

Reporte de Sostenibilidad
Arca Continental Perú 2020

A LA ALTURA DEL RETO



#MotivosPara
SalirAdelante

13
Sobre
nosotros

21
Gobierno
Corporativo

25
Ética y
anticorrupción

31
Nuestro
desempeño
económico

35
Nuestra estrategia
de sostenibilidad

45
Continuidad
del negocio, en
contexto COVID-19

57
Conoce a nuestro
equipo de
colaboradores y
colaboradoras

75
La seguridad y la
salud primero

81
Innovación en
nuestra cadena
de valor

91
Líderes en el
mercado peruano

99
Planeta: nuestra
gestión ambiental

109
Desarrollo de
nuestra comunidad

117
Índice de
contenidos GRI





Mensaje a nuestros grupos de interés

Arca Continental es una empresa que impulsa cambios positivos en sus grupos de interés para contribuir al bienestar de estos, así como al desarrollo sostenible. Bajo esta premisa hemos operado en el Perú durante 110 años, contribuyendo al desarrollo del país y considerando que la sostenibilidad es un factor clave y transversal a toda la organización; impulsando el desarrollo equitativo en las dimensiones económica, ambiental y social, y generando, de esta forma, valor a nuestros grupos de interés.

El año 2020 fue un año de replanteamiento de estrategias, en donde las prioridades inmediatas estuvieron enfocadas en hacer frente a la crisis sanitaria mundial que en el mes de marzo desencadenó una alerta de pandemia de la que aún no salimos. La salud y bienestar de nuestros/as colaboradores/as y socios estratégicos, el aseguramiento de la continuidad del negocio y el abastecimiento del mercado, sin dejar de lado el apoyo a la sociedad, se convirtieron en la fuerza impulsora de nuestras acciones. Además, generamos sinergias con gremios empresariales, gobiernos regionales y locales.

Teniendo como marco nuestros 110 años de creación y la coyuntura de la COVID-19, desplegamos la campaña “**Motivos para seguir adelante**”, la cual buscó poner en valor la virtud de la resiliencia, que caracteriza a los/as peruanos/as, y evidenciar aquellos motivos que nos impulsan a salir adelante frente a cualquier adversidad, sacando lo mejor de cada uno mismo.

Mantuvimos especial atención en la **salud de nuestros/as colaboradores/as**, cumpliendo las disposiciones emitidas por las autoridades. Es así que desarrollamos iniciativas enfocadas en brindar un ambiente seguro de trabajo y transporte a los/as colaboradores/as que necesariamente debían realizar trabajo presencial, así como protocolos de alerta ante cualquier señal de malestar de los mismos.

De manera paralela, nos adaptamos a la nueva forma de trabajo remoto, virtualizando nuestras interacciones laborales y desarrollando un canal directo al hogar. Conscientes de que esta situación generaba ansiedad y preocupación, desarrollamos programas que buscaron un manejo integral de la salud emocional de nuestros/as colaboradores/as y de sus familias. Propiciamos la reubicación interna, logrando que el 80% de las vacantes que surgieron en la compañía en posiciones de especialistas a líderes se cubrieran con talento interno.

En relación a la gestión comercial, mantuvimos la **continuidad del negocio y abastecimiento del mercado**. A pesar del contexto de la COVID-19, que nos llevó a decrecer 14.2% respecto al año 2019, hicimos frente a esta coyuntura para mantener la continuidad de nuestras operaciones, aplicando una serie de estrategias, entre las cuales destacamos:

- El **desarrollo del portafolio de bebidas bajas y sin azúcar**, en el que alcanzamos un crecimiento de 53% de participación, con relación al 2019.
- El **desarrollo de empaques retornables** con el que ofertamos productos a precios más accesibles para el consumidor y también alineados a nuestro compromiso del cuidado del medio ambiente.

- Lanzamos nuevos formatos en la marca Benedictino y Frugos Fresh, nuestros **productos no carbonatados**, obteniendo buenos resultados en volumen, cobertura y participación de mercado.
- Comercialmente, impulsamos una serie de iniciativas tales como **AC Digital**, bodega abierta y *home delivery* con nuestro socio comercial Vendomática, aprovechando los beneficios que la digitalización nos trae y promoviendo la innovación del sector, adaptándonos a la nueva realidad.
- En cuanto a la gestión logística, se logró promover la efectividad de la entrega de los productos, a partir de mejorar la ejecución de última milla, alcanzando 1.4% de crecimiento en el *Fill Rate*¹ en todos los canales.

Finalmente, activamos el plan de atención de donaciones, apoyando las **necesidades inmediatas de la sociedad** en este contexto de emergencia. Cubrimos la necesidad de hidratación de las comunidades más vulnerables, llegando a entregar un millón y medio de litros de productos para hidratación a nivel nacional. Trabajamos con autoridades y organizaciones de apoyo, donando equipos médicos y equipos de oxígeno, trasladando medicamentos con nuestra flota de reparto al sistema de salud, y fortaleciendo la cadena de valor al abastecer con artículos de prevención a nuestros clientes y recicladores.

Es por ello que fuimos reconocidos dentro de las 20 compañías que más colaboró durante la pandemia, dentro del estudio Merco Responsabilidad y Gobierno 2020. Adicionalmente, en conjunto con Coca-Cola, fuimos las primeras empresas en recibir el sello de reconocimiento, por cumplir con el 100% de las metas establecidas en el **Acuerdo de Producción Limpia (APL)**, otorgado por el Ministerio del Ambiente y el Ministerio de la Producción. Estos reconocimientos nos llenan de orgullo y nos impulsan a seguir mejorando en el camino de la sostenibilidad.

De esta manera, presentamos nuestro reporte de sostenibilidad correspondiente al año 2020, considerando para ello los estándares de la Global Reporting Initiative (GRI).

(GRI 102-14)



Juan Félix Alba
Gerente General
(GRI 102-14)

¹ Indicador que mide la cantidad que entregamos a los clientes con respecto de lo que nos solicitó.

Principales cifras

(GRI 102-7)



4 546
colaboradores/as



79.1%
de nivel de satisfacción
de clima laboral



Cero lesiones
por accidente laboral con
grandes consecuencias



S/ 2 389 520
(miles) de ventas netas



S/ 1 743 658
de pasivo total
S/ 1 288 170
de patrimonio



3%
de reducción del consumo
de energía y
8%
de reducción del consumo
de agua, por litro de bebida,
con respecto al 2019



S/ 2 204 040
de inversión social



Sobre nuestro Reporte de Sostenibilidad

Publicamos anualmente² ([GRI 102-51](#)) ([GRI 102-52](#)) nuestro reporte de sostenibilidad.

En esta edición, abarcamos el año calendario 2020 ([GRI 102-50](#)). Nuestro reporte de sostenibilidad considera las actividades desarrolladas por las siguientes entidades, las mismas que se encuentran incluidas en nuestros estados financieros consolidados:

- Corporación Lindley S.A.
- Embotelladora La Selva S.A.
- Empresa Comercializadora de Bebidas S.A.C.
- AC Comercial Del Perú S.A.C.
- AC Logística del Perú S.A.C. ([GRI 102-45](#))

El contenido de nuestro reporte fue definido a partir del análisis de los siguientes documentos:



Información del formulario de Responsabilidad corporativa, requerido por la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) de Lima.



Materialidad del Reporte integrado de Arca Continental 2019.



Benchmark realizado a partir de la revisión de reportes de sostenibilidad de empresas del sector.

En esta edición decidimos hacer uso de los estándares GRI. Este reporte hace referencia a los estándares listados en el índice de contenidos del GRI que mostramos al final del reporte. ([GRI 102-54](#))

Nuestro punto de contacto para resolver dudas con respecto a este reporte es el siguiente: Alberto Martos Rojas, Gerente de Responsabilidad Social, teléfono 319-4000 y correo electrónico: amartos@lindley.pe ([GRI 102-53](#))

Reconocimientos y distintivos

Según el ranking MERCO, Arca Continental Lindley se encuentra dentro de las empresas con mejor reputación del país, en las siguientes categorías y posiciones:

- MERCO Empresas: Posición 19
- MERCO Talento: Posición 12
- MERCO Responsabilidad y Gobierno Corporativo: Posición 19, escalando 11 puntos frente al 2019



Reconocimiento especial, otorgado por MERCO, como una de las 20 empresas que más aportó a la sociedad y a sus comunidades en el 2020 en el contexto de pandemia.



Sello de Reconocimiento y diploma, otorgado por el Ministerio del Ambiente, por cumplir con el 100% de las metas establecidas en el Acuerdo de Producción Limpia, en conjunto con Coca-Cola.



Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR), otorgado por la asociación Perú 2021, por séptimo año consecutivo. Asimismo, durante el 2020, fuimos elegidos como empresa ejemplo de buenas prácticas en la categoría Ambiental.



Distinción de Empresa Líder de Cambio 2020, otorgada por la Asociación de Buenos Empleadores - ABE de la Cámara de Comercio Americana AMCHAM, por nuestras buenas prácticas laborales frente al contexto COVID-19, en temas de liderazgo, salud y experiencia del/de la colaborador/a.

² En el 2019 se publicó el reporte de sostenibilidad bajo el formato de la Superintendencia del Mercado de Valores.

³ Reconocimiento obtenido en marzo del año 2021.

Sobre Nosotros



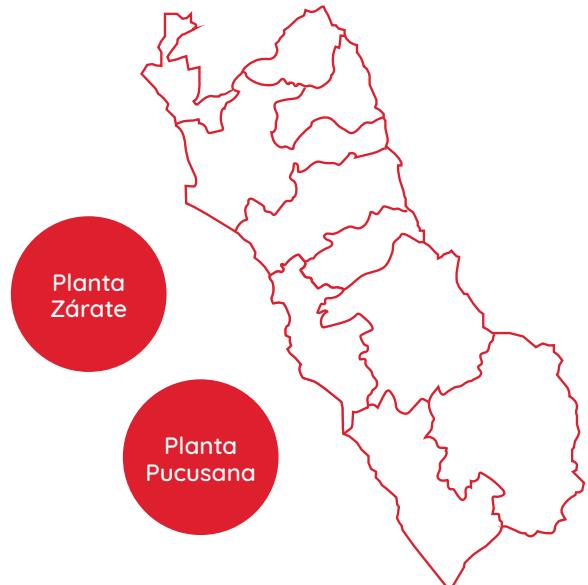


Nosotros

Somos la embotelladora y comercializadora exclusiva de las marcas de Coca-Cola Company, y compañía símbolo de la industria de bebidas por ser la creadora de la marca Inca Kola. Hoy en día, en Arca Continental Lindley y subsidiarias (en adelante AC) satisfacemos al mercado peruano con bebidas gaseosas, aguas, jugos, isotónicas y energizantes, a través de nuestras seis plantas y sesenta y cinco centros de distribución propios y terceros, propiedades de nuestros socios estratégicos.

(GRI 102-1) (GRI 102-2) (GRI 102-6)

EN LIMA



(GRI 102-4)

A NIVEL NACIONAL



Nuestra oficina administrativa se encuentra ubicada en la avenida Javier Prado este N° 6210 - piso 10, distrito de La Molina, en la provincia y departamento de Lima, Perú.
(GRI 102-5)

Nos encontramos afiliados a las siguientes instituciones: (GRI 102-13)

- Sociedad Nacional de Industrias
- Asociación de Bebidas y Refrescos Sin Alcohol del Perú
- Cámara de Comercio Americana del Perú
- Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Loreto
- Cámara de Comercio e Industria de Arequipa
- Cámara de Comercio, Industria, Servicios, Turismo y de la Producción del Cusco
- Cámara de Comercio y Producción de la Libertad
- Cámara de Comercio Chilca – Pucusana
- Cámara de Comercio de Lima
- Cámara de Comercio Peruano Mexicana
- Asociación de Buenos Empleadores
- Asociación Peruana de Recursos Humanos



Nuestra historia

1910



Inicio de Fábrica de Aguas Gaseosas La Santa Rosa de J.R. Lindley e hijos en el distrito del Rímac, Perú.



1935



Primera aparición en el mercado de Inca Kola por los 400 años de la fundación de Lima.

1999



Alianza estratégica con The Coca-Cola Company y acceso a una red global de conocimiento y experiencia.

2004



Compra de Embotelladora Latinoamericana S.A. (ELSA) para transformarse en el Embotellador oficial de The Coca-Cola Company en el Perú.



2010



Con nueva identidad corporativa se celebra el centenario de Corporación Lindley.

2012



Inauguración de Planta Trujillo.

2015



Inauguración de Planta Pucusana.

2015



Nos incorporamos a Arca Continental, uno de los embotelladores más importantes del sistema Coca-Cola a nivel mundial.

2020



Cumplimos 110 años y motivos para salir adelante.

110 años

#MotivosPara
SalirAdelante

En el 2020 cumplimos 110 años de creación; en estos casi 200 años de historia del país, hemos enfrentado innumerables desafíos, y la crisis sanitaria que estamos viviendo a raíz de la propagación de la COVID-19, no será la excepción.

Por eso desarrollamos nuestra campaña “Motivos para salir adelante”, una iniciativa dentro de nuestro 110 aniversario, que generó un llamado a valorar esa razón que tiene cada uno para sacar lo mejor de sí en situaciones difíciles.

Cada persona tiene su propia motivación y en el Perú hay más de 30 millones de motivos distintos. Buscamos integrar y visibilizar estas razones, través de la página <https://motivosparsasiradelante.pe/>, de forma que sean inspiración y orgullo para todos/as.

Gobierno corporativo

ARCACONTINENTAL
LINDLEY



Corporación Lindley S.A. forma parte del grupo económico de la sociedad mexicana AC Bebidas, S. de R.L. de C.V., la que a su vez es subsidiaria de la empresa mexicana Arca Continental, S.A.B. de C.V. (AC) [\(GRI 102-1\)](#) [\(GRI 102-5\)](#)

Contamos con un capital social de S/ 580 981 459, representado por la misma cantidad de acciones comunes, todas ellas suscritas y pagadas. Cada acción tiene un valor nominal de S/ 1.

Accionistas	Participación	Nacionalidad
AC Bebidas D. de R.L. de C.V.	99.78%	Mexicana
Otros	0.22%	Otros
		100%

ACL registra en la cuenta patrimonio, acciones de inversión inscritas en la Bolsa de Valores de Lima (BVL), cuyo valor es de S/ 71 965 514. Los titulares de dichas acciones de inversión son 2224.

