendencia de la obesidad, promover una alimentación sana y fomentar la actividad física, mientras que el código de autorregulación de PAOS supervisa la publicidad de alimentos en televisión dirigida a niños menores de 12 años, y la publicidad en internet dirigida a los menores de 15 años. También participamos en el programa HAVISA de hábitos de vida sanos, utilizando mensajes que promueven una

alimentación sana y una actividad física regular en nuestros anuncios de televisión. Cada mes incluimos nuevos mensajes que pretenden alentar a los espectadores “a seguir una dieta variada, equilibrada y moderada” o “a realizar una actividad física a diario”.

En Francia, ofrecemos un etiquetado nutricional claro para ayudar a los consumidores a tomar decisiones saludables. En nuestro sitio web, hemos desarrollado contenido educativo sobre las raciones de referencia, a partir de las recomendaciones de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (*European Food Safety Authority*, EFSA) y de la Agencia Nacional de Seguridad Alimentaria, Medioambiental y Salud y Seguridad en el Trabajo francesa (*Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail*, ANSES).

Por último, informamos de nuestros avances en relación con nuestros compromisos de sostenibilidad, incluidos aquellos relativos a la reducción de azúcar, mediante nuestra anual sumisión al Código de Conducta de la UE sobre Prácticas Empresariales y de Comercialización Responsables en el Sector de la Alimentación.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Progreso

Durante el año 2023, nuestras marcas han participado en diversas iniciativas: hemos incentivado a jóvenes a mirar hacia su futuro en Reino Unido, hemos apoyado a familias y hemos sensibilizado sobre cuestiones ambientales en Francia. A continuación, destacamos algunos de nuestros principales programas y colaboraciones:



Lucozade: Liberar potencialidades

Nuestra asociación de Lucozade con Apprentice Nation trata de ayudar a jóvenes con edades comprendidas entre 16 y 24 años a liberar su potencial. Juntos hemos trabajado para que más de 26.000 jóvenes talentos se animen a embarcarse en el viaje de sus sueños profesionales. Hemos vuelto a conceder becas para ayudar a los miembros de Apprentice Nation a poner en marcha su futuro. Fueron 640 jóvenes candidatos y concedimos becas por un total de 10.000 libras esterlinas en 2023. Un año más, acogimos a 26 miembros que, han experimentado de primera mano el departamento de marketing, trabajando en la marca Lucozade. Para una descripción más detallada de nuestra colaboración con Apprentice Nation, [véase la página 46 de nuestro Informe de Sostenibilidad de 2022](#).

Por otra parte, nuestra colaboración con Apprentice Nation ha sido preseleccionada para el premio Trailblazer de la Semana del Marketing. Esta colaboración comenzó en 2021 y, desde entonces, los miembros de Apprentice Nation han recibido más de 50.000 cursos, han participado en 200 sesiones de tutoría y han solicitado más de 3.000 oportunidades de prácticas laborales. El 86 % de los miembros participantes ha obtenido una mayor cualificación laboral y el 75 % declara tener una mayor confianza en sí mismos y en relación a su futuro.



Oasis: Apoyar a familias

Desde el año 2021, a través de una longeva colaboración con Secours Populaire Français, una ONG dedicada a la lucha contra la pobreza y la discriminación, Oasis apoya a familias. A través de su actividad de marca, Oasis ayuda a recaudar fondos y a sensibilizar a la población por la causa de esta organización benéfica. En 2023, reforzamos nuestra colaboración a través de un conjunto de iniciativas, como el caso de los 130 de nuestros empleados que ayudaron a concienciar sobre la organización benéfica, a través de actividades en las tiendas de más de 350 supermercados e hipermercados; o como el caso de los 100 empleados que ayudaron en actividades de sensibilización en los eventos celebrados en 50 Métro Halles de Francia, como parte de nuestro compromiso con la cadena Métro. SBF Francia ha donado además 249.199 euros a esta organización benéfica y ha colaborado en organizar la recogida de ropa en algunas de nuestras oficinas y fábricas francesas, así como en la sede central de Métro. En total, hemos recogido 1.160 kg de ropa, que es el equivalente al peso de una jirafa!



MayTea: Fomentar la biodiversidad

En 2023, MayTea continua su colaboración con La Sauge, una asociación que utiliza sus granjas urbanas en la periferia de París para sensibilizar sobre diversas cuestiones relacionadas con la alimentación sostenible, el ciclo de las estaciones, la ecología, el reciclaje y el buen uso de recursos. MayTea continua también apoyando la reserva de biodiversidad de Grand Parc Miribel Jonage, en la región metropolitana de Lyon. La marca financia un proyecto de plantación de árboles destinado al cultivo de huertos y arbustos productores de alimentos.

- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos



Planes de futuro

Perdura nuestro compromiso de utilizar el poder de nuestras marcas de forma responsable y, en la medida de lo posible, de que nuestro impacto sea duradero.

Nuestro reto de este año es reflexionar sobre cómo hacer para que nuestros esfuerzos lleguen a la población, a través del marketing y de nuestro nuevo código de marketing. En 2024 hemos previsto impartir formación sobre el Código de Comercialización Responsable de SBFE que irá dirigido a todos los empleados, así como a las agencias de marketing pertinentes, para garantizar que nuestras prácticas de marketing sean inclusivas y sean reflejo del público objetivo. La formación sobre este código, que será presencial y virtual, estará respaldada por un proceso de cumplimiento interno actualizado.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Nuestros Socios y Nosotros

- 61 Diversidad, equidad e inclusión (DEI)
- 64 Fortalecimiento de los derechos humanos
- 67 Conducta empresarial responsable
- 69 Seguridad, bienestar y oportunidad
- 74 Foco de Atención: MySU 3.0



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Diversidad, equidad e inclusión (DEI)

Las empresas tienen un papel vital que desempeñar en la creación de una sociedad más justa y equitativa. Trabajar por la diversidad, la equidad y la inclusión (DEI) no solo ayuda a nuestras sociedades a superar injusticias y discriminaciones sistémicas, sino a que las empresas puedan tener un mayor éxito en su actuación. La defensa de un lugar de trabajo más diverso e integrador genera oportunidades en el desarrollo de un equipo más innovador y colaborador, con una mejor capacidad de respuesta a las necesidades de nuestros consumidores.

Políticas y enfoque

Nuestra misión en materia de DEI es formar una empresa que dé a todos la bienvenida, que todos reciban un trato justo, que todos se integren en nuestra comunidad y que todos consigan el apoyo pertinente para prosperar. Perseguir esta misión nos hará estar más vinculados, ser más fuertes y estar más contentos en nuestra comunidad. Además, beneficiará a nuestros empleados, a nuestro negocio y a nuestras marcas. Esperamos poder dar un paso adelante en la creación de un mundo más equitativo e integrador.

En 2021, en apoyo de nuestra misión, lanzamos nuestra estrategia y nuestras prioridades en materia de DEI para SBFE, bajo la dirección de nuestro director general. La estrategia establece el modo en que nuestra empresa se propone crear una plantilla diversa y un lugar de trabajo integrador. Nuestra intención es promover la diversidad en categorías clave, como discapacidad, raza y etnia, edad, LGBTQI+ y género, con especial atención a las mujeres, en particular, a las “mujeres en liderazgo”. En concordancia con el objetivo global de Suntory, la meta es que el 30% de nuestros altos ejecutivos y directivos sean mujeres antes del año 2030. Nuestros esfuerzos por alcanzar este objetivo quieren un cambio de mentalidad y buscan instaurar asignaciones que impliquen un mayor esfuerzo, especialmente en regiones y funciones con una menor proporción de mujeres, como son producción y ventas. Asimismo, nuestra estrategia en DEI impulsa acciones a desarrollar en el ámbito de la inclusión, con tres áreas de trabajo: el liderazgo y la cultura inclusiva, la contratación y el desarrollo, y las políticas en materia de DEI.