Nuestra estructura de gobernanza en el Perú está representada por el Directorio y la Gerencia general, según los niveles de autorización y/o aprobación establecidos. A fines del 2020, nuestro Directorio estuvo compuesto por:

Johnny Lindley Suarez	Director desde marzo del 2004 y presidente del Directorio desde el 15 de noviembre del 2013
Jorge Humberto Santos Reyna	Director titular desde septiembre del 2015
Francisco Garza Egloff	Miembro del Directorio desde septiembre del 2015
Arturo Gutiérrez Hernández	Director titular desde septiembre del 2015
Alejandro González Quiroga	Director titular desde abril del 2018
Drago Guillermo Kisic Wagner	Director independiente desde octubre del 2018
César Emilio Rodríguez Larraín Salinas	Director independiente desde octubre del 2018
Armando Solbes Simón	Director independiente desde octubre del 2018

A nivel del Directorio, contamos con los siguientes comités:

Comité especializado de auditoría

Que funciona desde abril del 2014 y cuya función principal es vigilar que los procesos contables y de reporte financiero sean apropiados, así como evaluar las actividades realizadas por los auditores internos y externos.

(GRI 102-18)

Comité de riesgos financieros

Que funciona desde mayo del 2014 y cuya función principal es proponer al Directorio la política de riesgos de la compañía, así como valorar, revisar y evaluar la gestión de riesgos de la compañía, considerando la estrategia, políticas, límites y perfil de riesgo.

Ética y anticorrupción



Aseguramiento de cumplimiento ético

Arca Continental es una compañía orientada al éxito y a los resultados, pero también al desarrollo sustentable y a la ética. Todas nuestras acciones están guiadas por un cuerpo de principios y valores que son la esencia de nuestra cultura organizacional. Tener una buena reputación corporativa y coherente es fundamental para nosotros y se construye a partir de relaciones y actuaciones sólidas y éticas con nuestros grupos de interés.

(GRI 205, 103-1)

Nuestro comportamiento corporativo está sujeto a nuestra visión, misión y principios culturales que son la esencia de nuestra cultura organizacional.

Visión

Ser líderes en todas las ocasiones de consumo de bebidas y alimentos en los mercados donde participamos, de forma rentable y sustentable.

Misión

Generar el máximo valor para nuestros clientes, colaboradores/as, comunidades y accionistas, satisfaciendo en todo momento y con excelencia las expectativas de nuestros consumidores.

Nuestros principios culturales:



Estos principios son la base de nuestro Código de ética y políticas de conducta⁴, que se encuentran disponibles de manera pública en nuestra página web.

En función a lo indicado, contamos con el Comité de integridad y ética, que es una estructura corporativa y cuenta con comités locales en los países donde opera Arca Continental. A nivel Perú está conformado por el Director de finanzas, el Director de capital humano y el Gerente legal. El Comité se encuentra respaldado operativamente por la plataforma Global Ethics, a través de la cual recibimos denuncias internas y externas con respecto al cumplimiento de nuestro Código de ética y políticas de conducta. Las denuncias son recibidas de manera directa e inmediata por las oficinas corporativas, quienes las dirigen al Comité de integridad y ética local. A nivel corporativo, nuestro Código de ética y políticas de conducta son elaboradas e implementadas por el *Officer Compliance*; se solicita la opinión previa de los comités locales de ética e integridad, y finalmente son aprobados por la Dirección general del corporativo y, a nivel de país, por cada Directorio. (GRI 102-16)

⁴ <https://www.arcacontinentallindley.pe/politicas.php>

"Enseñarles a mis hijos que nunca deben de rendirse y que siempre deben salir adelante con la ayuda de Dios".

Juan Gutiérrez
Rímac, Lima



#MotivosPara
SalirAdelante

Prevención de la corrupción

Contamos con dos políticas formalmente desplegadas: la Política anticorrupción y la Política de conflicto de interés, como parte de un proceso más grande que es el Programa de cumplimiento normativo de anticorrupción.

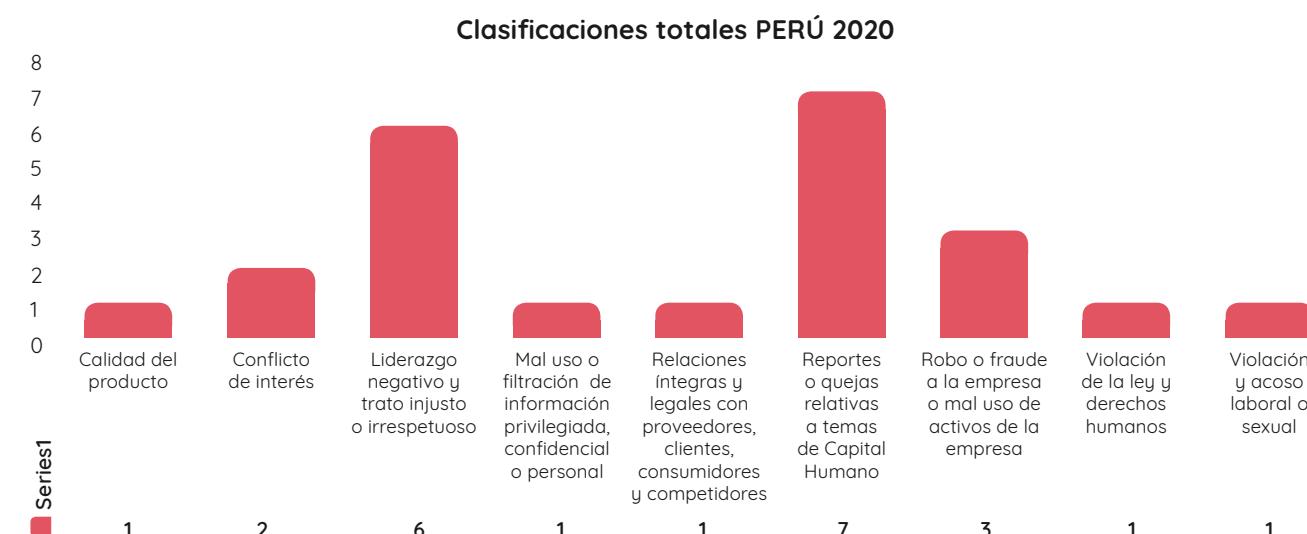
En el marco de la aplicación de estas políticas y en relación con el tratamiento con nuestros proveedores, todos los contratos que se suscriben con ellos tienen como parte integrante de los mismos, las denominadas cláusulas generales de contratación, que incluyen prescripciones sobre la política anticorrupción, trabajo justo, entre otras.

Actualmente, nos encontramos en proceso de elaboración de los protocolos, normas y

procedimientos, los mismos que tienen que ser consensuados con todos los países. [\(GRI 205, 103-2\)](#)

Durante el 2020, realizamos actividades de comunicación y capacitación de las políticas y procedimientos elaborados, en las que participó el 100% de los miembros de nuestro Directorio. Se prevé que la difusión y capacitación hacia los/as colaboradores/as se desarrolle a partir de los materiales que están siendo preparados por el corporativo y que serán difundidos mediante la Dirección de capital humano en el año 2021. [\(GRI 205-2\)](#)

A través de la plataforma Global Ethics, recibimos 25 denuncias, las cuales fueron tipificadas de la siguiente forma:



Nuestra gestión es reportada cada cuatro meses tanto al Comité general de integridad y ética, a nivel corporativo, y al Comité de auditoría del Directorio local. Reportamos estadísticas, es decir, número de casos, tipo de casos, casos atendidos y resueltos, y casos en proceso de atención.

[\(GRI 205, 103-3\) \(GRI 415, 103-3\)](#)

De acuerdo a nuestro Código de ética y políticas de conducta, es compromiso de la compañía promover que quienes la integran y la representan puedan ejercer sus derechos políticos como ciudadanos; sin embargo, la ideología de cada uno de ellos no representa a nuestra compañía, ya que somos apartidista y nos regimos por los legítimos intereses de negocio alineados a nuestro código. Por ende, está prohibido hacer donaciones de cualquier tipo o aportaciones económicas a beneficio de ningún tipo de campaña política. Es por esta razón que durante el 2020 no se han efectuado este tipo de financiamientos.

[\(GRI 415, 103-1, 103-2, 103-3\) \(GRI 415-1\)](#)

RETOS 2021

- ▢ Continuar con el proceso de elaboración de protocolos, normas y procedimientos.
- ▢ Iniciar la capacitación de los/as colaboradores/as, haciendo uso de los materiales que nos proporcionará el corporativo.



Nuestro desempeño económico



AC mantiene el liderazgo en la industria de bebidas en el Perú con 59.40% de participación de mercado en valor y 72.40% dentro de la categoría de gaseosas, frente a los principales competidores, a pesar del decrecimiento del sector durante el año.

En el ejercicio 2020, las ventas en volumen de Arca Continental Lindley y subsidiarias tuvieron un decrecimiento del 14.20%, alcanzando un total de 241.6 millones de cajas unitarias. En cuanto a las ventas netas consolidadas, alcanzamos la cifra de S/ 2 389 520, debido principalmente a las restricciones dispuestas por el Gobierno frente a la pandemia.

Valor económico directo creado (VEC)	2020 (miles de soles)
a) Ingresos	2 456 706
Valor económico distribuido (VED)	
b) Costos operativos (incluye proveedores)	1 593 467
c) Salarios y beneficios a colaboradores/as	332 689
d) Pagos a proveedores de fondos (accionistas, inversionistas)	139 759
e) Pagos a gobiernos (impuestos)	69 882
Total del valor económico distribuido(*)	2 135 798
Valor económico retenido (VER = VEC-VED)	320 908

(*) Incluye aportes a la comunidad.

(GRI 201-1)

Para enfrentar esta coyuntura se implementaron diferentes planes, tales como lanzamientos, fortalecimiento de la plataforma de retornables, desarrollo de nuevos modelos de atención a nuevos canales y proyectos de reactivación para reapertura de clientes, los cuales permitieron mitigar la caída de volumen. (GRI 201, 103-1, 103-2)

El valor económico directo y distribuido generado por las empresas del grupo en el ejercicio 2020, fue el siguiente:

El desempeño económico de la compañía fue auditado por la empresa externa Paredes, Burga & Asociados SCRL, representante de Ernst & Young Perú. (GRI 201, 103-3)

Por otro lado, para el desarrollo de iniciativas sociales que generan impactos económicos indirectos en las comunidades aledañas a nuestras operaciones, realizamos un mapeo, contemplando las necesidades y expectativas de la zona. Para ello, se ejecutan diferentes espacios de diálogo, como entrevistas, grupos focales, reuniones y comités de trabajo, entre otros. La participación de líderes comunitarios, autoridades locales, representantes de organismos de la sociedad civil y población en general son clave para el éxito de nuestros programas e iniciativas. (GRI 203, 103-1, 103-2)

Uno de los principales medios de apoyo económico a las comunidades, que genera alto nivel de impacto, son las obras por impuestos. De acuerdo con lo reportado en el 2019, inauguramos, junto al Ministerio de Educación, las nuevas y modernas instalaciones de la institución educativa pública Manuel Scorza, ubicada en el distrito de Pucusana. Este proyecto fue ejecutado, bajo la modalidad de obras por impuestos, por un valor total de S/ 2.4 millones. Durante el 2020, se concluyó esta inversión con un monto de S/ 206 643.72, que contribuye a la educación básica de los/as niños/as de Pucusana. (GRI 203-1)

Realizamos el seguimiento continuo de estos mecanismos de inversión, de acuerdo con los objetivos, metas e indicadores planeados para cada una. (GRI 203, 103-3)

Asimismo, durante el 2020, nos enfocamos a brindar apoyo a la reactivación de los negocios de nuestros clientes y comunidades aledañas, que repercutió positivamente en dinamizar la economía local, en un contexto de pandemia.

Algunas de estas iniciativas son la “Escuela Coca-Cola”, a través de la cual se realizan capacitaciones de manera virtual, beneficiando a más de 7000 bodegas y restaurantes a nivel nacional. “Destapando mi Emprendimiento”, que promueve el empoderamiento de mujeres en el distrito de Pucusana, mediante el éxito de sus negocios y emprendimientos; y “Recicrece”, proyecto que mejora la competitividad de organizaciones de recicladores en Lima, Arequipa, Tacna, Cusco, Ica y Ucayali, entre otros. La inversión social realizada en el año 2020 ascendió a S/ 2 204 040. (GRI 203-2)

Nuestra estrategia de sostenibilidad



Para Arca Continental la sostenibilidad es transversal a nuestra organización, porque creemos firmemente en un crecimiento a largo plazo, en el que el desarrollo económico puede estar equilibrado con el desarrollo ambiental y social. Nuestra principal pauta de acción es la Política de sostenibilidad, como marco de nuestra gestión con nuestros grupos de interés:



En AC nos dedicamos a producir y comercializar bebidas, bajo estándares de sostenibilidad y responsabilidad social, orientados a la creación de valor económico, social y ambiental, desarrollando las comunidades donde operamos, promoviendo un estilo de vida saludable, respetando el medio ambiente e incorporando las expectativas de nuestros grupos de interés en la toma de decisiones. Para esto, asumimos compromisos en seis ejes de acción, de los cuales uno hace referencia a la comunidad. Respeto y desarrollo de nuestra comunidad: desarrollamos operaciones eficientes y rentables en armonía con nuestras comunidades, evaluando y gestionando nuestros impactos económicos, sociales y ambientales; así como el desarrollo de programas que promueven una mejor calidad de vida de las comunidades donde operamos.

Contamos con nuestra estrategia de sostenibilidad, que se centra en tres ejes: **Bienestar, Comunidad y Planeta**, en los que desplegamos las siguientes acciones como parte del Sistema Coca-Cola:

BIENESTAR

Innovar permanentemente para atender a las necesidades de los consumidores y clientes, y asegurar que estamos presentes en todas las ocasiones de consumo. Ya contamos con más de 60 opciones de bebidas en Perú, de las cuales más del 87% son bajas en azúcar o sin azúcar. Fuimos la primera empresa en implementar los octógonos.