Sabemos que crear un enfoque de DEI llevará tiempo y esfuerzo. Por ello, ponemos especial atención en establecer los fundamentos y sentar las bases que impulsen una mejora continuada. En 2022, nuestro negocio GBI puso en marcha políticas en materia de DEI, de lucha contra el acoso y la intimidación, la pérdida del embarazo,

la menopausia y el abuso doméstico; y estamos estudiando la manera de ampliar esta política a SBFE en su totalidad. En 2023, enfatizamos tres áreas clave que nos ayudarán a seguir avanzando en esta senda de DEI, y marcamos una meta para cada una de ellas:

- 1. La formación en un liderazgo inclusivo:** Todos los gestores de personal comprenden mejor su papel como líderes inclusivos.
- 2. La contratación inclusiva:** Nuestro equipo de Personas & Cultura conoce los pasos necesarios para que cada fase del proceso de contratación sea más diversa, equitativa e inclusiva.
- 3. La concienciación en materia de DEI:** Todos los empleados tienen un conocimiento básico sobre DEI y saben dónde encontrar recursos.

Aquellas personas de nuestra plantilla que sientan pasión por nuestra estrategia en materia de DEI pueden conectar con compañeros afines a través de nuestro Grupo de Impacto de Empleados. Creado en 2020 para ayudar a dar forma a nuestra estrategia de DEI, este grupo procura un espacio donde podemos compartir experiencias, conocimientos y comprensión, tanto de los problemas de DEI como del día a día empresarial de SBFE. Además, contamos con un “Campeón DEI” en cada mercado, que forma parte del Grupo de Impacto de Empleados y que es el responsable de poner en práctica las iniciativas locales.

- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos



En 2023:

El 35,3%

de nuestro personal son mujeres

En 2022:

El 34,6%



Un 50%

Comité Ejecutivo de SBFE son mujeres

En 2022:

El 42%

Un 80%

del Consejo de Administración* de Orangina Schweppes Holding (OSH) son mujeres

En 2002:

El 67%



Progreso

Durante 2023, hemos mantenido una fuerte orientación hacia la formación en materia de DEI para garantizar que todos nuestros empleados entiendan, demuestren y refuercen nuestro firme compromiso con la estrategia de Diversidad, Equidad e Inclusión. El liderazgo inclusivo ha sido una prioridad acorde a nuestro objetivo dentro de este ámbito en 2023. Durante este año, todos los gestores de personal han recibido una formación en Inclusión Consciente. Asimismo, impartimos un curso al equipo de Aprendizaje y Capacidad, titulado "Viaje del Aprendiz de DEI" (*DEI Learner's Journey*), con objeto de que uno se capacite en la actualización de sí mismo. Pusimos también a prueba la formación en DEI con los equipos de Ventas Mayoristas y *Comofi* de GB&I. Organizamos diversos actos de sensibilización, entre los cuales destacamos: las presentaciones de ponentes invitados para informar y educar sobre cuestiones relacionadas con el colectivo LGBTQ+ y la discapacidad, así como un curso de eficacia intercultural a través de nuestra plataforma digital de aprendizaje MySU, con motivo del Día Mundial de la Diversidad Cultural.

Además, tenemos muy presente que nuestros empleados tengan acceso a una serie de plataformas digitales que les permitan continuar su aprendizaje en materia DEI de forma independiente. En 2023, lanzamos una página sobre DEI en nuestra plataforma de intranet, con el nombre de Splash, que está además vinculada con nuestro "Diccionario de Diversidad", un recurso abierto y disponible para todos en diversos idiomas. Los empleados también pueden acceder a "LinkedIn Learning", así como a cursos específicos sobre DEI comisariados por SBFE a través de la plataforma MySU (*My Suntory University*). A día de hoy, el proceso de incorporación de nuevos empleados utiliza una orientación de DEI, incluyendo ya en sus primeras fases el acceso a distintos recursos como el mencionado "Diccionario de Diversidad".

*Se refiere al Consejo de Administración de OSH BV, que excluye las entidades de Reino Unido e Irlanda.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Informe de
Sostenibilidad
SBFE 2023

Una mejora en la inclusividad en nuestra contratación era uno de nuestros principales objetivos para 2023. En consonancia con este objetivo, revisamos nuestro proceso de contratación e identificamos medidas clave que el equipo de Adquisición de Talento puede adoptar para que dicho proceso sea más equitativo e inclusivo, y así garantizar que nos basamos en un conjunto más diverso de candidatos para poder encontrar mejor cada talento. En la actualidad, estamos poniendo en práctica estas recomendaciones, incluida la elaboración de un conjunto de herramientas para la contratación de directivos, entre las que habría que destacar las prácticas de contratación inclusivas.

Asimismo, y en consonancia con nuestro compromiso permanente de “mujeres en liderazgo”, analizamos nuestros datos en materia de género y compartimos los resultados con el equipo de Adquisición de Talento para disponer de una mayor comprensión en temas de género en la empresa, desagregamos por función y por antigüedad. En 2023, nos alegramos especialmente de que las mujeres constituyan un 35,3% (frente al 34,6% en 2022) del total de nuestros empleados, un 50% de nuestro Comité Ejecutivo SBFE (frente al 42% en 2022) y un 80% de nuestro Consejo de Administración de Orangina Schweppes Holding (OSH) (frente al 67% en 2022). Por tanto, ello muestra una mejora en todas las categorías y prueba eficaces nuestros esfuerzos de apoyar a las mujeres en los puestos de liderazgo.

Nuestro tercer objetivo persigue la sensibilización en materia de igualdad de género y, para conseguirlo organizamos

una serie de iniciativas en toda la empresa durante 2023. Elaboramos un calendario sobre DEI abarcando nuestras cinco áreas de interés DEI (mujeres en puestos de liderazgo, LGBTQ+, discapacidad, raza y etnia, y edad) para ayudar a guiar esta actividad, y organizamos diversos eventos, virtuales y presenciales, que reunieron a personas diversas, con el objeto de facilitar el debate e inspirar el aprendizaje. La temática abarcaba: el prejuicio inconsciente, la inclusión de la mujer, la inclusión de LGBTQ+, la inclusión de la discapacidad y la diversidad multicultural; y entre los eventos más destacados figuran: un almuerzo de trabajo en la oficina de Ámsterdam donde se abordó el tema del “prejuicio inconsciente”, y un acto en relación a la inclusión de la mujer en SBFE, en el Día Internacional de la Mujer, al que asistieron 60 personas, entre las cuales había miembros del Comité Ejecutivo de SBFE.

Con objeto de que el nivel de compromiso de nuestros empleados siga siendo alto, designamos a diversas personas como la “campeonas en DEI” de nuestros mercados, siendo ellas las encargadas de poner en práctica las iniciativas locales. Asimismo, informamos de nuestras iniciativas sobre DEI al personal de los respectivos ayuntamientos a nivel de mercado.

En 2023, empezamos a explorar la creación de Grupos de Interés de Empleados (GIE, *Employee Interest Groups*, EIG), que están diseñados para dar a los empleados la oportunidad de reunirse y debatir experiencias comunes sobre temas de interés. En GIE, estamos empezando a explorar la posibilidad de crear un GIE de mujeres.



Con motivo de la celebración del Día de la Diversidad y la Inclusión en 2023, SBF España recibió el certificado español de “Empresa Líder en Diversidad” de Equipos y Talento, en reconocimiento por su compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión.

Planes de futuro

De cara al futuro, hemos previsto seguir alineando nuestro enfoque de DEI con nuestro negocio internacional y establecer objetivos en torno a nuestras principales metas; así como publicar nuestra nueva política en materia de DEI en toda la empresa SBFE.

Continuaremos igualmente desarrollando nuestras áreas de interés, con una especial atención a la formación, lanzaremos un nuevo programa de formación de directivos que actualizará sus conocimientos sobre los fundamentos de la política en materia de DEI, un nuevo Programa sobre Desarrollo del Liderazgo, así como formación en lo concerniente a nuestras nuevas políticas en lo concerniente a DEI.

Seguiremos priorizando a las mujeres en los puestos de liderazgo, principalmente promoviendo la creación de redes a través de programas y paneles de discusión que sirvan de apoyo, a nivel local y global. Seguiremos lanzando iniciativas que aumenten el reconocimiento y la comprensión del enfoque de DEI, que promoverán la organización de eventos en colaboración con las “Campeonas DEI”, los GIE y las líderes, la realización de campañas de comunicación interna para la promoción de nuestro Grupo de Impacto de Empleados y Grupos de Interés de Empleados, así como la sensibilización de la política en materia de DEI de SBFE.