COMUNIDAD

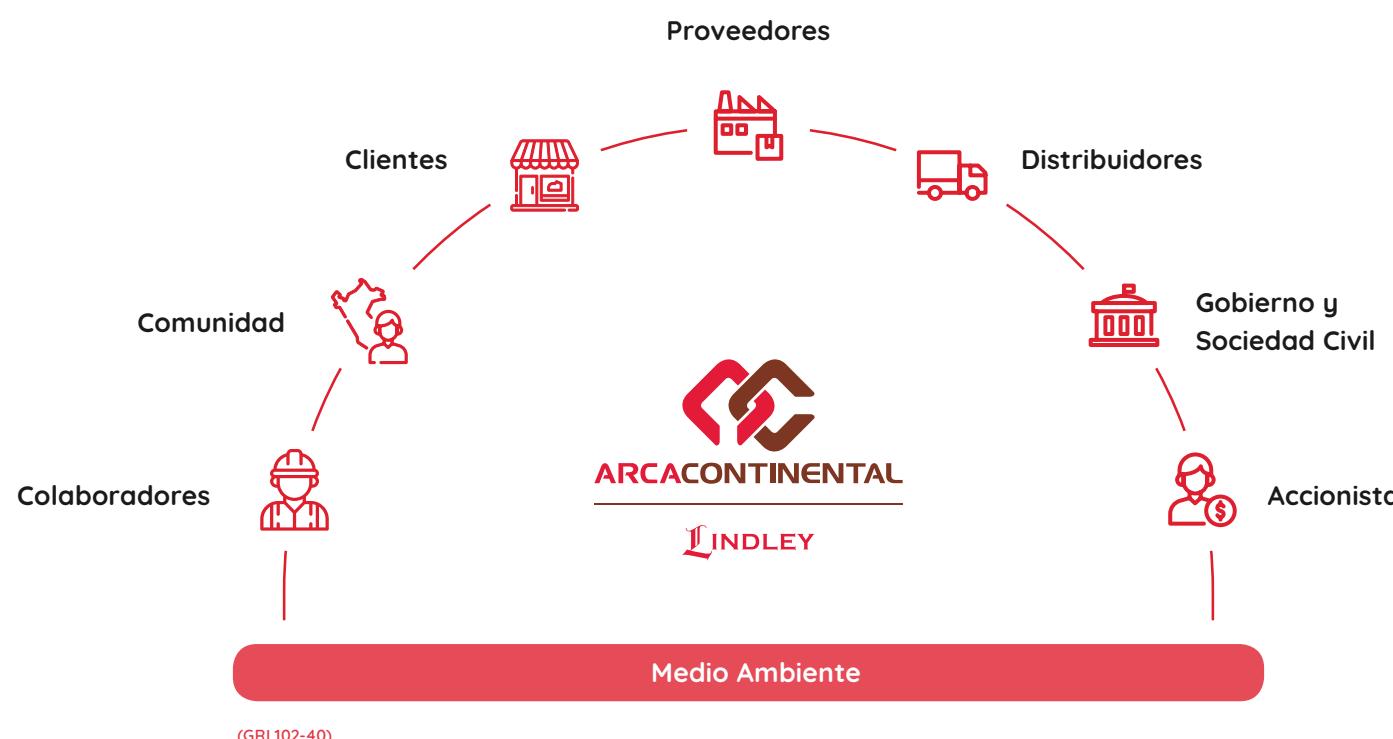
Promover el desarrollo de las mujeres dentro de nuestra cadena de valor y en las comunidades de nuestras zonas de influencia, a través de programas sociales. Como embotelladora, nos sumamos al compromiso de contribuir a potenciar el empoderamiento económico de mujeres, ya que el 70% de las bodegas en el país es gestionada por ellas, e invierten una parte considerable de sus ingresos en la salud y la educación de sus hijos y en sus economías locales, creando un enorme impacto económico.

PLANETA

Nos enfocamos en tres ejes primordiales (i) empaques sostenibles y gestión de residuos hacia una economía circular, (ii) gestión del agua basada en las 3R: reducir, reutilizar y reponer, y (iii) la eficiencia energética dentro de una coyuntura de cambio climático.

Grupos de interés

Actualmente, tenemos ocho grupos de interés con los cuales nos relacionamos de manera continua, a través de diferentes canales comunicacionales, logrando una relación armoniosa con cada uno de ellos.



La identificación de estos se ha dado a través de reuniones con las Gerencias y Jefaturas, en las que se revisan sus principales necesidades y demandas.

Canales de relacionamiento

Durante el año 2020, a través de los siguientes canales de relacionamiento, pudimos identificar temas clave a los que dimos respuesta oportuna.

Grupo de interés	Canal de diálogo	Frecuencia de diálogo	Temas tratados priorizados	¿Cómo se dio respuesta al tema?
Accionistas	Página web	A demanda	Interés general	Correspondencia unívoca
	Hechos de importancia de la SMV	40 publicaciones / año	Hechos económicos y del derivar empresarial	
Colaboradores/as	Junta General Ordinaria de Accionistas	Una vez al año	Prevención de la COVID-19	Información sobre protocolos de prevención, soporte social y seguimiento de casos.
	Reuniones virtuales, llamadas telefónicas, cartas, correos electrónicos con sindicato	Diario		
Colaboradores/as	Conversatorio con el equipo directivo	Quincenal	Prevención de la COVID-19	Información sobre protocolos de prevención, soporte social y seguimiento de casos.
	Correo electrónico, Whatsapp	Diario		
	Vitrinas virtuales, vitrinas tradicionales, intranet, chatbots	De acuerdo a necesidad	Programa de reconocimiento Embajadores Clima y cultura	Piezas gráficas y difusión de información vinculada los programas mencionados.

Grupo de interés	Canal de diálogo	Frecuencia de diálogo	Temas tratados priorizados	¿Cómo se dio respuesta al tema?
 Comunidad, Gobierno Medio Ambiente	Reuniones virtuales	Semanal	Reactivación de la económica de los negocios de la cadena de valor.	Desarrollo de herramientas comerciales y capacitaciones por medios virtuales. Apoyo en la implementación de protocolos de bioseguridad.
	Reuniones presenciales	Mensual (desde agosto)	Problemas socio ambientales	Donativo de alimentos, productos para hidratación y equipos de bioseguridad en alianza con asociaciones locales y entidades de gobierno.
	Llamadas telefónicas, correo electrónico	Semanal	Gestión de residuos sólidos con municipalidades	Adaptación del Acuerdo de Producción Limpia al contexto actual y apoyo a las asociaciones de recicladores, así como acompañamiento a las autoridades en la implementación de protocolos de bioseguridad para la reactivación del reciclaje.

Grupo de interés	Canal de diálogo	Frecuencia de diálogo	Temas tratados priorizados	¿Cómo se dio respuesta al tema?
 Clientes	Capacitaciones, a través de plataformas de capacitación (Escuela de negocios - Mi bodega abierta)	Semanal (de acuerdo al programa del curso)	Reactivación de los negocios	Contenidos vinculados al negocio, legislación aplicable, conceptos de finanzas y marketing, cuidado ambiental, estrategias de venta, delivery, estrategias de trabajo con el proveedor.
	Servicio de atención al cliente: línea 0800-1-4000, página web	A demanda	Formalización Marketing y ventas Herramientas digitales para la mejora de su productividad	Respuestas de acuerdo a las consultas realizadas.
 Consumidores	Medios de comunicación	Diaria	Solidaridad en momentos de crisis	Difusión sobre programas sociales en cadena de valor, así como ventajas de optar por productos retornables.
	Servicio de atención al cliente: línea 0800-1-4000, página web	A demanda	Impulso de envases retornables	Consultas sobre productos
 Proveedores	Reuniones presenciales y virtuales, llamadas telefónicas, correo electrónico	Diaria	Solicitud de cotizaciones, negociación de contratos, otros.	Mediante órdenes de compra, contratos, acuerdos comerciales, otros.

(GRI 102-43) (GRI 102-44)

Alineación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Nuestra estrategia de sostenibilidad está alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y contribuir a la mejor calidad de vida de las personas en todo el mundo.



ODS

PILAR

ACCIONES



BIENESTAR

Estamos comprometidos con el bienestar de nuestros consumidores: impulsamos la reducción de azúcar y más opciones en nuestro portafolio, para que las personas puedan cuidarse y disfrutar al mismo tiempo.

- Contamos con más de 60 opciones de bebidas en Perú, de las cuales más del 87% son bajas en azúcar o sin azúcar.
- Contamos con el Sistema de gestión de inocuidad alimentaria implementado bajo la norma FSSC 22000 y debidamente certificado.



COMUNIDAD

Fomentamos el desarrollo de las personas involucradas en nuestra cadena de valor y de las poblaciones en las zonas de influencia de nuestras operaciones. Trabajamos con gran fuerza programas de alto impacto dirigidos a mujeres porque creemos que son el motor de desarrollo de la sociedad.

- Red de emprendimiento: Comunidad Destapando Mi Emprendimiento
- Escuela de Negocios Coca-Cola
- Programa de Negocios Competitivos
- Programa Mi casa, mi cancha. Fútbol más
- Alianzas con gobiernos locales para impulsar las redes y asociaciones de recicladores.



PLANETA

Fomentamos un uso responsable de los recursos, contamos con edificaciones sustentables y reconocidas con certificaciones. Además, promovemos la economía circular de nuestros empaques en línea con el compromiso global de Coca-Cola llamado “Un mundo sin residuos”.

- Control del consumo de agua y energía, a través de indicadores de desempeño.
- Planta Trujillo y Planta Pucusana cuentan con certificación LEED.
- El 100% de nuestros envases PET⁵ de un solo uso contienen por lo menos 25% de PET reciclado. Más del 40% de nuestras ventas provienen de envases retornables de vidrio y plástico.
- Proyecto de la recuperación de la cuenca alta del Río Chilca
- Programa Recicrece
- Iniciativa “No me dejes en la playa”

(GRI 102-12)

Continuidad del negocio, en contexto COVID-19



Nos adaptamos rápidamente al estado de emergencia provocado por la COVID-19, desplegando acciones en tres ejes:



Cubrir la salud

de nuestros/as colaboradores/as.



Garantizar la continuidad

del negocio y mantener el abastecimiento del mercado.



Aportar a la sociedad

con énfasis en las poblaciones vulnerables.

Vigilancia y prevención para cubrir la salud de nuestro equipo

El primer desafío que se presentó luego que se declarara la pandemia y se declarara cuarentena en el Perú, fue adaptarnos al nuevo contexto.

Se implementó el Plan para la vigilancia, prevención y control de la COVID-19 aprobado por el Comité de seguridad y salud en el trabajo y presentado ante la autoridad competente. Las principales acciones implementadas fueron:

- Programar la producción teniendo en cuenta los lineamientos gubernamentales: reducción de aforos, movilización, entre otros.
- Compra de equipos de protección personal, desinfectantes y productos químicos relacionados a la COVID-19.
- Realizar la desinfección de equipos antes de iniciar la producción; desinfección de pisos, paredes y superficies de contacto.
- Capacitación en prevención de epidemias e higiene.
- Sensibilización en la comunicación de síntomas relacionados a la COVID-19.
- Implementar sala de cuarentena de emergencia.
- Control de temperatura al ingreso.
- Instalación de estaciones para el lavado y desinfección de manos.
- Reducción de las reuniones de personal.
- Uso correcto de mascarillas desechables.
- Distanciamiento social.





*"Tener la certeza
de que se vienen
mejores tiempos
y oportunidades
para vivir y
disfrutar".*

Willy Molina
Cusco



#MotivosPara
SalirAdelante

Se buscó que el/la colaborador/a se sintiera seguro viniendo a trabajar, por lo que se facilitó el transporte hacia la planta, cumpliendo los protocolos respectivos. Asimismo, los/as colaboradores/as contagiados fueron apoyados frente a las situaciones críticas que presentaba la infección, como la necesidad de oxígeno, y se realizaron *webinars* dirigidos a los trabajadores

y sus familias para que mejorasen sus protocolos de cuidado y prevención en el hogar.

Por otro lado, el acompañamiento psicológico jugó un rol importante. Es por ello, que se elaboró una estrategia que abarcó tres grandes ámbitos: primero, el más general, se llevó a cabo a través de *webinars*, en los que se brindaron recomendaciones de salud mental. El segundo, más específico, relacionado con las recomendaciones dirigidas hacia pequeños grupos de las diferentes áreas de la compañía; y el tercero, que consistió en brindar atención directa al/a la colaborador/a ante la pérdida de un familiar.

Nuestro equipo de bienestar mantuvo contacto directo y personalizado con los/as colaboradores/as que se encontraban enfermos, brindándole semanalmente una canasta abundante de víveres y de equipos de protección personal hasta su recuperación; además, se apoyó en la provisión de oxígeno para quienes lo necesitaron, trabajando bajo un modelo ágil de provisión del mismo, llegando a impactar a más de 1000 familias durante el periodo de marzo y diciembre del 2020.

Asimismo, con la digitalización de procesos médicos y acompañamientos, se han logrado agilizar procesos para la gestión de seguros de nuestro personal y familiares, pudiendo ser atendidos oportunamente. [\(GRI 403-3\)](#)



Desarrollamos el programa #CuidarnosEstáEnNuestrasManos, a través del cual impulsamos la cultura de prevención frente a la COVID-19, a través de las siguientes acciones:

- VIVE #TeQueremosBien: Programa de bienestar que busca ayudar a nuestro público operario a mantener un estilo de vida saludable, basado en criterios médicos, orientación y acompañamiento de especialistas que, además, involucra a sus familias.
- Conversando con el equipo directivo a través de espacios digitales de comunicación con nuestros/as líderes, en los que buscamos brindar información y escuchar a nuestros/as colaboradores/as.
- Protocolos de bioseguridad y medidas sanitarias que aseguren estrictos controles de acceso a nuestras operaciones, adaptación de horarios laborales en línea con las restricciones del gobierno, refuerzo de las condiciones de trabajo y traslado seguro de nuestro/as colaboradores/as.
- Construcción de hábitos, a través de la comunicación constante de rutinas preventivas y recomendaciones.
- Programa “En confianza”, orientado a dar soporte socioemocional a los/as

(GRI 403-5)

colaboradores/as a través de charlas psicoeducativas (reconocimiento de emociones, desarrollo y pautas de autocuidado para el bienestar y desarrollo de relaciones positivas con el entorno). El programa contó con la participación voluntaria de 10 psicólogos internos de Capital Humano, logrando un total de 187.5 horas de capacitación, impactando en 125 colaboradores/as con un *top to box* del 100% de satisfacción.

• Programa “Webinars AC”, dirigido a todos/as los/as colaboradores/as en el que se dictaron charlas relacionadas a la coyuntura de la COVID-19. Desarrollamos 10 temas, con un total de 1473 horas de capacitación y contamos con una participación de 1473 colaboradores/as y familiares, con un *top to box* de 95% de satisfacción.



Con respecto a la gestión con nuestros proveedores, realizamos reuniones virtuales entre usuarios y proveedores, renegociación de contratos, adelanto de compras en función a la nueva planificación y mapeo de categorías de compra críticas derivadas de la coyuntura, para asegurar el abastecimiento oportuno a los mejores precios del mercado.

En lo que se refiere a la gestión de distribución, aplicamos diversas estrategias tales como:

- Inicio de reparto en horarios más tempranos que lo habitual.
- Desplegamos sistemas de rotación de personal para adecuarnos a la normativa.
- Incrementamos el uso de herramientas digitales tales como la incorporación de la versión SAP S4/HANA (WMS en los almacenes), *hand held* en los puntos de venta y AC Digital.
- Promovimos el proyecto abordaje en ruta en Lima Metropolitana, iniciado en mayo del 2020, el cual consiste en que los ayudantes de repartidor aborden sus respectivas unidades en la ruta, sin necesidad de desplazarse hasta

el centro de distribución. Se inició con un porcentaje de participación del 35%, logrando cerca del 70% hacia fines del año. El 91% de los participantes de este proyecto se siente contento con el programa, ya que ahorran dinero (aproximadamente S/ 100 mensuales en transporte) y tiempo en el traslado.

Finalmente, nuestros clientes también fueron atendidos, ya que muchos negocios tuvieron que paralizar sus operaciones, dejando sin ingresos a numerosas familias de sectores humildes del país. Entre las acciones que se implementaron para colaborar con la reactivación económica tenemos:

- Expansión de opciones con precios más asequibles al consumidor.
- Reactivación de clientes a través de programas como “Mi Bodega Abierta” y “Mi Cocina Segura”.
- Ampliación del portafolio de retornables familiares.
- Expansión de nuestras opciones de bebidas bajas y sin calorías.

SE REALIZARON REUNIONES PERMANENTES, COMO PARTE DE UNA RUTINA, EN ESPACIOS DIGITALES ABIERTOS ENTRE EL EQUIPO DIRECTIVO, LÍDERES Y COLABORADORES/AS.



Procesos de digitalización para abastecimiento del mercado

La digitalización es un habilitador para el crecimiento a nivel comercial y para la eficiencia operacional, ya que mediante su adopción en nuestros procesos claves podemos llegar de mejor manera a nuestros clientes y optimizar el costo de operación. La estrategia de digitalización involucra a toda la compañía e inclusive a nuestros clientes y proveedores.

La emergencia sanitaria provocada por la COVID-19 generó que varios puestos de trabajo se desarrollen desde casa, bajo la modalidad de trabajo remoto, ocasionando que los procesos de digitalización se aceleraran más de lo previsto durante el 2020. Estos procesos los gestionamos mediante la implementación de iniciativas, que demuestren los beneficios esperados y el retorno de inversión.

Durante el 2020, podemos destacar la implementación o consolidación de los siguientes procesos:

- **Plataforma de ventas:** Implementación de **AC Móvil** como herramienta para que el gestor de ventas pueda realizar su labor con nuestros clientes, no solo para la toma de los

pedidos, sino para gestionar los indicadores comerciales que permitan el crecimiento de la venta y de la relación del cliente con nuestra compañía.

- **Plataforma para bodegueros:** Se expandió la plataforma de ventas mediante **AC Digital** a nuestros bodegueros.
- **Gestión interna con colaboradores/as:** Implementación de soluciones digitales con IA para colaboradores/as como los primeros *chatbots* de Capital Humano para atender a los colaboradores/as en consultas varias.
- **Gestión de la distribución:** Implementación de aplicaciones móviles para mejorar la labor del repartidor en ruta.
- **Ánalisis de datos empresariales haciendo uso de Power BI:** La Dirección industrial hizo uso de esta herramienta de Microsoft para control y evolución de los casos de COVID-19, a nivel nacional, control y costo de mermas de producción, costos variables de producción, cuantificación de horas extras del personal y medición del ausentismo.

- **Otros:** Automatización de procesos mediante el uso de IoT para control de equipos a distancia. Adicionalmente, en la Planta Trujillo se implementó el uso del Google Classroom para las capacitaciones.

RETOS 2021

- Σ Continuar con el despliegue de AC Móvil como plataforma digital única de la fuerza de ventas.
- Σ Buscar la robotización de procesos repetitivos.
- Σ Explotación de información analítica para la toma de decisiones en tiempo real.
- Σ Pagos digitales





Apoyo de emergencia a la comunidad y poblaciones vulnerables

Desplegamos aportes a la comunidad, con énfasis en las poblaciones más vulnerables. Nuestra estrategia nos permitió responder de manera rápida y efectiva a través de nuestros aliados: las instituciones gubernamentales, gobiernos locales y organizaciones de la sociedad civil.

Activamos el plan de atención de donaciones para cubrir la necesidad de hidratación de las comunidades más vulnerables, llegando a entregar más un millón y medio de litros de nuestros productos a nivel nacional, a través de asociaciones como Hombro a Hombro, Cáritas del Perú y Banco de Alimentos.

Brindamos apoyo al sistema de salud, a través de la donación de insumos médicos y equipos de oxigenación, traslado de medicamentos, utilizando

nuestra flota de distribución, la misma que fue brandeada, como parte de la campaña “Me alejo porque te quiero”. Esta campaña buscaba cambiar hábitos en la sociedad, fomentando el distanciamiento físico de las personas como prevención ante la COVID-19.

Fortalecimos la cadena de valor atendiendo con artículos de prevención a nuestros clientes y recicladores a través de las diversas ONG's como Recicla, Pel, Ciudad Saludable, Recíclame, entre otras.

Junto a nuestros/as colaboradores/as, nos unimos a la colecta “Respira Perú”, de la Conferencia Episcopal Peruana (iglesia católica), logrando recaudar S/ 70 822, cifra que sirvió para cubrir necesidades de oxígeno.



FUIMOS CONSIDERADOS
COMO UNA DE LAS
20 EMPRESAS QUE MÁS
APOYÓ DURANTE
LA PANDEMIA.

Conoce a
nuestro equipo
de colaboradores
y colaboradoras





"Continuar siendo el apoyo de mi madre y mi familia".

Graciela Sánchez
Trujillo



#MotivosPara
SalirAdelante

Demostramos compromiso y respeto hacia nuestros/as colaboradores/as mediante el cuidado de su bienestar físico y mental, la promoción de un ambiente grato de trabajo para mantener la motivación, la búsqueda constante de su desarrollo y desempeño aplicando herramientas de mejora continua y la incorporación de una estrategia que tiene por objetivo respetar y valorar su individualidad, aceptando las diferencias como fuente para obtener las mejores ideas, perspectivas, decisiones y contribuciones de cada colaborador/a.

La emergencia sanitaria mundial ocasionada por la COVID-19, hizo que los elementos de capital humano se enfocaran transversalmente en el cuidado personalizado de nuestros/as colaboradores/as, quienes son el sustento de nuestra empresa y sus familias. Entender el acompañamiento de nuestros/as colaboradores/as en un momento de crisis fue vital para adaptarnos a esta nueva realidad.

A fines del 2020, contamos con 4546 colaboradores/as, de los cuales el 16% fueron mujeres y el 84%, hombres.

Colaboradores/as por tipo de contrato y sexo (Corporación Lindley)

Sexo	Temporal	Permanente	Total general
Hombres	616	1907	2523
Mujeres	135	210	345
Total	751	2117	2868

Colaboradores/as por tipo de contrato y sexo (otras sociedades)

Sociedad	Temporal	Permanente	Total general
Ecobesa	1322	142	1464
Masculino	1010	109	1119
Femenino	312	33	345
La Selva	81	126	207
Masculino	74	118	192
Femenino	7	8	15
AC Comercial	---	3	3
Masculino	---	1	1
Femenino	---	2	2
AC Logística	---	4	4
Masculino	---	3	3
Femenino	---	1	1
Total	1403	275	1678
Total general	2154	2392	4546

(GRI 102-8)



Colaboradores/as por categoría laboral y tipo de contrato de trabajo (Corporación Lindley)

Sociedad	Ejecutivos/as		Empleados/as		Operarios/as		Total
	Plazo Indeterminado	Plazo Fijo	Plazo Indeterminado	Plazo Fijo	Plazo Indeterminado	Plazo Fijo	
Corporación Lindley	43	3	691	163	1383	585	2868

Colaboradores/as por categoría laboral y tipo de contrato de trabajo (otras sociedades)

Sociedad	Ejecutivos/as		Empleados/as		Operarios/as		Total
	Plazo Indeterminado	Plazo Fijo	Plazo Indeterminado	Plazo Fijo	Plazo Indeterminado	Plazo Fijo	
Ecobesa	6	1	136	880	---	441	1464
La Selva	---	---	29	37	97	44	207
AC Comercial	1	---	2	---	---	---	3
AC Logística	1	---	3	---	---	---	4
Total	8	1	170	917	97	485	1678

Total general **51** **4** **861** **1080** **1480** **1070** **4546**

(GRI 102-8)

Colaboradores/as por tipo de contrato y región (todas las sociedades)

Región de origen	Temporal	Permanente	Total general
Áncash	1	4	5
Arequipa	226	243	469
Ayacucho	1	1	2
Cajamarca	1	0	1
Cuzco	46	91	137
Ica	72	7	79
Junín	4	3	7
La Libertad	164	240	404
Lambayeque	79	5	84
Lima	1387	1650	3037
Loreto	84	131	215
Piura	84	8	92
Puno	4	3	7
Tacna	0	4	4
San Martín	1	2	3
Total	2154	2392	4546

(GRI 102-8)

AC ha suscrito acuerdos de negociación colectiva con seis organizaciones sindicales pertenecientes a las diferentes sociedades, bajo los cuales se

encuentran cubiertos 1454 colaboradores/as, de un total de 4546, equivalente al 31.98% del total de colaboradores/as. (GRI 102-41)

Marca empleadora

Buscamos que nuestros/as colaboradores/as vivan una experiencia de trabajo única, que la diferencia del mercado laboral y que nos permita atraer los mejores talentos e incrementar su nivel de compromiso. [\(GRI 401, 103-1\)](#)

Gestionamos las acciones, el avance y cumplimiento de este tema a través de una matriz de trabajo, en la que se tienen identificadas las iniciativas de atracción del talento a ejecutar por público objetivo.

Contamos con el proceso *Talent management review*, que consiste realizar un mapeo del talento de los/as colaboradores/as para identificar qué requieren para desarrollar

sus capacidades y en cuánto tiempo estarán disponibles para asumir nuevos roles. [\(GRI 401, 103-2\)](#)

Nuestra gestión es evaluada a través de reuniones diarias con el equipo directivo y áreas clave como: seguridad, legal, relaciones laborales, comunicaciones, compras y tecnología de información, para agilizar la toma de decisiones y el avance de las iniciativas.

Es así que utilizamos como sistema de medición de nuestra gestión del talento el Ranking Merco Talento, que reconoce a las empresas más atractivas para trabajar y considera la opinión de diferentes grupos de interés. Adicionalmente, desarrollamos un reporte con todas las acciones realizadas durante el año. [\(GRI 401, 103-3\)](#)



Durante el 2020, otorgamos a nuestros/as colaboradores/as, tanto permanentes como temporales, los siguientes beneficios:

Asignaciones por:

- Estudios
- Fallecimiento del trabajador
- Fallecimiento de familiar
- Hijos con discapacidad

Préstamos por/para:

- Estudio de hijos

Donación de bebidas

Bono por desempeño

Permisos por:

- Fallecimiento de familiar
- Nacimiento de hijos
- Familiar en situación grave
- Desastres naturales

Apoyo a los trabajadores que han sufrido una emergencia en el centro de trabajo

Beneficio “Happy mami”

Apoyo frente a la COVID-19

(GRI 401-2)

RETOS 2021

Fortalecer la cultura y sentido de pertenencia con la compañía, a través de nuestra estrategia de marca empleadora.

Promover embajadores activos a través de una comunicación interna oportuna y contenido de valor, que llegue de manera segmentada entendiendo sus hábitos de consumo de información y generando confianza.

Reforzar los niveles de talento que nos aseguren los/as colaboradores/as que necesitamos para asumir nuevas responsabilidades y roles, asegurando que cuenten con un plan de desarrollo que esté acorde a sus necesidades.

Diversidad e igualdad de oportunidades

Reconocemos la inclusión, la igualdad de oportunidades y la diversidad como pilares fundamentales que brindan un invaluable aporte e impacto positivo a la organización. Consideramos que la diversidad e igualdad de oportunidades nos permiten obtener mejores ideas, perspectivas y decisiones.

Buscamos garantizar que todos/as los/as colaboradores/as se sientan involucrados/as en este compromiso, junto con los/as colaboradores/as que forman parte de nuestra cadena de valor. [\(GRI 405, 103-1\)](#)



OFICIALIZAMOS LA POLÍTICA DE INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD EN LOS CINCO PAÍSES DONDE OPERAMOS.

En el 2020:

- Oficializamos la Política de inclusión y diversidad, que se hizo vigente para los cinco países en los que opera Arca Continental, y que consideró un aporte importante por parte de la política que teníamos en Perú.
 - Consolidamos el proceso de implantación del Comité de intervención frente al hostigamiento sexual. El comité está compuesto por cuatro colaboradores de diversas áreas, que se encargan de la investigación de las denuncias que se tengan en esta materia, proponiendo sanciones y/o medidas complementarias.
 - Bajo la coyuntura de la emergencia sanitaria, desarrollamos *webinars* de sensibilización a toda la compañía con temas relacionados a prevención de la violencia contra la mujer y nuevas masculinidades, en alianza con instituciones público-privadas, que permitieron seguir incorporando una cultura de equidad y respeto a la diversidad.
- (GRI 405,103-2)

Colaboradores/as por tipo de contrato y sexo (Corporación Lindley)

Jerarquía	Femenino	Masculino	Total
Ejecutivos/as	8	38	46
Empleados/as	266	588	854
Operarios/as	71	1897	1968
Total	345	2523	2868

Colaboradores/as por jerarquía de trabajo y sexo (otras sociedades)

Sociedad	Femenino	Masculino	Total
Ecobesa	345	1119	1464
Ejecutivos/as	1	6	7
Empleados/as	320	696	1016
Operarios/as	24	417	441
La Selva	15	192	207
Empleados/as	15	51	66
Operarios/as	---	141	141
AC Comercial	2	1	3
Ejecutivos/as	---	1	1
Empleados/as	2	---	2
AC Logística	1	3	4
Ejecutivos/as	---	1	1
Empleados/as	1	2	3
Total	363	1315	1678
Total general	708	3838	4546

Colaboradores/as por jerarquía de trabajo y rango de edad (Corporación Lindley)

Edad	Ejecutivos/as	Empleados/as	Operarios/as	Total general
Entre 30 a 50 Años	30	561	1138	1729
Más de 50 años	16	163	362	541
Menor a 30 años	---	130	468	598
Total	46	854	1968	2868

Nuestra gestión en diversidad e igualdad de oportunidades es evaluada:

- De manera externa, a través de nuestra participación de rankings en donde nos medimos con diferentes empresas.
- De manera interna, a través del seguimiento de acciones que realiza nuestro Comité de diversidad.