Fortalecimiento de los derechos humanos

Las relaciones que mantenemos con nuestros proveedores y socios a lo largo de la cadena de suministro son vitales para el éxito de nuestro negocio, y es fundamental que su impacto en el mundo sea positivo. Los puestos de trabajo creados en nuestra cadena de suministro pueden ser de gran importancia para las comunidades en las que trabajamos tanto nosotros como nuestros proveedores, pero también reconocemos la posibilidad de que tenga repercusiones negativas, si no se gestionan adecuadamente los derechos y el bienestar de estos trabajadores. Trabajando con transparencia, para poder comprender nuestro impacto, y conjuntamente con nuestros proveedores, para poder mejorar el impacto y reducir los riesgos empresariales asociados a este ámbito, tendremos más oportunidades de construir un negocio más sostenible a largo plazo.



Políticas y enfoque

La protección de los derechos y el bienestar de las personas que trabajan en nuestra cadena de suministro es de vital importancia para nosotros; y una estrecha colaboración con todos nuestros proveedores y socios es garantía del respeto por los derechos humanos y las normas éticas más estrictas en todos los eslabones de nuestra cadena de suministro.

En 2023, lanzamos la política de Abastecimiento Sostenible de SBFE para garantizar que nuestra actividad de aprovisionamiento sigue apoyando la producción sostenible de productos de alta calidad. La política establece nuestro proceso de abastecimiento y las normas de sostenibilidad que deben cumplir todos los proveedores de SBFE.

Con objeto de reforzar nuestro proceso de selección de proveedores, nuestra política de Abastecimiento Sostenible introduce nuevos criterios de sostenibilidad obligatorios para potenciales proveedores, en cada una de nuestras cuatro categorías de aprovisionamiento (servicios de comercialización y empresariales, actividades industriales, ingredientes y envasado), en toda la actividad asociada, para que esta sea “buena” o incluso “excelente”. Esta actividad refleja la contribución que queremos por parte de los proveedores en nuestro camino hacia la sostenibilidad en el futuro, en caso de



que haya proveedores que aún no estén en marcha. Los potenciales proveedores de todas las categorías de compras directas han de someterse a una evaluación de riesgos Sedex, han de disponer de una estrategia de sostenibilidad que abarque cuestiones relativas al compromiso con la comunidad y a la mejora de las prácticas laborales, y han de supervisar periódicamente los resultados en materia de ASG.

Además, integrarse en nuestra cartera de proveedores SBFE implica firmar nuestro documento de precalificación que incluye una cláusula de sostenibilidad, el Código de Conducta Suntory (o tener implantado un Código de Conducta equivalente) y, en el caso de proveedores de zumo, firmar también nuestra carta estatutaria de frutas. Estos requerimientos establecen nuestras expectativas para con los proveedores que, entre otras cuestiones, tienen que:

- respetar los derechos humanos básicos, incluida la prevención del trabajo infantil y de cualquier otra forma de esclavitud moderna;
- tener en cuenta las condiciones laborales, garantizando que las horas de trabajo, los salarios y las prestaciones cumplen las normas locales e internacionales pertinentes;
- garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable, libre de discriminación, abuso y acoso; y
- participar en actividades que contribuyan al crecimiento y al desarrollo de la sociedad y la economía local.

El Programa de Abastecimiento Sostenible de SBFE garantiza que estamos logrando un crecimiento sostenible. Dentro de este programa, y a través de nuestra colaboración con Sedex, estamos aumentando la transparencia en toda nuestra cadena de suministro.

Cuanto más transparente sea nuestra cadena de suministro, más capaces seremos de garantizar que se respetan en todo momento unas condiciones laborales, salariales y de bienestar elevadas, así como de ayudar a los proveedores y socios a poner en marcha sus propias estrategias y acciones de sostenibilidad.

Como parte de nuestro proceso de aprobación de proveedores, todos los nuevos proveedores directos, fabricantes contratados y proveedores logísticos deben seguir un procedimiento: registrarse en Sedex, participar en un proceso de evaluación de riesgos y completar una auditoría SMETA (Auditoría de Comercio Ético de los Miembros de Sedex). Esta auditoría, que es realizada por auditores externos independientes, nos ayuda a conocer las normas laborales, de salud y seguridad, ambientales y de ética empresarial del proveedor potencial. Para poder formar parte de nuestra cartera de proveedores directos de SBFE, los proveedores deben ajustarse a SMETA, es decir, no tener ellos ningún incumplimiento de importancia crítica ni que tampoco tengan incumplimiento crítico para nuestra empresa. Y aquellos que no cumplan no se incluirán en nuestra cartera.

Es además obligatorio que los actuales proveedores directos, los fabricantes contratados y los proveedores logísticos se registren en Sedex y superen la auditoría SMETA. La información de Sedex se utiliza en nuestro proceso de evaluación de riesgos de los proveedores. Si una auditoría SMETA detecta algún incumplimiento de importancia crítica o algún incumplimiento crítico para nuestra empresa, el proveedor deberá adoptar las medidas correctoras pertinentes, para solucionar tal o tales problemas en un plazo de seis meses. Si no se adoptan las medidas oportunas, es probable que al proveedor no quede incluido en nuestra cartera de proveedores de SBFE.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Progreso

A finales de 2023, el 78% de nuestros proveedores de materias primas y envases estaban registrados en Sedex. Este porcentaje es inferior al 92% registrado el año anterior, ya que la cifra del 2023 incluye a todos los proveedores de materias primas y envases, no solo a los proveedores prioritarios.

Estamos satisfechos con los progresos que hasta ahora hemos realizado, y estamos en la senda para poder llegar a cumplir nuestro objetivo de tener registrados a todos los proveedores de materias primas y envases en Sedex antes de 2030. En 2023, realizamos la evaluación Sedex SAQ de nuestras propias fábricas en toda Europa, como parte del compromiso global de Suntory de realizar una evaluación SAQ en todos nuestros centros de operaciones. No se detectaron problemas de alto riesgo ni se plantearon cuestiones de derechos humanos.

Además, en 2023, se ha evaluado el impacto social y ambiental de 226 proveedores nuestros, proveedores de materias primas y envases, mediante una auditoría SMETA (son auditorías válidas aquellas realizadas en los últimos tres años). También se han evaluado 12 de nuestros proveedores de mercancías. A través de estas auditorías, identificamos 16 proveedores de materias primas y envases con incumplimientos críticos y/o críticos para nuestra empresa, es decir,

proveedores que actualmente tienen (o con el potencial de tener) impactos sociales o ambientales negativos significativos. Estamos trabajando con estos proveedores para adoptar las oportunas medidas correctoras.

Con objeto de apoyar la expansión de nuestro Programa de Abastecimiento Sostenible, hemos vuelto a capacitar a nuestro equipo de Compras, a través de una formación sobre normas de sostenibilidad a cumplir por los proveedores, y hemos desarrollado un conjunto de herramientas para ayudar al personal a mejorar el compromiso con el proveedor.

A nivel local, nuestro equipo de Marketing firmó [La Belle Compétition](#) con L'Union des marques, en Francia. La Belle Compétition es una carta estatutaria sobre licitaciones cuyo objetivo es lograr un proceso de licitación más responsable y transparente, tanto para las empresas como para las agencias. La Carta abarca tres compromisos generales: transparencia, responsabilidad y sinceridad, y proporciona criterios precisos de implementación para cada uno de ellos. Al firmar esta carta, nos comprometemos a implementar el mayor número posible de criterios, cada vez que nuestro equipo de Marketing presente una licitación.



Planes de futuro

Nuestro objetivo para el año 2024 es conseguir que el 50% de nuestros proveedores de bienes hayan realizado una auditoría SMETA y sean aptos, e ir así cumpliendo para alcanzar el 100% antes de 2030. Evaluaremos a los más de 300 proveedores que no están registrados en Sedex, y así podremos comprender mejor cómo son sus prácticas desde la perspectiva de la sostenibilidad.

Además, nuestros objetivos y compromisos de tener un abastecimiento sostenible se extenderán a nuestro modelo legal para con los proveedores, lo cual reforzará nuestro enfoque.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Conducta empresarial responsable

Gestionar un negocio con buen gobierno y responsabilidad, como esencia de la toma de decisiones, es la base para que una organización sea sostenible y llegue a tener éxito. La buena conducta en todas nuestras operaciones y la actualización diligente de nuestros enfoques, para cumplir las nuevas normativas y los estándares de buenas prácticas, nos permiten reducir el riesgo empresarial, gestionar nuestro impacto y, en última instancia, beneficiarnos de las oportunidades que nos brinda ser líderes en nuestro sector.