(GRI 405,103-3)

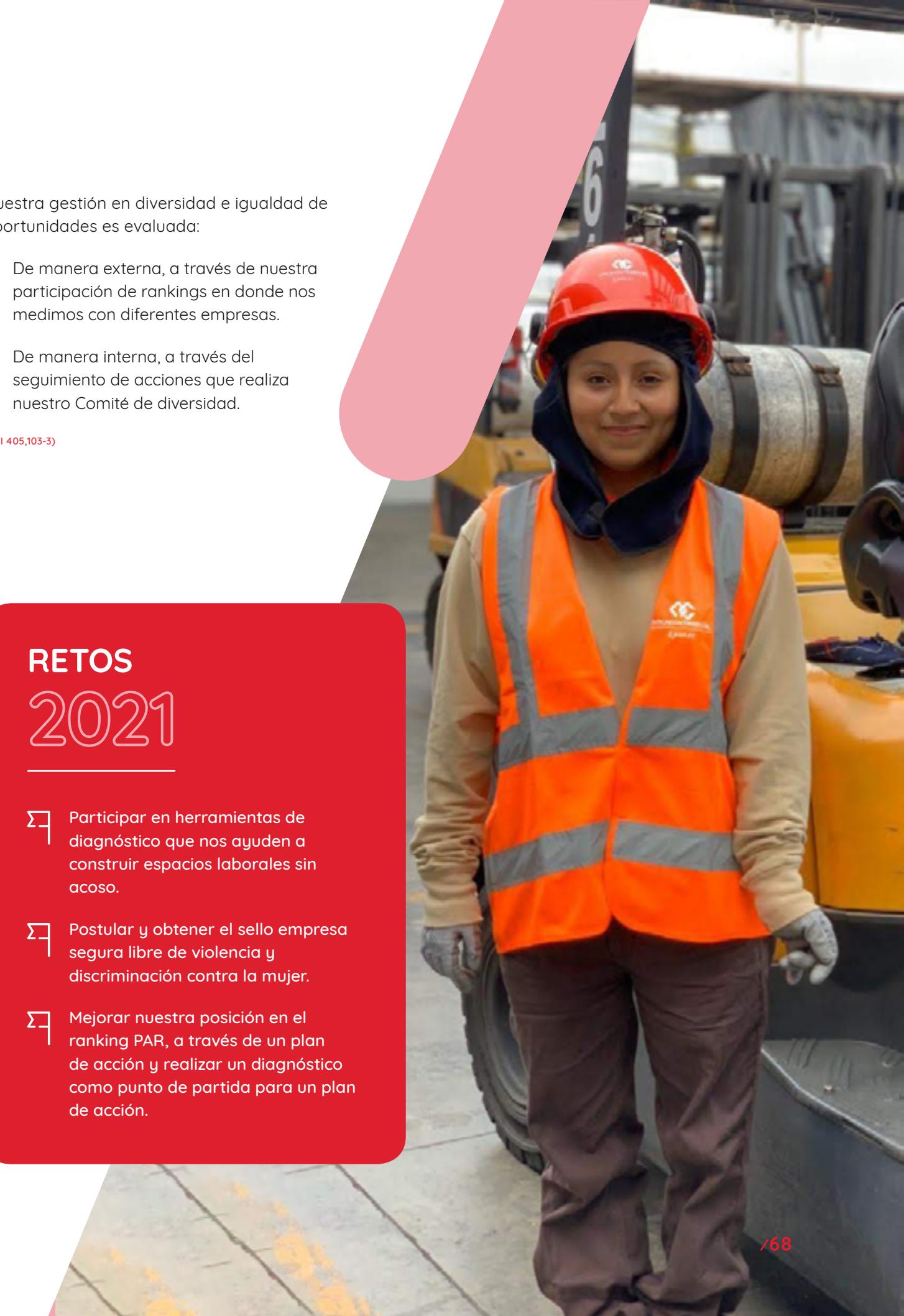
Colaboradores/as por jerarquía de trabajo y rango de edad (otras sociedades)

Sociedad	Ejecutivos/as	Empleados/as	Operarios/as	Total
Ecobesa	7	1016	441	1464
Entre 30 a 50 Años	7	675	245	927
Más de 50 años	---	49	2	51
Menor a 30 años	---	292	194	486
La Selva		66	141	207
Entre 30 a 50 Años	---	59	88	147
Más de 50 años	---	3	18	21
Menor a 30 años	---	4	35	39
AC Comercial	1	2	---	3
Entre 30 a 50 Años	1	---	---	1
Menor a 30 años	---	2	---	2
AC Logística	1	3	---	4
Entre 30 a 50 Años	---	2	---	2
Más de 50 años	1	---	---	1
Menor a 30 años	---	1	---	1
Total	9	1087	582	1678

(GRI 405-1)

RETOS 2021

- Σ Participar en herramientas de diagnóstico que nos ayuden a construir espacios laborales sin acoso.
- Σ Postular y obtener el sello empresa segura libre de violencia y discriminación contra la mujer.
- Σ Mejorar nuestra posición en el ranking PAR, a través de un plan de acción y realizar un diagnóstico como punto de partida para un plan de acción.



EQUIPO DE MEJORA CONTINUA



Evaluación de desempeño y mejora continua

El proceso de gestión del desempeño busca alinear las iniciativas estratégicas de la compañía e incentivar que cada colaborador/a logre un resultado sobresaliente. Incentiva la comunicación efectiva por medio de sesiones de retroalimentación para identificar los avances, fortalezas y áreas de oportunidad del colaborador/a, promoviendo la generación de los planes de acción necesarios para disminuir las brechas entre el desempeño esperado y el obtenido. Asimismo, promueve una cultura de trabajo que motiva a cada uno/a de los/as colaboradores/as a establecer metas claras y retadoras que contribuyan de forma directa al logro de resultados en la estrategia de la compañía. (GRI 404, 103-1)

Contamos con una política de gestión del desempeño, en donde se explica a los elegidos a participar en el proceso, que deben establecer compromisos, objetivos y metas, bajo la metodología SMART, que estén alineados a lo que se espera en su puesto de trabajo.

Posteriormente, los/as líderes y jefes/as inmediatos validan y aprueba los objetivos y, luego, deben brindar retroalimentación formal sobre su cumplimiento, dos veces al año. Como

parte de este proceso, se realiza, además, una encuesta de satisfacción para conocer la opinión de los/as participantes.

Para el proceso de gestión de desempeño, hacemos uso de la plataforma informática Successfactors.

 **USAMOS LA PLATAFORMA INFORMÁTICA SUCCESSFACTORS PARA EL PROCESO DE GESTIÓN DE DESEMPEÑO.**

(GRI 404, 103-2)

El proceso de desempeño involucra al 100% de nuestros/as colaboradores/as, los mismos que son evaluados a través del porcentaje de cumplimiento y resultados obtenidos de la evaluación final. El resultado de esta evaluación es un insumo para procesos de gestión del talento como: movimientos internos, revisión salarial anual, bono de desempeño anual y diagnóstico de necesidades de capacitación.

(GRI 404-3) (GRI 404, 103-3)

Los procesos de gestión del talento son clave para el desarrollo profesional y correcto desempeño laboral de nuestros/as colaboradores/as. (GRI 404, 103-1)

Por su parte, el proceso de capacitación tiene como uno de sus insumos los resultados de la evaluación de desempeño, continuando con las siguientes actividades:



Identificar

necesidades de capacitación.



Coordinar

la programación de las capacitaciones identificadas (fecha, horario, público objetivo).



Desarrollar

la capacitación.



Registrar

la asistencia de los participantes a la capacitación en el LMS.



Realizar

el seguimiento de la implementación de las capacitaciones (reporte de asistencia, calificación y otros requeridos)

Durante el 2020, desarrollamos los siguientes programas de capacitación en Lima y provincias, bajo la modalidad presencial y virtual:

Programa	Principales beneficios o impactos en el negocio	Número de colaboradores/as que participaron en el programa
Plan de Capacitación (Anual)	Enfocado en desarrollar temas del Sistema Integrado de Gestión: seguridad y salud ocupacional, calidad, medio ambiente, inocuidad alimentaria y COVID-19.	1231 colaboradores/as
Escuela de Liderazgo (Anual)	Enfocado en desarrollar las competencias y habilidades de los/as líderes de AC de modo que contribuyan a cumplir los objetivos estratégicos de la compañía.	227 colaboradores/as
Actualizándonos (Temporal)	Enfocado en brindar herramientas de actualización y desarrollo profesional para nuestros/as colaboradores/as.	69 colaboradores/as
Escuela de Ventas (Anual)	Enfocada en desarrollar las habilidades comerciales del gestor de ventas y supervisores.	133 colaboradores/as

Destacamos los siguientes logros:

Rediseñamos

el plan anual de capacitación, creando así la Escuela Técnica Operacional, cuyo enfoque es perfeccionar el trabajo de nuestros/as colaboradores/as en base a sus funciones, en los aspectos de calidad, inocuidad alimentaria, ambiente y seguridad.



Redefinimos

la malla curricular de nuestra Escuela Técnica Operacional, alineándolo al nuevo contexto de la pandemia (se incluyó el módulo de COVID-19).



Desplegamos

nuevas modalidades de capacitación online, dirigidas al personal operativo. Con ello, se logró obtener un total de 7314 horas de capacitación virtuales, correspondiendo al 39% de las horas totales ejecutadas bajo esta modalidad.



Estandarizamos

los contenidos y las evaluaciones de conocimiento de los cursos de la malla curricular de la Escuela Técnica Operacional para todas nuestras sedes a nivel nacional. Con ello, obtuvimos un proceso de plan anual de capacitación homologado para que todos/as los/as colaboradores/as reciban la misma información en los temas correspondientes.



Diseñamos

un reporte de cumplimiento de la Escuela Técnica Operacional, mediante un *dashboard* en el programa de Power Bi para realizar el seguimiento de cumplimiento de los cursos del programa en tiempo de real, evidenciando un alcance de 19 211 horas de capacitación.



(GRI 404, 103-2)

La media de horas de la capacitación desarrollada durante el 2020 fue la siguiente:

Puesto	No sindicalizados/as		Sindicalizados/as	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Nivel mínimo de entrada (operativo)	51	400	4	502
Nivel mínimo de entrada (administrativo)	40	48	3	25
Coordinador/a o similar	65	226	3	17
Jefe/a o similar	43	133	0	0
Gerente/a o similar	14	72	0	0
Director/a o similar	1	5	0	0
Director/a de negocio o similar	0	0	0	0

(GRI 404-1)

Evaluamos el proceso de capacitación de la compañía a través de las siguientes herramientas:

- De manera externa, gestionamos auditorías para identificar/verificar el proceso y la documentación.

- De manera interna, realizamos el seguimiento de la participación de las capacitaciones y se reportan los indicadores de cumplimiento de las mismas. (GRI 404, 103-3)

RETOS 2021

- Brindar la sesión de retroalimentación como parte del proceso de evaluación de desempeño de manera virtual.
- Consolidar la cultura de autoaprendizaje frente al crecimiento de la modalidad e-learning, para incrementar el desarrollo de nuestros/as colaboradores/as en la compañía.
- Lanzamiento de plataforma de entrenamiento virtual para el nivel operativo.

La seguridad y la salud primero



La seguridad y salud en el trabajo (SST) es importante para la compañía porque se enfoca en el cuidado del capital más preciado: nuestros/as colaboradores/as. La importancia de este tema se relaciona también con la prevención de riesgos, el cumplimiento normativo y el abastecimiento del producto al mercado.

(GRI 403, 103-1)

Contamos con una política aprobada por la gerencia general en la que se asumen compromisos con la SST, estableciendo a partir de la misma objetivos anuales a los que se asignan responsables y recursos para alcanzarlos.

Las principales normas legales bajo las cuales se rige nuestro sistema de gestión de SST son, pero no se limitan a:

- D.S. N° 42-F Reglamento de Seguridad Industrial.
- Ley N° 29783 Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo y sus modificatorias.
- D.S. N° 005-2012-TR Reglamento de la Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo y sus modificatorias.
- R.M. N° 480-2008/MINSA Norma Técnica de Salud que establece el Listado de Enfermedades Profesionales.

- Ley N° 29344 Ley marco de aseguramiento universal en salud y su reglamento.
 - R.M. N° 312-2011/MINSA Protocolos de Exámenes Médico Ocupacionales y Guías de Diagnóstico de los Exámenes Médicos Obligatorios por Actividad.
 - R.M. N° 905-2020/MINSA Directiva Sanitaria para la Vigilancia Epidemiológica de la Enfermedad por Coronavirus (COVID-19) en el Perú.
 - R.M. N° 972-2020/MINSA Aprueban el Documento Técnico: Lineamientos para la vigilancia, prevención y control de la salud de los trabajadores con riesgo de exposición a SARS-CoV-2.
 - D.U. N° 026-2020 Decreto de Urgencia que establece diversas medidas excepcionales y temporales para prevenir la propagación del Coronavirus (COVID-19) en el territorio nacional.
- Asimismo, contamos con un sistema de gestión desarrollado bajo el estándar OHSAS 18001:2007, estando en periodo de transición a la Norma ISO 45001:2018 y cumplimos los requisitos de Coca-Cola. (GRI 102-12) (GRI 403-1)

ACTUALMENTE TRABAJAMOS BAJO EL ESTÁNDAR OHSAS 18001:2007 Y NOS ENCONTRAMOS EN UN PERÍODO DE TRANSICIÓN A LA NORMA ISO 45001:2018.

Contamos con el procedimiento de identificación de peligros, evaluación y control de riesgos (IPERC), el cual es revisado periódicamente. Adicionalmente, las matrices IPERC se revisan anualmente para garantizar el cumplimiento de las acciones derivadas de los riesgos significativos. Las acciones adicionales a implementarse o que necesiten mejorarse se determinan bajo el principio de jerarquía de controles.