Políticas y enfoque

Nuestro Código de Conducta Empresarial SBFE establece nuestras expectativas sobre cómo deben comportarse todas las personas de la empresa, e incluye nuestros valores fundamentales y nuestro compromiso con una conducta legal y ética. Se espera que todos los empleados se adhieran a este código que está respaldado por otras políticas más específicas, tales como nuestra política contra el Soborno y la Corrupción, nuestra política sobre Regalos y Hospitalidad y nuestra política sobre Esclavitud Moderna y Trata de Seres Humanos.

Estas políticas cubren áreas de trabajo tales como la lucha contra el soborno y la corrupción, las leyes de competencia, los derechos humanos, los conflictos de intereses y el uso de datos personales. Además, ofrecemos formación para ayudar a nuestro personal a comprender sus obligaciones

legales y éticas, y todos deben completar una formación específica cada año. En 2023, se impartieron cursos de formación sobre el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), la lucha contra el soborno y la corrupción (ABC) y la ciberseguridad. Se exigió también a determinadas personas de la plantilla a realizar cursos *on line* sobre derecho de la competencia y esclavitud moderna. Estas formaciones incluyen mensajes de los altos directivos sobre la importancia del comportamiento ético.

El Comité de Ética y Cumplimiento (*Ethics & Compliance Committee, ECC*) de SBFE, está dirigido por nuestro director general de SBFE, que es la persona responsable de revisar los asuntos éticos y cualquier problema que surja. Cada mercado tiene además su propio Comité de Ética y Cumplimiento, que depende del ECC de SBFE, y es responsable de revisar los problemas que surjan a nivel de mercado. Nuestro servicio de denuncia de irregularidades, operado por Safecall, permite al personal empleado y a

terceras partes plantear cualquier cuestión que les preocupe en relación a SBFE y/o su personal o sus actividades. Nuestros procesos y procedimientos internos de denuncia de irregularidades garantizan que cualquier informe será tratado de forma rápida y coherente.

Creemos que escuchar a nuestro personal y crear un foro, en el que puedan hablar abierta y honestamente y compartir sus opiniones, es fundamental para ser empleador ético. Cada año, nuestras encuestas en relación al compromiso del personal nos permite conocer su opinión sobre una amplia gama de temas, así como desarrollar planes de compromiso para apoyar a nuestros empleados y mejorar su experiencia. Celebramos reuniones periódicas, tanto a nivel de SBFE como de mercado, para compartir nuestras prioridades estratégicas, objetivos, logros y actualizaciones, así como para escuchar al personal empleado y responder a sus preguntas.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Progreso

Hemos introducido en 2023 un nuevo sistema de gestión de consecuencias, para poder dar por concluido nuestro programa de aprendizaje *on line*, y en respuesta a un desigual compromiso por parte de los empleados en completar sus formaciones.

El resultado fue un aumento significativo de la formación recibida y finalizada, que llegó a superar el 96% de la formación impartida por SBFE. Además, organizamos una formación presencial para aquellos empleados de nuestras fábricas y almacenes de Francia, España y Bélgica, que no tenían acceso a nuestra plataforma digital MySU. Esta formación abarcaba cuestiones de ABC, RGPD y ciberseguridad.

En 2023, revisamos y actualizamos todas nuestras políticas y procedimientos de denuncia de irregularidades, para garantizar más acceso y comprensión de empleados y terceras partes. Ello incluía la actualización de nuestra política de denuncia de irregularidades, es decir, la política de Ética y Cumplimiento de SBFE, tanto para garantizar el cumplimiento de los recientes cambios que se han producido en la legislación de la UE, como para reflejar las variaciones producidas en los diferentes mercados. A continuación, implementamos esta política en SBFE, y ampliamos nuestro servicio de denuncia de irregularidades, "Safecall", para cubrir también a terceros. Además, añadimos un mayor detalle en nuestro sitio web externo, y diseñamos un nuevo procedimiento de denuncia de irregularidades, para ayudar a los empleados a entender cómo se gestionan los casos. Por último, con motivo del Día Mundial del Denunciante, en el mes de junio, publicamos comunicaciones internas que recordaron a los empleados los procesos que tenemos en marcha, nuestra política de denuncia y el servicio "Safecall".

Durante 2023, se implantaron en SBFE nuevas y actualizadas políticas con el fin de garantizar el cumplimiento de nuestra orientación hacia una conducta empresarial responsable, lo cual ha implicado la actualización de nuestra declaración sobre Esclavitud Moderna, la publicación de la nueva política sobre Esclavitud Moderna y Trata de Seres Humanos de SBFE, así como el lanzamiento de una actualizada política ABC de nuestra empresa. Además, compartimos nuestra política de Regalos y Hospitalidad con todos los empleados.

Para crear eficacia y coherencia en nuestro enfoque y fomentar una cultura de retroalimentación positiva, hemos introducido nuevas formas de trabajar, entre las cuales destacamos las reuniones mensuales del equipo de Cumplimiento y las reuniones sobre privacidad con los representantes de mercado y regionales. Hemos introducido también un nuevo formulario de conflicto de intereses, así como una nueva herramienta de privacidad, que ha empezado a ser utilizada por el equipo de privacidad de SBFE: el DPOrganizer. Se utiliza para la gestión de los registros de actividades de procesamiento (*Record of Processing Activities, ROPA*) y para la coordinación de las notificaciones de infracciones y las solicitudes de acceso a datos (*Data Subject Access Requests, DSAR*).

Asimismo, hemos puesto en marcha nuestra política de Gestión del Correo Electrónico, así como nuestra política de Evaluación del Impacto en la Protección de Datos, y hemos implantado nuestra política de Conflicto de Intereses en todo el equipo de la dirección ejecutiva de SBFE.

Planes de futuro

Hemos previsto el lanzamiento, en 2024, de una gama más amplia de cursos *on line* que abarque otras cuestiones relativas al cumplimiento normativo, y así seguir fomentando el interés y la participación de los empleados en este tipo de cursos.

Seguiremos desarrollando nuestro cumplimiento normativo de la marca, mediante el diseño y la implementación de un plan de comunicación coherente que abarque todo el año. Por último, hemos previsto incluir las principales cuestiones de cumplimiento normativo dentro del programa de incorporación de los nuevos empleados en la empresa.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Seguridad, bienestar y oportunidad



Salud, seguridad y bienestar

Las responsabilidades de un empresario hacia sus empleados son fundamentales para el funcionamiento de cualquier empresa. En los entornos laborales en los que se realizan actividades manufactureras y otras actividades de alto riesgo, la carga de responsabilidad y los riesgos empresariales asociados son especialmente elevados. Al mismo tiempo, es importante comprender y gestionar el bienestar de los empleados en general, en lo que respecta a prácticas laborales, salud mental y calidad de vida. Ser líderes en el bienestar de los empleados y, a la vez, mantener altos niveles de salud y seguridad, representa una oportunidad para contratar y retener a los mejores talentos en toda nuestra empresa.

En 2023 seguimos apoyando a nuestros empleados, a través de una asistencia, presencial y virtual, para su bienestar físico y mental, así como a través de la promoción de una política laboral flexible para aquellos empleados que reúnan los requisitos.

Políticas y enfoque

SBFE cuenta con el Programa de Cero Daños (*Zero Harm Programme*) que ha sido diseñado para inculcar una mentalidad de seguridad, principalmente entre el personal de la empresa. Este programa está dirigido por nuestro director general y forma parte de nuestra certificación ISO 45001, que reconoce el sistema de Gestión de la Salud y la Seguridad que ha sido implantado en todos los centros. Nuestra intención es mejorar la salud y la seguridad en SBFE, de manera continuada, hasta alcanzar “cero accidentes” en la empresa.

El director de Fabricación (*Manufacturing Director*) de cada fábrica es el responsable de la salud y la seguridad de todos los empleados que trabajan en ella. En todas nuestras fábricas se implementa un programa de evaluación de riesgos para identificar los peligros y los riesgos laborales. El resultado de la evaluación de riesgos se utiliza para definir e implementar las medidas pertinentes en la prevención de futuros accidentes. El Gerente de Salud y Seguridad (*Health & Safety Manager*) designado en cada centro es el responsable de supervisar la implantación de las medidas correctoras cuando se detectan deficiencias.

En 2023, definimos las nueve Reglas para Salvar Vidas de SBFE y las implantamos en todos nuestros centros. Dentro de estas normas, hemos introducido medidas para reducir el riesgo de colisión entre peatones y carretillas elevadoras, poniendo en marcha procedimientos de cierre de sesión

y etiquetado, a fin de reducir el riesgo de exposición involuntaria a energía peligrosa procedente de los equipos y la maquinaria, e implementando las normas sobre seguridad vial.

Para el logro de nuestra pretensión de alcanzar “cero accidentes”, alentamos también a nuestros empleados a adoptar un enfoque proactivo hacia la salud y la seguridad. Nuestro sistema de Promoción de Cero Accidentes (*Zero Accidents Promotion, ZAP*) anima a los empleados a reportar los peligros, los cuasi accidentes y las situaciones inseguras que posteriormente gestionaremos en una base de datos EHS. Ofrecemos además formación en salud y seguridad a todos los trabajadores para ayudar en la toma de conciencia de potenciales peligros.

La salud mental y el bienestar de nuestros empleados son también una de nuestras prioridades. En un mundo cada vez más acelerado, comprender y apoyar la salud mental y el bienestar nunca han sido tan importantes. Nos esforzamos por crear un lugar de trabajo abierto y solidario en el que incentivamos a los empleados a cuidarse y a cuidar de los demás. En Francia, por ejemplo, tenemos un acuerdo de Calidad de Vida en el Trabajo, que marca directrices para garantizar el bienestar laboral. Conforme a este acuerdo, no se deben enviar correos electrónicos ni mensajes después de las 7 de la tarde, tampoco los fines de semana ni los días festivos; no se deben programar reuniones antes de las 9 de la mañana ni después de las 5 de la tarde; y los empleados pueden trabajar desde casa tres días a la semana, si su puesto lo permite.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Progreso

Hemos continuado trabajando para llegar a nuestro objetivo de “cero daños”. Es difícil crear una sólida cultura de la salud y la seguridad, en la que todos y cada uno de los empleados, desde su propio comportamiento, se impliquen en la seguridad y se comprometan a construir un lugar de trabajo seguro para los demás. A pesar de ello, nos alientan los progresos realizados hasta el momento. En 2023, logramos una reducción del 23% de los accidentes con tiempo perdido, de 48 a 37 incidentes, y una reducción del 27% de nuestra tasa de frecuencia total de lesiones registrables, de 2,22 en 2022 a 1,62 en 2023.



Planes de futuro

En 2024, seguiremos desarrollando nuestra estrategia de “cero daños”, definiendo las principales actuaciones que deben implementarse y que ayuden en la construcción de una sólida cultura de la salud y la seguridad, en la reducción paulatina de los riesgos para la salud y la seguridad en toda la empresa, así como en un mayor cumplimiento de las normas de seguridad.



1,05

2022:
1,38

Tasa de frecuencia de lesiones con tiempo perdido*

37

2022:
48

Total de lesiones registrables relacionadas con el trabajo con tiempo perdido

1,62

2022:
2,22

Tasa de frecuencia de lesiones registrables**

*Número de lesiones con tiempo perdido por cada 200.000 horas trabajadas.

**Número total de lesiones registrables por cada 200.000 horas trabajadas.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Aprendizaje y desarrollo

Un sólido entorno de aprendizaje y desarrollo puede tener un impacto enormemente positivo en el desarrollo personal y la calidad de vida de nuestros compañeros. De igual manera, las nuevas competencias adquiridas aportan valor a nuestro negocio y reducen los riesgos asociados a la falta de competencias en la organización. Todo ello es especialmente importante en la medida en que ganan peso las nuevas competencias requeridas, tales como nuevas cualificaciones técnicas o una mayor comprensión de la sostenibilidad. En resumen, apoyando el desarrollo de nuestros compañeros, contribuimos a la evolución positiva de nuestra empresa.



Políticas y enfoque

Apoyamos a nuestros empleados para que sigan aprendiendo y desarrollándose mientras trabajan en SBFE.

Nuestras operaciones siguen un ciclo anual de Rendimiento y Desarrollo, es decir, cada año, los empleados marcan sus metas y objetivos para el año siguiente, acordadas a partir de un diálogo con su director. Como parte de este proceso, los empleados diseñan un Plan de Desarrollo Individual que describe sus ámbitos de desarrollo, así como la forma en que pueden abordarse, desde un enfoque 70-20-10. Esto quiere decir que el 70% de su aprendizaje procede de la experiencia asociada con el trabajo, el 20% proviene de sus interacciones con los demás, y un 10% procede de eventos o recursos de aprendizaje formalizados. Cada acción que presenta el Plan tiene un indicador clave de rendimiento (*Key Performance Indicator*, KPI), y los empleados reciben, de forma continuada, información y apoyo de sus directores para ayudarles a cumplir sus objetivos. El Plan puede incluir una amplia gama de acciones de formación y desarrollo, por ejemplo, actividades propias del puesto de trabajo, procesos de retroalimentación, observación del gerente, asesoría entre iguales, encargos de tareas o aprendizaje formal. Además, todos los empleados tienen acceso a nuestra plataforma de aprendizaje digital, MySU, que ofrece más de 60.000 cursos y recursos sobre temas tan variados como la sostenibilidad, la visualización de datos, la creación de resiliencia o cómo dirigir reuniones virtuales.

En 2023, renovamos por completo MySU, pasando de ser un sistema de gestión del aprendizaje a una moderna plataforma de experiencia de aprendizaje centrada en la comunidad, el intercambio de conocimientos y el aprendizaje entre iguales. La versión MySU 3.0 actualizada incluye nuevos canales y grupos de aprendizaje, en los cuales los empleados pueden compartir contenidos relevantes para su función, roles e intereses de aprendizaje. Uno de ellos es la Academia de Sostenibilidad, donde los empleados pueden acceder a módulos de aprendizaje sobre sostenibilidad, vía digital y disponibles en varios idiomas. Para obtener más información, puede consultar nuestro *Foco de Atención: MySU 3.0*.

En SBFE, los empleados también tienen acceso a un conjunto de programas estructurados de desarrollo y formación que les ayudan a desarrollar sus habilidades y capacidades de liderazgo. Destacamos nuestros programas globales de liderazgo y cultura, como el Foro Global de Liderazgo y el Programa Global de Desarrollo del Liderazgo, así como nuestras Academias de Venta para los equipos locales de Ventas y la formación técnica de los empleados de las fábricas. Además, utilizamos el Instrumento de Dominación Cerebral de Herrmann (*Herrmann Brain Dominance Instrument*, HBDI), una herramienta de evaluación que mide y describe las preferencias de pensamiento. El uso de esta herramienta puede ayudar a individuos y equipos de diversos modos, desde mejorar el autoconocimiento y la comunicación hasta mejorar la toma de decisiones y la gestión de las partes interesadas.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos



En 2023:

El 74%

de los empleados completaron sus Planes de Desarrollo Individual

Se recibieron

9,484

horas de formación *on line*

El promedio fue de

2,4

horas de formación *on line* por empleado



Progreso

Continúa nuestro apoyo al aprendizaje y desarrollo de nuestros empleados, que en un 74% finalizó su Plan de Desarrollo Individual (PDI) en 2023, por debajo del 86% de 2022. Esta reducción se debe a una modificación en su cálculo: la cifra de 2023 incluye a todos los empleados, mientras que la cifra de 2022 incluye únicamente a los empleados que cumplieron los requisitos del PDI.

Los empleados recibieron un total de 9.484 horas de formación *on line* en 2023, lo cual equivale a una media de 2,4 horas de formación *on line* por empleado. Estas cifras apuntan a una reducción de la formación en comparación con 2022 (con 12.881 horas de formación). Sin embargo, las cifras de 2023 únicamente se refieren a formación *on line*, a diferencia de las cifras de 2022 que se refieren a toda la formación impartida en SBFE. En total, más de 2.800 empleados recibieron formación en 2023.