Nuestro Reglamento interno de SST y el procedimiento de comunicación, participación y consulta en la gestión de SST, faculta a los/as colaboradores/as a no realizar trabajos riesgosos y a evitar exponerse a peligros que atenten contra su integridad física, siguiendo los procedimientos de trabajo controlado que se tienen implementados. Adicionalmente, el procedimiento de trabajos controlados autoriza la suspensión del trabajo ante situaciones riesgosas.

Nuestro procedimiento de investigación de accidentes e incidentes que permite identificar las causas de la ocurrencia de estos mediante el análisis de los hechos con el objetivo de implementar medidas de control que permitan evitar la repetición de eventos similares. (GRI 403-2)

Reformulamos nuestra estrategia de abordaje preventivo de la SST, por ello contamos con el programa de seguridad basado en el comportamiento. En el 2020, este programa se amplió para atender no solo al área industrial, sino a las áreas comercial y logística, denominándose **Juntos hacemos seguridad (JUHASE)**. Este programa tiene el objetivo de evitar incidentes y accidentes, incorporando una cultura de seguridad en los/as colaboradores/as.

Por otro lado, contamos con tópicos de primeros auxilios, donde los trabajadores acuden por cualquier dolencia no solo las relacionadas al trabajo; y con el programa VIVE, dirigido a todos los/as colaboradores/as de la compañía que padecen o están en riesgo de padecer enfermedades crónicas no transmisibles, tales como: hipertensión arterial, diabetes mellitus, obesidad, cardiopatías, etc.

La información de los exámenes médicos ocupacionales está custodiada por los diferentes proveedores de salud ocupacional y en los tópicos en la historia ocupacional de cada trabajador/a. (GRI 403-6) (GRI 403, 103-2)



En relación a las lesiones por accidente laboral, durante el 2020, se obtuvieron las siguientes cifras:

Indicador	Colaboradores/as de la compañía	Colaboradores/as que no son de la compañía, pero laboran bajo su control (contratistas)
Número de fallecidos por lesión o accidente laboral	0	0
Tasa de fallecidos por lesión o accidente laboral	0	0
Número de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias	0	0
Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias	0	0
Número de lesiones por accidente laboral registrable	11	1
Tasa de lesiones por accidente laboral registrable	0.378 (200k) 1.892 (1M)	0.056 (200k) 0.278 (1M)
Principales tipos de lesiones por accidente laboral	Torceduras, golpes y tropiezos	Golpe
Número de horas trabajadas	5 813 693	3 601 402

No se presentaron lesiones con consecuencias graves en el 2020. De igual manera, no se presentaron casos de dolencias y enfermedades laborales en el 2020. (GRI 403-9) (GRI 403-10)

Es preciso señalar que tenemos un programa de auditorías para evaluar el Sistema de gestión de SST. Adicionalmente, se revisa periódicamente

los resultados de los indicadores del sistema de gestión. En caso se requiera, se realiza el análisis de desvío y se implementan las acciones necesarias.

Por otro lado, las obligaciones en materia de SST han sido inspeccionadas por la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL).

De acuerdo a la normativa, el Plan de prevención, vigilancia y control de la salud de los trabajadores con riesgo de exposición a COVID-19 fue presentado y aprobado por el Ministerio de Salud. No se generaron multas relacionadas con las medidas implementadas en materia COVID-19 en el 2020. (GRI 403, 103-3)



RETOS 2021

- Σ Realizar la transición eficiente del Sistema de gestión de SST bajo la Norma ISO 45001:2018 en todas las sedes industriales.
- Σ Reducir las frecuencias de accidentabilidad, a nivel nacional.

Innovación en nuestra cadena de valor



Compras locales sostenibles

Nuestra cadena de valor estuvo conformada en el 2020 por 1508 proveedores, de los cuales 1403 fueron nacionales y 105 extranjeros. Nuestros proveedores nos suministran materias primas, servicios de transporte, material de empaque, servicios para mantenimiento de planta,

Proveedores estratégicos

Corresponde a aquellos proveedores cuyo producto o servicio tienen gran impacto en la realización del producto terminado de AC. La falta, omisión, retraso o falla del producto o servicio imposibilita nuestra producción. Son proveedores de alto riesgo y difícil adquisición.

Proveedores no generales

Persona natural o jurídica que, luego de un proceso de cotización o licitación, entrega como resultado final un producto o servicio a AC. Son proveedores de bajo riesgo y fácil adquisición.

(GRI 102-9)

Proveedores críticos

Corresponde a aquellos proveedores cuyo producto o servicio tienen gran impacto en la producción de AC. La falta, omisión, retraso o falla del producto o servicio imposibilita la producción de nuestros productos o afectan la imagen de la empresa. Son proveedores de alto riesgo y fácil adquisición.

Proveedores generales

Corresponde a aquellos proveedores cuyo producto o servicio no tienen gran impacto en la realización del servicio o producto final de AC. No representa un mayor impacto o relevancia para la ejecución o cumplimiento de las funciones propias de la compañía. Son proveedores de bajo riesgo y fácil adquisición.

materiales publicitarios, servicios de marketing, infraestructura, servicios varios *in house*, equipos y servicios de tecnología, entre otros. Los clasificamos en cuatro categorías, considerando el riesgo que significan para nuestra operación:

La gestión del abastecimiento es importante, ya que mediante su práctica se garantiza el suministro oportuno y adecuado de los materiales y servicios necesarios para el cumplimiento de los procesos y programas productivos, cumpliendo con las expectativas técnicas y económicas esperadas. (GRI 204, 103-1)

Contamos con una Política de compras, debidamente comunicada y compartida a toda la organización. Adicionalmente, nuestra gestión se rige por los lineamientos establecidos en:

- Procedimiento de compras
- Procedimiento de evaluación de proveedores
- Procedimiento de validación e inscripción de tarifas de rutas T1
- Procedimiento de licitaciones

Además, tenemos el soporte de negociaciones de Arca Continental corporativo y CEPG⁶ (Coca-Cola), así como herramientas informáticas tales como la plataforma de compra ebiz, SAP, entre otras.

Dentro de nuestros objetivos, podemos mencionar:

- Mejorar los tiempos de atención al cliente interno.
- Generar ahorros en las diversas categorías intercalando y desarrollando proveedores.
- Ejecutar proyectos que resulten en eficiencias de costos para la compañía.

Contamos un procedimiento interno de reclamo a proveedores y un buzón de transparencia ubicado en nuestra página web, al que cualquier proveedor puede recurrir en caso de faltas éticas y de conducta por parte de nuestros/as colaboradores/as.

Más allá de los procesos virtuales y de digitalización que fueron acelerados por la COVID-19, destacamos los siguientes logros en el 2020:

- Se logró implementar el suministro eléctrico de todas nuestras plantas con energía 100% renovable, a excepción de Planta Iquitos.
- Se agendaron reuniones con muchas de las áreas funcionales de AC con la finalidad de compartir, desplegar y recordar la política y los procedimientos de compras. (GRI 204, 103-2)

⁶ Cross Enterprise Procurement Group

"La capacidad de adaptarse a esta nueva realidad y seguir agregando valor a la compañía."

Aldo Salazar
Pucusana - Lima



#MotivosPara
SalirAdelante

La proporción de compras locales fue la siguiente:

Inversión en compras 2020

	2020
Total	S/ 1 426 647 690.89
Local	S/ 888 810 857.36

Lo que significó que el 62.3% de nuestras compras se realizará a proveedores locales.
(GRI 204-1)

La evaluación de proveedores es gestionada a través del Procedimiento de evaluación de proveedores. Asimismo, en las condiciones de contratación de nuestros proveedores, se incluye los Principios rectores para proveedores de Coca-Cola, los cuales establecen cláusulas claras sobre responsabilidad social exigibles a la cadena de valor:

- Desde el punto de vista social, aseguramos que toda compra lleve implícito el respeto a los derechos humanos, el rechazo del empleo de mano de obra infantil, la eliminación de todo tipo de discriminación o el trabajo forzoso, entre otros aspectos de promoción de las libertades del ser humano.
- Desde el punto de vista ambiental a evaluar, consideramos contar con certificaciones, hacer buen uso del agua y la energía y tener un manejo adecuado de los residuos.

Nuestros objetivos en este aspecto son:



Contar con suministro eléctrico renovable.



Continuar con el uso de resina reciclada PET.



Hacer uso de cajas BIB de cartón reciclable.

(GRI 308, 103-1, 103-2) (GRI 414, 103-1, 103-2)

En el 2020, no realizamos evaluaciones a proveedores bajo criterios ambientales, pero si evaluamos a 118 proveedores que representan el 7.8% del total de proveedores en lo que respecta a criterios sociales. (GRI 308-1) (GRI 414-1)

Asimismo, AC tiene un área de auditoría y contraloría que vela por el fiel cumplimiento de los procedimientos de compras y que evalúan aleatoriamente el proceder de los compradores y negociadores al momento de la toma de decisiones.

Contamos con indicadores de gestión operativa, tales como:

- Efectividad de colocación
- Ciclo de compra
- Pedidos vencidos sin entrada

(GRI 204, 103-3) (GRI 308, 103-3) (GRI 414, 103-3)

RETOS 2021



Mantener el abastecimiento oportuno de ingredientes, materiales y servicios para asegurar la continuidad de las operaciones a pesar de las restricciones que se presentan por la coyuntura sanitaria mundial y nacional.



Fomentar proyectos de innovación, relacionados a eficiencia de precios, mejora de proceso, impacto en sostenibilidad.



Implementar plataformas digitales para optimizar la gestión de abastecimiento.



Gestión de la distribución

La gestión de distribución no sería posible sin el trabajo de nuestra Dirección logística, la cual articula toda la cadena de valor del negocio. Es responsable del planeamiento de la demanda, siendo este el primer input para toda la cadena de valor, encargándose del planeamiento de las materias primas, insumos, envases, empaques y otros materiales requeridos para la producción. También se hace cargo del planeamiento de la producción y de definir los recursos que se utilizarán en cada planta del país, lo que incluye la mano de obra. Para ello, mantiene una relación estrecha con la Dirección industrial y la Dirección de capital humano.

Posterior a la ejecución de nuestra operación y obtención de los productos finales, se inicia la gestión de distribución, que está bajo la supervisión y ejecución directa de la Dirección logística. Esto abarca desde la definición de la estrategia de almacenes, los centros de distribución tanto propios como terceros y el sistema de distribución de flota primaria y secundaria de la compañía. Dentro de la gestión de distribución, también se encuentra la provisión de los equipos de frío a los centros

de venta; además, participamos en el diseño y ejecución de procesos colaborativos de cadenas de supermercados para alinear nuestro nivel de servicio.

Contamos con tres centros de distribución propios localizados en Lima Metropolitana: Dueñas, Huachipa y Villa El Salvador; además de uno localizado en Iquitos y 61 centros de distribución terceros, localizados en todo el territorio peruano de la siguiente manera:

Ubicación de centros de distribución	Número
Norte	12
Centro	14
Lima Metropolitana	5
Lima provincias	9
Sur	25
Total	65

Controlamos que todo el personal de nuestros centros de distribución, propios o terceros sea capacitado en temas de seguridad y salud en el trabajo (riesgos, ergonomía, respuesta a emergencias y prevención de COVID-19), así como en robos y asaltos. Durante el 2020 se capacitó a un promedio de 9587 personas.

En relación a nuestra flota de transporte, esta es tercerizada, dividiéndose en:

Flota primaria - T1

Conformada por camiones de 52 t de capacidad, que pueden trasladar alrededor de 44 paletas por viaje. Estos camiones trasladan los productos terminados desde las plantas hacia los centros de distribución y supermercados. Durante el 2020, hicimos uso de 401 camiones pertenecientes a 16 proveedores. Los camiones de esta flota cuentan con sistemas de monitoreo vía telemetría.

Flota secundaria - T2

Conformada por camiones de reparto, que trasladan de 2 a 10 paletas por viaje. Estos camiones trasladan los productos terminados de los centros de distribución hasta los puntos de venta como bodegas o restaurantes. Durante el 2020, utilizamos 1062 camiones de reparto, pertenecientes a 25 proveedores. Los camiones de esta flota cuentan con sistemas de monitoreo vía GPS.

En este caso, también ejercemos control sobre la capacitación que nuestros proveedores deben brindar a su personal. En el 2020, el personal fue capacitado en diversos temas de seguridad y salud en el trabajo, robos y asaltos; logrando certificar a conductores en conducción segura. Fueron capacitados alrededor de 271 conductores de la flota T1 y 1001 conductores de la flota T2.

Sobre los equipos de frío, que también están incluidos en la gestión de distribución, en el 2020 se tuvieron 143 211 equipos instalados en el mercado. Estos equipos son electrónicos con sistema de refrigeración ecológicos (gases R744 y R290), los cuales se otorgan como sesión en préstamo (comodato) a bodegas, restaurantes, *fast food*, autoservicios e instituciones.

A pesar de las circunstancias extremas a las que nos llevó la crisis sanitaria, se logró promover algunas mejoras e inversiones, como:

- Renovación de carretas de la flota T1, modificando la capacidad de carga a 44 paletas/34 tn (12% más de carga).
- Renovación de 31 camiones de la flota T2, migrando hacia camiones Euro V, doble cabina y cortinas de última generación; todos con cámaras de retroceso, bandejas laterales de descarga con sensores y botoneras con sirena en la cabina para alertar cuando están las bandejas en funcionamiento.



143 211 EQUIPOS DE FRÍO CON SISTEMA DE REFRIGERACIÓN ECOLÓGICA INSTALADOS EN EL MERCADO.

Nuestra gestión es evaluada a través del indicador *Fill rate*, que mide el nivel de servicio entregado al cliente, específicamente la expectativa del cliente con respecto a lo que él solicita. En el 2020, este indicador fue de 97.1%, logrando una mejora de 1.4 puntos con respecto al valor del 2019.

RETOS 2021

- ❑ Continuar priorizando la seguridad de nuestros/as colaboradores/as y personal de nuestros proveedores.
- ❑ Ejecutar el plan de renovación de flota, que tiene previsto renovar 41 camiones con la tecnología Euro V en la flota T2.
- ❑ Renovar aproximadamente 2000 equipos de frío.