Tras el éxito del pasado año de nuestra “Academia de Gerentes Seicho” (*Seicho Manager Academy*), con tal oferta de actividades y recursos de aprendizaje para desarrollar las capacidades de gestión, hemos decidido que los recursos de nuestra Academia sean de libre acceso. Para una mayor información, puede consultar más adelante nuestro *Foco de Atención: MySU 3.0*.

Asimismo, llevamos a cabo diversas iniciativas que apoyan el desarrollo profesional y personal de nuestros empleados. Fue una gran satisfacción publicar nuestro “Diccionario de Sostenibilidad” en cinco idiomas. Este diccionario ofrece un glosario de términos sobre sostenibilidad y está diseñado para que los empleados

profundicen en la comprensión de cuestiones relacionadas con el clima y la biodiversidad, así como para ayudarles a mantener conversaciones más eficaces en estas materias. Este diccionario está disponible en la recién inaugurada “Academia de Sostenibilidad”, con más de 600 visitas desde su lanzamiento.

Además, dentro de nuestra “Semana Verde”, evento interno de concienciación sobre sostenibilidad, organizamos una serie de talleres interdisciplinarios sobre diversas temáticas: desde el ciclo del agua a la gestión de residuos alimentarios. Las sesiones fueron diseñadas para que nuestros equipos comprendieran mejor las prioridades clave y que nuestros empleados pudieran integrar la sostenibilidad en su trabajo y conectar más con nuestro valor empresarial de “*Growing for Good*”.

En 2023, 339 empleados participaron en una sesión de la herramienta HBDI que fue ideada para poder comprender mejor cómo piensan y cómo procesan la información los participantes. A través de un mayor saber en relación a las preferencias comunicativas de cada participante, podemos estudiar cómo adaptar la forma de comunicarnos con nuestros equipos y clientes, y así ser más eficaces e impactantes. En la actualidad, ofrecemos sesiones individuales y grupales, que han tenido una gran acogida. Asimismo, hemos previsto formar a más profesionales con certificación en HBDI, para poder así ampliar este programa a todo el año. Además, hemos previsto incorporar la herramienta HBDI en nuestro Programa COMPASS” sobre “Fundamentos de liderazgo” en 2024, con el fin de ayudar a nuestros líderes a dominar una comunicación eficaz.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos



Planes de futuro

En 2024, el equipo de Aprendizaje y Desarrollo seguirá ampliando la oferta de oportunidades de capacitación y que sea adecuada para todos los empleados. Estamos en proceso de añadir nuevos canales a nuestra plataforma de aprendizaje MySU, entre los que destacamos un canal de Aprendizaje de Idiomas y Consejos, con recursos para el aprendizaje de las lenguas, y un canal de Priorización, con cursos sobre gestión del tiempo, planificación y eficiencia.

Además, pondremos especial atención en el desarrollo de nuestras capacidades organizativas más ampliamente, con planes para poner en marcha nuestro programa COMPASS sobre “Fundamentos de liderazgo”, que ofrecerá actividades y recursos de aprendizaje para desarrollar las capacidades de liderazgo a todos los niveles de la organización.

Por último, hemos previsto poner en marcha un Programa para el Desarrollo de Operarios, específicamente adaptado a las habilidades técnicas de la cadena de suministro y a las actividades básicas de gestión.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

🔍 Foco de Atención: MySU 3.0

En 2023, convertimos nuestra plataforma de aprendizaje *on line* MySU, en una moderna Plataforma de Experiencia Educativa enfocada en la comunidad, en el intercambio de conocimientos y en el aprendizaje entre iguales. La actualización de MySU 3.0 tiene como objetivo acelerar el desarrollo y la mejora de las competencias de los empleados y representa un interesante cambio hacia el aprendizaje social dentro de la empresa.

MySU 3.0 incorpora una serie de nuevas funciones diseñadas para mejorar la forma en que los empleados pueden conectarse entre sí. A través de canales dedicados a temas de interés común y grupos de aprendizaje en equipo, los empleados pueden ahora compartir fácilmente recursos y contenidos interesantes relacionados con sus funciones, roles e intereses de aprendizaje, debatir sobre distintas áreas de desarrollo y aprender unos de otros. Destacamos la puesta en marcha de un canal sobre sostenibilidad, con el objetivo de que todos los empleados participen en módulos de aprendizaje en línea en dicha materia, así como de un canal de capacitación *“Marketing All Stars”* que ayuda a los empleados de Marketing a obtener las competencias necesarias para progresar en su carrera. También ayudamos nuestra función de Ventas a desarrollar la *“Academia de Ventas”*, una herramienta que pretende promover contenidos relevantes y atractivos enfatizando habilidades y capacidades clave.

El relanzamiento de MySU fue un proyecto global de *“One Suntory”* dentro de nuestro *“Yatte Minahare”*, nuestro compromiso de crear valor y ofrecer resultados innovadores. Su éxito señala una nueva era de aprendizaje en Suntory. Al facilitar la colaboración en torno al desarrollo, estamos democratizando el acceso al conocimiento, a la vez que capacitamos a los empleados a hacerse cargo de su propio crecimiento. Estamos mejorando las funcionalidades de la plataforma y nuestra meta es llegar a ser un faro para esta moderna cultura de aprendizaje social.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Tablas De Datos

76 Nuestra Gobernanza

77 Nuestras Bebidas

78 Nuestros Recursos

82 Nuestra Sociedad

83 Nuestros Socios y Nosotros

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Nuestra Gobernanza

Gobernanza	2022	2023
Casos confirmados de incumplimiento de legislación y normativa por parte de los empleados	0	1
Incidentes de corrupción confirmados	0	1
Empleados a quienes se han comunicado las políticas anticorrupción (%)	100	100
Empleados que han recibido formación sobre anticorrupción (%)	>80	>95
Número de denuncias recibidas	0	2



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Nuestras Bebidas

Menos azúcar	Año base: 2015	2022	2023
Promedio de azúcar añadido (g/litro)	88	67	65
Reducción del promedio de azúcar añadido (desde inicio de año hasta la fecha, respecto al año base, 2015) (%)	-	24	26
Volumen de bebidas vendidas con menos de 5 g/100 ml de azúcar (Millones de litros)	388	1.083	1.129
Cambio en el volumen de bebidas vendidas con un contenido de azúcar inferior a 5 g/100 ml (desde inicio de año hasta la fecha, respecto al año base, 2015)	-	2,8x	2,9x
Ingresos de productos sin calorías y bajos en calorías* (€)	-	131,7 millones	154,2 millones
Volumen de ventas de productos sin calorías o bajos en calorías (%)	-	18	17
Azúcar añadido en cartera (kg)	135,6 millones	133 millones	115 millones
Azúcar eliminado mediante cambios en la formulación (kg)	-	2,6 millones	20,6 millones

*Ingresos de las seis marcas más vendidas ("Oasis Light", "Orangina Light", "Schweppes Light", "Lucozade Zero", "Ribena Ready-to-Drink" y "Ribena Squash"). Todas las marcas utilizan edulcorantes bajos en calorías y sin azúcar añadido.

Formulación responsable	2022	2023
% de productos sin colorantes artificiales	81	86
% de productos sin aromas artificiales	72	73

Alta calidad	2022	2023
Número de reclamaciones recibidas de consumidores y/o usuarios finales (Ratio del número de reclamaciones por millón)	0,57	0,7

Nuestros Recursos

Reducción de las emisiones para alcanzar un valor neto igual a cero	Año base: 2019	2021	2022	2023
Emisiones de GEI de alcance 1 (tCO ₂ e)	54.122	51.949	53.728	53.346
Emisiones de GEI de alcance 2 (de mercado)(tCO ₂ e)	12.267	310	206	181
Emisiones de GEI de alcance 2 (de ubicación) (tCO ₂ e)	12.267	10.547	8.722	8.145
Emisiones de GEI de alcance 3* (tCO ₂ e)	1.305.736	1.104.881	1.147.978	1.122.499
Emisiones de GEI totales** (tCO ₂ e)	1.372.125	1.157.140	1.201.912	1.176.026
Ratio de intensidad de las emisiones*** (tCO ₂ e/kL)	0,559	0,465	0,447	0,451

*Datos de alcance 3 aún están pendientes de verificación.

**Emisiones totales calculadas utilizando valores de alcance 2 (basados en el mercado).

***Volumen de producción de las fábricas de embotellado y concentrados en propiedad de SBFE y producción de marcas de SBFE de fabricantes contratados y franquicias.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Desglose de las emisiones de alcance 3*	Unit	Año base: 2019	2021	2022	2023
Ámbito 3	tCO ₂ e	1.305.736	1.104.881	1.147.978	1.122.499
<i>Bienes y servicios adquiridos</i>	tCO ₂ e	713.254	593.186	638.207	603.991
	%	54,6	53,7	55,6	53,8
<i>Bienes de capital</i>	tCO ₂ e	38.561	27.666	21.987	28.939
	%	3,0	2,5	1,9	2,6
<i>Combustibles y actividades relacionadas con la energía</i>	tCO ₂ e	11.398	9.177	10.004	9.932
	%	0,9	0,8	0,9	0,9
<i>Transporte y distribución</i>	tCO ₂ e	195.576	146.303	152.703	141.572
	%	15,0	13,2	13,3	12,6
<i>Residuos generados en las operaciones</i>	tCO ₂ e	1.221	998	992	1.171
	%	0,1	0,1	0,1	0,1
<i>Viajes de negocios</i>	tCO ₂ e	4.880	731	1.759	1.459
	%	0,4	0,1	0,2	0,1
<i>Desplazamientos de los trabajadores</i>	tCO ₂ e	8.501	6.247	5.132	6.090
	%	0,7	0,6	0,4	0,5
<i>Transporte y distribución</i>	tCO ₂ e	9.538	8.702	9.277	8.921
	%	0,7	0,8	0,8	0,8
<i>Utilización de los productos vendidos</i>	tCO ₂ e	48.483	44.006	44.756	68.888
	%	3,7	4,0	3,9	6,1
<i>Tratamiento de los productos vendidos al final de su vida útil</i>	tCO ₂ e	106.591	93.484	101.909	93.749
	%	8,2	8,5	8,9	8,4
<i>Franquicias</i>	tCO ₂ e	167.733	174.383	161.251	157.786
		12,8	15,8	14,0	14,1

*Datos de alcance 3 aún están pendientes de verificación.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Energía	Unidad	2022	2023
Consumo total de combustible procedente de fuentes no renovables, desglosado por tipo de combustible*	GJ	947.667	930.264,87
<i>Gas Licuado de Petróleo (GLP)</i>	GJ	-	13.295,68
	%	1,4	1,4
<i>Gas Natural Licuado (GNL)</i>	GJ	-	895.767,87
	%	98,3	96,3
<i>Diesel</i>	GJ	-	21.201,31
		0,3	2,3
Consumo total de energía procedente de fuentes renovables, desglosado por fuentes*	GJ	389.772	374.449,80
<i>Electricidad comprada (GO/ REGO o PPA)</i>	GJ	-	366.434,33
	%	99,2	97,9
<i>Energía producida in situ</i>	GJ	-	8.015,45
	%	0,8	2,1
Intensidad energética	kWh/Kl	215,3	213,30

*Solo datos de fábricas.

Acelerar los envases sostenibles y circulares	2021	2022	2023
Contenido de plástico reciclado en nuestras botellas (promedio de cartera) (%)	18	36	44
Material de envasado primario reciclable (%)	77	75	75

Gestión del agua	Unidad	Año base: 2015	2021	2022	2023
Extracción total de agua por fuente	Megalitros	-	3.315	3.434	3.363
<i>Agua municipal</i>	Megalitros	-	1.581	1.797	1.631
<i>Aguas subterráneas</i>	Megalitros	-	1.734	1.637	1.732
Intensidad del agua en nuestras operaciones directas (volumen de agua extraída por kilolitro de producción)	kl/kl	2,34	2,07	1,99	1,97
Extracción de agua de lugares con estrés hídrico alto o extremadamente alto*	Megalitros	-	-	657,7	717,2
	% de extracción total	-	-	19,2	21,3
Consumo total de agua	Megalitros	-	-	1.929	1.405
Agua total almacenada	Megalitros	-	-	0	0
Consumo total de agua en zonas con riesgo hídrico, incluidas las zonas de alto estrés hídrico	Megalitros	-	-	-	348
Vertido total de agua por destino	Megalitros	-	1.478	1.504	1.610
<i>Río</i>	Megalitros	-	408	420	406
<i>Alcantarillado</i>	Megalitros	-	1.070	1.084	1.203

*Extracción de agua de Toledo.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Menos residuos	Unidad	Año base: 2019	2021	2022	2023
Peso total de los residuos	Toneladas	-	-	17.838,90	19.237,20
Peso de los residuos peligrosos	Toneladas	-	-	151,5	200,4
	% del total de residuos	-	-	0,8	1,0
Peso de los residuos no peligrosos	Toneladas	-	-	17.687,40	19.036,80
	% del total de residuos	-	-	99,2	99,0
<i>Reutilización/reciclaje</i>	Toneladas	-	-	16.679,22	17.932,67
	% de residuos no peligrosos	-	93,3	94,3	94,2
<i>Incineración</i>	Toneladas	-	-	795,93	856,66
	% de residuos no peligrosos	-	-	4,5	4,5
<i>Vertido</i>	Toneladas	-	-	194.56	247.48
	% de residuos no peligrosos	-	2,5	1,1	1,3
Peso de los residuos alimentarios*	Toneladas	3.730	4.352	4.154	4.754,19

*El ámbito de los residuos alimentarios se redefinió en 2023 para cubrir el 100% de la cadena de suministro de alimentos de SBFE y excluir los alimentos que se destinan a piensos o bancos de alimentos.

Entorno de contratación responsable	2022	2023
% de materiales agrícolas utilizados sostenibles*	55	62
% de aceite de palma utilizado con certificación RSPO	77	81

*Para que el cultivo y la transformación del material agrícola sea considerado "sostenible", debe cumplir una norma aprobada por SBFE y obtener "Oro" o "Plata" en la Evaluación de Sostenibilidad Agrícola en una Iniciativa de Agricultura Sostenible.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Nuestra Sociedad

Impacto comunitario	2022	2023
Donaciones benéficas (€)	347.789	144.258
Donaciones para la producción* (€)	87.000	328.643
Activación comunitaria** (€)	635.000	677.236
Número total de empleados voluntarios	-	600
Número total de horas de voluntariado	-	2.314

*Valor total de los productos donados.

**Apoyo financiero a socios y programas comunitarios.



Nuestros Socios y Nosotros

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Empleados	2022	2023
Total de empleados en plantilla	3.465	3.547
<i>Benelux</i>	98	107
<i>EECM (incl. Polonia)</i>	189	201
<i>Francia</i>	1.295	1.315
<i>GB&I</i>	702	725
<i>Iberia (España, incl. Citresa, + Portugal)</i>	1.181	1.199
Empleados fijos	3.328	3.425
Por género		
<i>Mujer</i>	1.123	1.185
<i>Hombre</i>	2.205	2.240
Por región		
<i>Benelux</i>	94	102
<i>EECM (incl. Polonia)</i>	163	171
<i>Francia</i>	1.255	1.265
<i>GB&I</i>	670	706
<i>Iberia (España, incl. Citresa, + Portugal)</i>	1.146	1.181

Empleados	2022	2023
Empleados temporales	137	122
Por género		
<i>Mujer</i>	77	67
<i>Hombre</i>	60	55
Por región		
<i>Benelux</i>	4	5
<i>EECM (incl. Polonia)</i>	26	30
<i>Francia</i>	40	50
<i>GB&I</i>	32	19
<i>Iberia (España, incl. Citresa, + Portugal)</i>	35	18

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Empleados	2022	2023
Empleados a tiempo completo	3.334	3.410
Por género		
<i>Mujer</i>	1.100	1.148
<i>Hombre</i>	2.234	2.262
Por región		
<i>Benelux</i>	90	96
<i>EECM (incl. Polonia)</i>	174	182
<i>Francia</i>	1.268	1.288
<i>GB&I</i>	660	682
<i>Iberia (España, incl. Citresa, + Portugal)</i>	1.142	1.162
Part time employees	131	137
Por género		
<i>Mujer</i>	100	104
<i>Hombre</i>	31	33
Por región		
<i>Benelux</i>	8	11
<i>EECM (incl. Polonia)</i>	15	19
<i>Francia</i>	27	27
<i>GB&I</i>	42	43
<i>Iberia (España, incl. Citresa, + Portugal)</i>	39	37