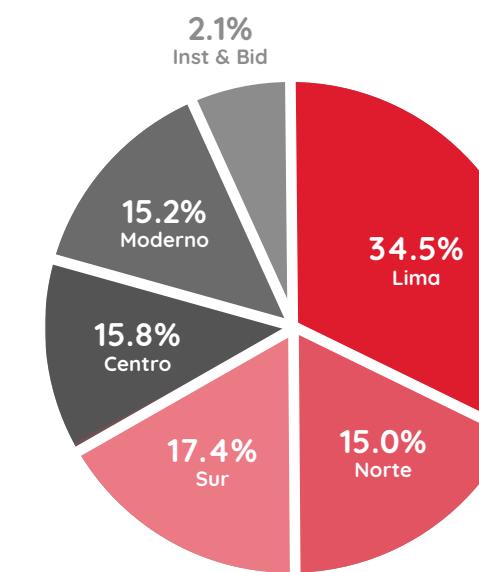
Líderes en el mercado peruano



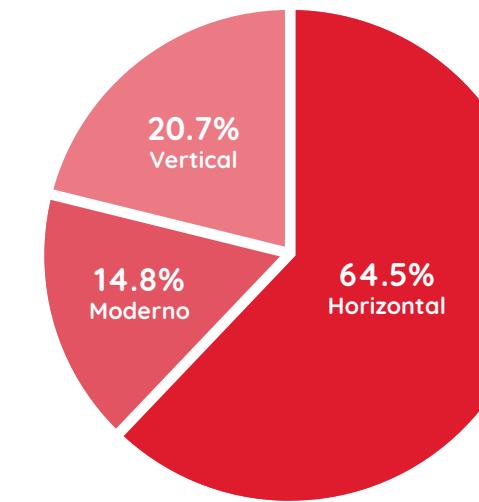


Durante el año 2020, vendimos 241.6 MMCU, decreciendo en un 14.20% con respecto al año anterior. Nuestro volumen de ventas por categoría, por región y por canal fueron los siguientes:

Volumen de venta por región



Volumen de ventas por canal



A nivel del rubro bebidas sin alcohol listas para consumir, NARTD⁷ por sus siglas en inglés, alcanzamos un 50.2% en participación de volumen en el acumulado del año, creciendo 1.9%, apalancados por el cambio de mix en las categorías, donde gaseosas cobra mayor relevancia.

Dentro de los empaques que tuvieron mayor crecimiento tenemos:

- 2 litros plástico retornable, con +1.5% versus el año anterior.
- 1.5 vidrio retornable, con +0.6% versus el año anterior.
- 3 litros PET, con +0.8% versus el año anterior.
- 600 ml PET, con +1.0% versus el año anterior.

Este crecimiento fue soportado por la implementación de los siguientes planes:

- Consolidación de formatos asequibles y competitivos en Fanta y Sprite.
- Reforzar los familiares no retornables con el desarrollo de 3.0 PET sin azúcar a nivel nacional.
- Aumentar la frecuencia de consumo en el hogar vía retornabilidad con el formato 2.0 l PET retornable.
- Reestructuramos la arquitectura de precios, OBPPC⁸ por sus siglas en inglés, en empaques claves en territorios de baja participación.
- Plan táctico dirigido a clientes Pareto de la competencia con el objetivo de capturar participación de mercado.

⁷ Non Alcoholic Ready to Drink

⁸ Occasion brand package price channel architecture

Bienestar integral de nuestros clientes y consumidores

Contamos con el Sistema de gestión de inocuidad alimentaria implementado bajo la norma FSSC 22000 y debidamente certificado. Nuestra gestión asegura que los productos que fabricamos son inocuos y no generan peligros que ocasionen daño a la salud del consumidor. [\(GRI 416, 103-1\)](#)

Este sistema se rige por los compromisos asumidos en nuestra Política del sistema integrado de gestión, en la que nos comprometemos a:

Gestionar los procesos para reducir los riesgos, prevenir o eliminar peligros, mediante la aplicación de medidas de control, que aseguren la inocuidad de nuestros productos, satisfagan los requisitos del cliente, así como desarrollar las competencias

A partir de esta política, establecemos objetivos y procedimientos, tales como el de inspección y liberación de materiales críticos. [\(GRI 416, 103-2\)](#)

Las categorías de productos para los que se evalúan los impactos en la salud y seguridad abarcan el 100% de nuestro portafolio. [\(GRI 416-1\)](#) Nuestro sistema integrado de gestión, el cual incluye los sistemas de calidad, inocuidad alimentaria, ambiente y seguridad juntas, es revisado anualmente por la dirección, y auditado de manera interna y externa todos los años. [\(GRI 416, 103-3\)](#)

Productos saludables y bajos en azúcar

Continuando con la estrategia de la compañía de ofrecer productos saludables y bajos en azúcar presentamos el siguiente portafolio, a cierre del 2020:

Marca	Tamaño	Retornable	Nivel Azúcar
Inca Kola	Familiar	No Retornable	Bajo en azúcar
Inca Kola	Familiar	Retornable - 2REFPET (Lima & Sur)	Bajo en azúcar
Inca Kola	Familiar	Retornable	Convencional
Inca Kola	Personal	Retornable + No Ret	Convencional
Inca Kola Sin Azúcar	Familiar + Personal	Retornable + No Ret	Sin azúcar
Coca-Cola	Familiar	No Retornable	Bajo en azúcar
Coca-Cola	Familiar	Retornable - 2REFPET (Lima & Sur)	Bajo en azúcar
Coca-Cola	Familiar	Retornable	Convencional
Coca-Cola	Personal	Retornable + No Ret	Convencional
Coca-Cola Sin Azúcar	Familiar + Personal	Retornable + No Ret	Sin azúcar
Fanta	Familiar + Personal	Retornable + No Ret	Bajo en azúcar
Sprite	Familiar + Personal	Retornable + No Ret	Sin en azúcar
Schweppes	Familiar + Personal	Retornable + No Ret	Bajo en azúcar
Crush	Familiar + Personal	Retornable + No Ret	Sin en azúcar

Etiquetado y transparencia de la información

Los planes de marketing y la transparencia en el etiquetado son la principal fuente de comunicación y confianza con nuestros consumidores. A través de estos generamos y consolidamos el valor de nuestras marcas en el mercado y convencemos a nuestros consumidores que somos la mejor opción para la necesidad que están buscando satisfacer.

Los grupos de interés que se ven impactados por nuestros planes de marketing y etiquetado son los consumidores, clientes, gobierno (cumplimiento de la Ley de alimentación saludable en etiquetado y publicidad), accionistas, colaboradores/as y comunidades. (GRI 417, 103-1)

Todo desarrollo de una campaña de marketing tiene como base una idea central creativa, la cual se genera con base en el descubrimiento de un *insight* o pensamiento guardado en el consumidor. Una vez determinada la idea central sobre la cual se estará desarrollando la campaña, se diseñan los materiales y mensajes cumpliendo todas las disposiciones legales vigentes. Todos nuestros procesos siguen rigurosamente un alto control de calidad.

Mantenemos la escucha de las inquietudes de nuestros clientes y consumidores, por lo que contamos con diferentes mecanismos de recepción de quejas o reclamos:



Línea 0800-1-4000



Servicio de Atención al Cliente y Consumidor en la página web:
<http://www.arcicontinentallindley.pe/servicio-atencion-cliente.php>



Correo electrónico: acliente@lindley.pe
serviciotecnicosac@lindley.pe



Servicio “Llámame”: servicio donde los clientes o consumidores proporcionan su teléfono y el área de Servicio al Consumidor / Cliente para contactarlos.

A través de nuestro servicio de atención al cliente y resolución de quejas:

- Recibimos 129 095 llamadas, atendiendo el 97% de las mismas.
- Resolvimos el 100% de los reclamos.
- Disminuimos en 3 días el tiempo de resolución de reclamos.

(GRI 417, 103-2)

Elementos obligatorios

Ingredientes, dirección, razón social, RUC, plantas productoras, registros sanitarios, lote de producción, contenido neto, fecha de vencimiento y octógonos nutricionales donde apliquen.

Elementos voluntarios

Información nutricional, tabla nutricional, claims publicitarios, número centro de atención al consumidor (Aló Coca-Cola), información para promover el reciclaje.

(GRI 417-1)

Toda campaña de marketing tiene como objetivo desarrollar los principales indicadores y atributos de la marca sobre la cual se está comunicando, así como también aumentar la frecuencia y base de consumo de la misma.

Para evaluar dichos objetivos, contamos con auditorías internas y externas (Nielsen, Kantar, Millbrown, D&N), y distintos tableros de seguimiento. (GRI 417, 103-3)

RETOS 2021

Reactivar el sector de bebidas comerciales no alcohólicas en el país.

Seguir con la expansión de nuestro portafolio de bebidas familiares retornables.

Continuar con el desarrollo de nuestras opciones bajas y sin calorías.

Planeta: nuestra gestión ambiental



En Arca Continental, la estrategia de sostenibilidad en la dimensión ambiental está enfocada en (i) empaques sostenibles y gestión de residuos hacia una economía circular, (ii) gestión del agua basada en las 3R: reducir, reutilizar y reponer; y (iii) la eficiencia energética dentro de una coyuntura de cambio climático. Estos tres ejes, apalancados con una Política del sistema integrado de gestión, metas claras y un equipo capacitado y comprometido con el cuidado del planeta.

Nuestra gestión ambiental se rige por el cumplimiento de la Ley 28611: Ley general del ambiente, modificatorias y normas vinculadas, la implementación del Sistema de gestión ambiental basado en la norma ISO 14001:2015, el cual tenemos certificado, y las estrategias ambientales de Coca-Cola. [\(GRI 102-11\)](#) [\(GRI 102-12\)](#)



**DURANTE EL 2020,
FUIMOS ELEGIDOS COMO
EMPRESA EJEMPLO DE
BUENAS PRÁCTICAS EN LA
CATEGORÍA AMBIENTAL
EN EL DISTINTIVO
EMPRESA SOCIALMENTE
RESPONSABLE DE PERÚ2021.**

Cambio climático

Tomando en cuenta los posibles escenarios a los que nos enfrentamos como empresa de bebidas, dados los efectos del cambio climático, hemos desarrollado desde el corporativo una estrategia de adaptación en la que se incluyen lineamientos a seguir ante diferentes posibles escenarios.

Una línea de trabajo es el financiamiento verde, opción que fue considerada por AC con bancos locales, durante el 2020. Sin embargo, en el mes de marzo, la pandemia producto de la COVID-19 originó que los mercados financieros cambien y con ello varíe también la perspectiva del riesgo. Por esta razón, el financiamiento verde fue contemplado a ejecutarse en el 2021.

Es importante resaltar que ésta representa una oportunidad para que el mercado financiero apoye y movilice recursos hacia proyectos que consideren el factor ambiental, alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, más aún teniendo en cuenta que Perú es uno de los países más vulnerables del mundo ante el cambio climático.

Empaques

“Un Mundo sin Residuos” es el compromiso de Coca-Cola Perú y Arca Continental por recolectar al 2030 el equivalente al 100% de los empaques que pongan en el mercado. Bajo el acuerdo de suscripción al Acuerdo de Producción Limpia con el Ministerio del Ambiente y el Ministerio de la Producción, trabajamos anualmente en acciones para reducir, reutilizar y reciclar materiales de nuestros empaques, con la finalidad de contribuir a la disminución de los residuos generados por nuestros productos.

Materiales

El gramaje de plástico constitutivo de envases PET, tapas, etiquetas, *film* termocontraíble y *stretch film*, están dentro de un programa de reducción. El resultado de este control permite reducir los gramos de residuos generados y favorecen los costos de producción, a la vez que reducen la cantidad de residuos sólidos emitidos al final del ciclo de vida de nuestros productos. [\(GRI 301, 103-1\)](#)

Establecemos un plan de iniciativas de reducción del plástico en los materiales, en coordinación con AC corporativo y Coca-Cola. Este plan es evaluado periódicamente para verificar los avances o inconvenientes durante su implementación. [\(GRI 301, 103-2, 103-3\)](#)

Residuos

La generación de residuos es un aspecto ambiental de AC y se han determinado los controles para mitigar su impacto. Adicionalmente, la gestión de los residuos (reducir, reutilizar, reciclar), aporta en la estructura de costos de producción y afecta a la rentabilidad de la operación. [\(GRI 306, 103-1\)](#)

Medimos y controlamos la generación de los residuos y los gestionamos para reducir, reutilizar y reciclar con el objetivo de implementar la cultura de “0 Residuos”. Los indicadores que evaluamos son gramos de residuos/litros de bebida y % reciclado. [\(GRI 306, 103-2\)](#)

Residuos por tipo y método de eliminación

Método de eliminación	Residuos peligrosos	Residuo no peligrosos	Residuos sólidos totales
Reciclaje	---	10 110 t	10 110 t
Vertedero	621 t	401 t	1022 t
Total	621 t	10 511 t	11 132 t

[\(GRI 306-3\)](#)



RETOS 2021

- Σ Gramos de residuos/Litros de bebida = 8.03
- Σ Porcentaje de reciclado = 94.01%
- Σ Lograr la certificación de la primera planta cero residuos para la planta Pucusana.

Economía circular

En AC creemos que una economía circular es posible, donde se promueva en una primera etapa la reducción y eficiencia en el uso de recursos, y luego en los programas de reutilización o reciclaje.

Para lograr implementar nuestra estrategia ambiental, debemos:



PRESERVAR
y extender el ciclo de vida
de los productos.



PRIORIZAR
recursos que puedan volver
a utilizarse.



UTILIZAR
desechos como recursos.



REPENSAR
el modelo de negocios.

Es así que nuestro camino hacia la economía circular ha tenido la siguiente ruta:

- Reducir la cantidad de plástico de nuestros envases y tapas.
- Implantar diversos planes para recuperar los envases de PET del mercado.
- Incorporar material reciclado en la fabricación de nuestros envases PET de un solo uso.

Bajo estas premisas, suscribimos un Acuerdo de Producción Limpia hacia fines del 2018, en el que participamos Arca Continental y Coca-Cola Perú (Sistema Coca-Cola) con el Ministerio del Ambiente y el Ministerio de la Producción.

Este acuerdo nos permitió visibilizar nuestras acciones para lograr una economía circular, comprometiéndonos, a través del mismo, a:

- Incorporar PET reciclado en la materia prima.
- Valorizar los residuos sólidos (reuso y reciclaje).

Logrando como resultado final, hacia fines del 2019 y continuando en el 2020, los siguientes logros:

- El 100% de nuestros envases PET de un solo uso tienen por lo menos 25% de PET reciclado en su composición.
- Firma de alianzas con organizaciones privadas y de la sociedad civil para fortalecer la cadena del reciclaje.
- Firma de convenios con gobiernos locales en las ciudades donde tenemos presencia con alguna de nuestras instalaciones, para promover la formalización y fortalecer la cadena del reciclaje a nivel de recicladores.