Empleados	2022	2023
Contratación de nuevos empleados	533	590
Por género		
<i>Mujer</i>	253	257
<i>Hombre</i>	280	333
Por edad		
<i>Menos de 30 años</i>	236	235
<i>30–50 años</i>	250	301
<i>Más de 50 años</i>	47	54
Por región		
<i>Benelux</i>	17	28
<i>EECM (incl. Polonia)</i>	42	45
<i>Francia</i>	240	219
<i>GB&I</i>	74	112
<i>Iberia (España, incl. Citresa, + Portugal)</i>	160	186

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Empleados	2022	2023
Rotación de empleados	613	538
(%)	17,7	15,2
Por género		
<i>Mujer</i>	257	235
<i>Hombre</i>	356	303
Por edad		
<i>Menos de 30 años</i>	170	167
<i>30–50 años</i>	305	228
<i>Más de 50 años</i>	138	143
Por región		
<i>Benelux</i>	30	21
<i>EECM (incl. Polonia)</i>	40	41
<i>Francia</i>	228	208
<i>GB&I</i>	107	83
<i>Iberia (España, incl. Citresa, + Portugal)</i>	208	185
Empleados cubiertos por convenios colectivos (%)	-	62,1
Trabajadores de fábrica*	1.064	1.093

*Dato actualizado respecto a nuestro informe de 2022. En 2022, el valor de 327 del informe se refería a trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo estaba controlado por SBFE. Los datos de 2022 y 2023 reflejan ahora los trabajadores de fábrica en Francia, Gran Bretaña e Irlanda y España.

Diversidad, equidad e inclusión	2022	2023
Todos los empleados		
Por género		
<i>Mujer (%)</i>	34,6	35,3
<i>Hombre (%)</i>	65,4	64,7
Por edad		
<i>Menos de 30 años (%)</i>	11,0	10,8
<i>30–50 años (%)</i>	59,0	59,3
<i>Más de 50 años (%)</i>	30,0	29,9
Consejo de administración*		
Por género		
<i>Mujer (%)</i>	66,7	80,0
<i>Hombre (%)</i>	33,3	20,0
Por edad		
<i>Menos de 30 años (%)</i>	0,0	0,0
<i>30–50 años (%)</i>	17,0	20,0
<i>Más de 50 años (%)</i>	83,0	80,0

*Se refiere al Consejo de Administración de OSH BV, que excluye las entidades de Reino Unido e Irlanda.

1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Diversidad, equidad e inclusión	2022	2023
Comité Ejecutivo de SBFE		
Por género		
Mujer (%)	42,0	50,0
Hombre (%)	58,0	50,0
Por edad		
Menos de 30 años (%)	0,0	0,0
30–50 años (%)	8,0	21,4
Más de 50 años (%)	92,0	78,6
Altos ejecutivos		
Por género		
Mujer (%)	36,4	38,5
Hombre (%)	63,6	61,5
Por edad		
Menos de 30 años (%)	0,0	0,0
30–50 años (%)	18,2	23,1
Más de 50 años (%)	81,8	76,9

Diversidad, equidad e inclusión	2022	2023
Alta dirección		
Por género		
Mujer (%)	38,4	39,8
Hombre (%)	61,6	60,2
Por edad		
Menos de 30 años (%)	0,0	0,0
30–50 años (%)	60,0	56,1
Más de 50 años (%)	40,0	43,9
Mandos intermedios		
Por género		
Mujer (%)	46,9	47,9
Hombre (%)	53,1	52,1
Por edad		
Menos de 30 años (%)	15,0	13,8
30–50 años (%)	63,0	64,1
Más de 50 años (%)	22,0	22,1

- 1 Introducción
- 2 Nuestras Bebidas
- 3 Nuestros Recursos
- 4 Nuestra Sociedad
- 5 Nuestros Socios y Nosotros
- 6 Tablas De Datos

Diversidad, equidad e inclusión	2022	2023
Empleados subalternos		
Por género		
Mujer (%)	21,9	22,3
Hombre (%)	78,1	77,7
Por edad		
Menos de 30 años (%)	7,7	8,6
30–50 años (%)	54,6	55,0
Más de 50 años (%)	37,7	36,4
Ratio del salario base entre mujeres y hombres		
Ejecutivo superior (Ratio)	0,90	0,93
Alta dirección (Ratio)	0,96	0,96
Mandos intermedios (Ratio)	0,96	0,96
Empleados (Ratio)	0,98	0,97
Ratio de remuneración entre mujeres y hombres*		
Ejecutivo superior (Ratio)	0,89	0,98
Alta dirección (Ratio)	0,91	0,96
Mandos intermedios (Ratio)	0,95	0,96
Empleados (Ratio)	0,97	0,97
Excedencia por motivos familiares		
Empleados con derecho a excedencia por motivos familiares (%)	-	100,0
Empleados con derecho a permiso por motivos familiares (%)	-	22,16

*La remuneración incluye el salario, los incentivos a corto plazo y los incentivos a largo plazo.



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Derechos humanos	2022	2023
Importe de las multas, sanciones e indemnizaciones materiales por daños y perjuicios como resultado de violaciones relativas a factores sociales y de derechos humanos (€)	0	0
Número de cuestiones e incidentes graves en materia de derechos humanos relacionados con la propia plantilla de personal	0	0
Número de cuestiones e incidentes graves en materia de derechos humanos relacionados con la plantilla de personal, que son casos de incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas y las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales	0	0
Importe de las multas, sanciones e indemnizaciones materiales por cuestiones e incidentes graves en materia de derechos humanos relacionados con la propia plantilla de personal (€)	0	0

Aprendizaje y desarrollo	2022	2023
Empleados que completaron sus Planes de Desarrollo Individual (%)	86	74
Número total de horas de formación en SBF E (Horas)	12.881*	9.483**
Promedio de horas de formación por empleado (Horas)	3,7	2,7

*2022: Formación en línea y presencial.

**2023: Solo formación en línea.

Cadena de suministro	2022	2023
% de proveedores de materias primas y envases registrados en Sedex	92	78
Nuevos proveedores examinados en función de criterios sociales y ambientales	-	N/A
Evaluación del impacto social y ambiental de los proveedores	-	226 (En bruto + Embalaje) 238 (En bruto + Embalaje+ Coman/ CO ₂ / Productos químicos/ Palés)
Proveedores identificados con impactos significativos reales y potenciales	-	16 (En bruto + Embalaje) 16 (En bruto + Embalaje + Coman/ CO ₂ / Productos químicos/ Palés)



1 Introducción

2 Nuestras Bebidas

3 Nuestros Recursos

4 Nuestra Sociedad

5 Nuestros Socios y Nosotros

6 Tablas De Datos

Salud y seguridad	2022	2023
Empleados cuyo trabajo está cubierto por nuestro sistema de gestión de salud y seguridad (certificado ISO 45001) (%)	100	100
Número de lesiones con tiempo perdido	48	37
Tasa de frecuencia de lesiones con tiempo perdido (Número de lesiones registrables con tiempo perdido por 200.000 horas trabajadas)	1,38	1,05
Tasa de frecuencia de lesiones registrables totales (Número total de lesiones registrables por 200.000 horas trabajadas)	2,22	1,62
Número de muertes causadas por lesiones relacionadas con el trabajo	0	0
Tasa de mortalidad causada por lesiones relacionadas con el trabajo (Número de muertes por 200.000 horas trabajadas)	0	0
Número de lesiones graves relacionadas con el trabajo	1	2
Tasa de lesiones graves relacionadas con el trabajo (Número lesiones graves por 200.000 horas trabajadas)	0,02	0,05
Número de horas trabajadas	7.000.000	7.048.000
Número de casos de enfermedad registrable relacionada con el trabajo	0	0
Número de muertes causadas por enfermedad relacionada con el trabajo	0	0
Número de días perdidos por lesiones y muertes relacionadas con el trabajo, enfermedad relacionada con el trabajo y muertes causadas por enfermedad relacionada con no empleados	-	300



SUNTORY
BEVERAGE & FOOD EUROPE

suntorybeverageandfood-europe.com