En el marco de este mismo acuerdo, incrementamos en el mercado la presencia de nuestros empaques retornables. En ese sentido hemos dado importantes pasos en los últimos años:

- Incorporación de una botella única para cada formato en nuestro portafolio de empaques familiares. Esto facilitó la implementación de la intercambiabilidad entre nuestras marcas y formatos, lo cual disminuye las barreras de utilización de la retornabilidad, facilitándole al consumidor la disponibilidad del envase para generar la compra.
- Actualmente, nuestros productos en sus versiones retornables tienen un precio menor a los no retornables lo cual facilita a nuestros consumidores el acceso a la plataforma de retornabilidad.
- En los próximos años seguiremos impulsando la retornabilidad y para esto invertiremos en nuevos envases, nuevas líneas de producción especializadas para este tipo de productos.

A raíz de la pandemia y la permanencia de las familias en casa, se incrementó el consumo de gaseosas en envases retornables. La venta del producto en envase PET retornable alcanzó el 40%. También crecieron las presentaciones familiares de vidrio retornable

Los esfuerzos de AC en implementar la estrategia de economía circular, unido al cumplimiento del APL, hizo que nos hicieramos merecedores al sello de reconocimiento y diploma otorgado por el Ministerio del Ambiente, por cumplir con el 100% de las metas establecidas en el APL, en conjunto con Coca-Cola. (GRI 301, 103-2) (GRI 306, 103-2)



Aqua

La sostenibilidad del recurso hídrico es esencial y una prioridad para nosotros, por eso trabajamos en tres medidas decisivas para protegerla: **Reducir, Reutilizar y Reponer.**

En AC trabajamos por ser líderes en el manejo de agua, por lo que en nuestras operaciones estamos continuamente buscando nuevas formas de reducir el consumo. Adicionalmente: El agua, es un ingrediente fundamental para la elaboración de nuestros productos y forma parte de la estructura de costos de producción. Asimismo, el efluente tratado, es reutilizado en procesos auxiliares (riego, limpieza de pisos, enfriamiento de equipos), lo que también contribuye a la sostenibilidad del negocio y optimización del uso del recurso. (GRI 303, 103-1)

Medimos el consumo de agua y tratamos los efluentes industriales y domésticos.

La eficiencia del uso de agua se mide a través del indicador Water Use Ratio (WUR) que relaciona los litros de agua usada vs los litros de bebida producida. Las metas WUR cada año son establecidas de forma que sean más exigentes al resultado de año previo. De esta forma, el índice de uso de agua (WUR) para el 2020 fue de 1.84 litros de agua/litros de bebida, habiéndose reducido en 8% con respecto al resultado del año 2019. (GRI 303, 103-2)

 EN EL 2020 REDUCIMOS NUESTRO ÍNDICE WUR EN 8% CON RESPECTO AL RESULTADO DEL AÑO 2019.

Extracción de agua por fuente

Fuente	Volumen (litros)
Agua subterránea	2 271 535 455
Agua producida (red pública)	151 266 510

(GRI 303-3)

Vertido de efluentes

Destino	Volumen (litros)
Agua marina	36 446 000
Agua al alcantarillado	498 848 250

Los efluentes industriales y domésticos son tratados debido al contenido de azúcares, sólidos suspendidos totales, pH y fósforo. Los parámetros que deben cumplirse están establecidos en el D.S. N° 010-2019-VIVIENDA y R.M. 360-2016 VIVIENDA. Los análisis son realizados en un laboratorio acreditado por el INACAL.

Durante el 2020, no se han tenido incidentes derivados del derrame u otro vinculado con los efluentes. Como uno de los logros más importantes, tenemos la ampliación de la planta de tratamiento de efluentes de Pucusana. [\(GRI 303-4\)](#)

Consumo de agua

Consumo de agua	Volumen (litros)
Consumo total de agua	2 422 801 965

(GRI 303-5)

Nuestra meta de consumo para el año 2021 es 1.72 litros de agua/litros de bebida.



Energía

El consumo de energía es un aspecto ambiental clave para AC, por lo que se han determinado los controles para mitigar su impacto ambiental. Adicionalmente, la energía forma parte de la estructura de costos de producción y afecta a la rentabilidad de la operación. [\(GRI 302, 103-1\)](#)

Medimos los consumos de energía eléctrica y combustibles, transformando la información a valores de energía en Mega Joules (MJ). La eficiencia del uso de energía se mide a través del

Tipo de energía	Consumo	Reducción
Consumo de combustibles (gas natural, GLP y diésel)	189 362 624 MJ	49 535 703 MJ
Consumo de energía eléctrica	51 379 587 kWh	6 543 402 kWh

(GRI 302-1)

Esta significativa reducción se origina por mejora en las prácticas de uso de energía y en parte también por la reducción de producción, por efectos de la emergencia sanitaria. [\(GRI 302-4\) \(GRI 302, 103-2\)](#)

Nuestra meta de consumo de energía para el año 2021 es de 0.269 MJ/litros de bebida.

índicador Energy Use Ratio (EUR) que relaciona la totalidad de energía usada (en MJ) versus los litros de bebida producida. De esta forma, el índice de uso de energía (EUR) para el 2020 fue de 0.275 MJ/litros de bebida, habiéndose reducido en 3% con respecto al resultado del año 2019. [\(GRI 302-3\)](#)

El consumo energético de la compañía durante el 2020 y la reducción energética con respecto al 2019 fue la siguiente:

Cabe indicar que nuestra gestión ambiental es monitoreada semanal y mensualmente, realizando reportes a la Dirección industrial y a la Gerencia general, respectivamente. Asimismo, somos auditados externamente en el marco de nuestra certificación ISO 14001. [\(GRI 301, 103-3\) \(GRI 302, 103-3\) \(GRI 303, 103-3\) \(GRI 306, 103-3\)](#)

Desarrollo de nuestra comunidad





**“SOMOS COMUNIDAD”
ES UNA IDENTIDAD
GRÁFICA QUE
ADECUA NUESTRAS
INTERVENCIONES EN
LAS ZONAS DONDE
OPERAMOS COMO UN
VECINO MÁS.**

Tenemos como objetivo acompañar y apoyar a las comunidades en las cuales desarrollamos nuestras operaciones, generando valor compartido y buscando empoderar a los diferentes actores locales para garantizar la sostenibilidad de nuestros programas socioambientales, y junto a ellos cocreamos los lineamientos de cada proyecto. [\(GRI 413, 103-1\)](#)

Durante el 2020, realizamos un trabajo de campo exhaustivo para la identificación de necesidades en las zonas donde operamos, el mismo que incluye espacios de diálogo con los principales actores sociales y representantes de entidades gubernamentales de la zona. De acuerdo a este trabajo, realizamos un mapeo en el que priorizamos los ejes en los que realizaremos la inversión social y los mecanismos que usaremos.

En AC creemos firmemente en la importancia de la coparticipación con otras asociaciones que se conecten a través de lo que denominamos nuestro **triángulo dorado**, que representa la participación y apoyo conjunto de la empresa privada, el gobierno local y la sociedad civil para lograr el desarrollo de las poblaciones aledañas a nuestras operaciones, a nivel nacional. Aceptamos el hecho de que cuando trabajamos juntos podemos tener un mayor impacto que cuando trabajamos solos, por ello toda contribución se enmarca bajo esta premisa.

Hemos trabajado en una nueva identidad gráfica denominada **Somos Comunidad**, que considera las iniciativas y programas sociales de nuestra zona de influencia, a nivel nacional. Nuestro objetivo es conectarlos en un discurso común, y a través de esta identidad, aproximarnos como un vecino más. Asimismo, la presencia de nuestro equipo de campo permite monitorear y hacer seguimiento a cualquier queja, discrepancia o duda de nuestras comunidades. Esto fue clave en el 2020, para entender las necesidades y problemas frente a la crisis sanitaria provocada por la COVID-19. [\(GRI 413, 103-2\)](#)

Gracias al diagnóstico y línea de base desarrollados antes de ejecutar nuestros programas sociales, definimos no solo los indicadores de ejecución de actividades clave, sino indicadores de impacto que evidencien el cumplimiento de los objetivos macro del proyecto. [\(GRI 413, 103-3\)](#)

Programas de valor compartido

[\(GRI 413-1\)](#)

Nuestros programas, alineados a nuestra estrategia de sostenibilidad, se vienen implementando a través de un enfoque de valor compartido, identificando oportunidades de invertir estratégicamente en la comunidad y logrando un impacto sostenible, gracias a la participación de todos los grupos de interés locales.

PROGRAMA MI CASA, MI CANCHA. FÚTBOL MÁS

El objetivo del programa fue promover una rutina diaria saludable para niñas y niños entre 6 a 15 años, pertenecientes al distrito de Pucusana. Se buscó aumentar los factores protectores para los niños y niñas en situación de aislamiento doméstico por la COVID-19, adecuando el

programa a dicho contexto. Acompañamos a los niños, niñas y jóvenes en favor de su salud mental y física, con rutinas diarias y herramientas para incorporar la metodología de la “Tarjeta verde” y “Tarjeta azul” (liderazgo positivo).

Este programa contó con la participación y benefició a:

- Cuatro instituciones educativas del distrito de Pucusana:
 - Centro de Salud Benjamín Doig
 - I.E. 7257 Menotti Biffi Garibotto
 - I.E. Manuel Scorza
 - I.E. 6010 Hilda B. Carrillo Agapito
- 100 familias impactadas, considerando entre niños, niñas y adultos.

Entre los impactos obtenidos por el programa, podemos mencionar que:

- Se facilitaron estrategias de autocuidado e higiene personal, en relación a la COVID-19.
- Se promovió el movimiento y la actividad física para niños y niñas en espacios reducidos.
- Se transfirió las herramientas pedagógicas a docentes de colegio públicos de Pucusana, promoviendo vínculos significativos con los estudiantes para fomentar una convivencia escolar positiva en el contexto de educación remota.





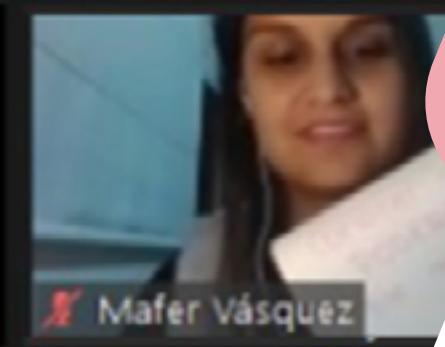
Carmen Balby



Carmen Alva



Elsa Niñuen



Mafer Vásquez



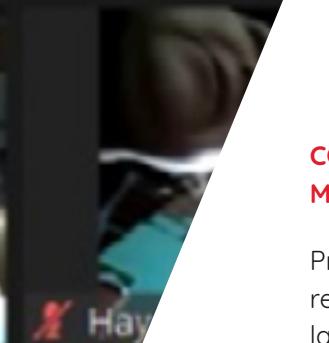
Verónica Bonifaz



Marina y M...



Nano Guerra



Hay...

COMUNIDAD DESTAPANDO MI EMPRENDIMIENTO

Programa que tiene como objetivo crear una red de emprendimiento sostenible que atienda las necesidades y promueva el crecimiento personal, familiar y empresarial de las mujeres que han participado en las diferentes ediciones del programa “Destapando mi Emprendimiento”. El distrito de Pucusana (Lima) fue la comunidad beneficiada en este periodo.

Durante el año 2020, obtuvimos los siguientes logros:

- **57 mujeres** directamente beneficiadas en el 2020.
- **46% de incremento** promedio de ganancias de los detallistas.
- **86% de los negocios** se reactivaron durante la pandemia.
- **100% de los negocios** en marcha implementaron protocolos de bioseguridad.
- **76% de los negocios** se digitalizaron haciendo uso del Facebook, WhatsApp y/o Yape.

ESCUELA DE NEGOCIOS COCA-COLA

Programa virtual enfocado a incrementar las capacidades de los negocios de clientes de la compañía. En el 2020 se tuvo mayor cobertura nacional pues se llegó a lugares donde no se podía desarrollar el programa presencialmente. Logros obtenidos fueron:

- **11 400 horas** de capacitación
- **7600 detallistas** que participaron del programa
- **4940 mujeres capacitadas**, durante el periodo 2020

PROGRAMA NEGOCIOS COMPETITIVOS

Programa que impulsa la competitividad, transparencia y ética a través de prácticas sostenibles en la cadena de valor. AC acompañó a siete de sus socios estratégicos (proveedores y distribuidores) en este programa, organizado por

la GRI, en la elaboración de su primer o segundo reporte de sostenibilidad, el cual fomenta la trazabilidad de las empresas y aumenta la competitividad de nuestros socios participantes. Los logros obtenidos por el programa durante el 2020 fueron:

- **Siete empresas proveedoras** fueron parte del programa.
- **Cuatro empresas** elaboraron su reporte por segundo año consecutivo, bajo este programa.
- Fueron **siete indicadores identificados**, por empresa, entre económicos, sociales y ambientales.
- **Dos empresas ganaron** el concurso “Buenas Prácticas de Sostenibilidad en PyMEs para la Comunidad Proveedores GRI”.

(GRI 413-1)

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Es desarrollado por nuestros/as colaboradores/as, mediante su acción voluntaria, apoyados/as por la compañía. Los objetivos de nuestro programa de voluntariado son la mejora de la calidad de vida de los miembros de nuestra comunidad, en especial de aquellos que viven en los sectores más necesitados. Durante el 2020, nuestras actividades fueron limitadas y se desarrollaron de manera virtual, siendo la actividad principal la “Navidad con sentido”.

- **213 colaboradores/as** de AC participaron de la actividad.
- **Se contribuyó** con alimentos, ropa y juguetes.
- **342 niños y niñas** beneficiados de las organizaciones Aldeas Infantiles SOS y Qallary.

PROYECTO RECICRECE

Proyecto impulsado por AC, Coca-Cola Perú y San Miguel Industrias, y ejecutado por Aprenda Asociación, de octubre de 2019 a octubre de 2020, el cual se desarrolló con el objetivo de lograr que comercializadores y organizaciones de acopiadores de productos reciclados puedan fortalecer sus competencias personales, empresariales y técnicas.

Como resultado de la intervención, tenemos:

- **488 recicladores** beneficiados por el programa de los distritos de Lima, Arequipa, Tacna, Cusco, Ica y Ucayali.
- **10 organizaciones** de reciclaje participantes incrementaron su índice de competitividad en un 25% en promedio gracias, principalmente, al fortalecimiento de sus capacidades directivas.
- **307 horas** de capacitaciones técnicas en 2020.

PROYECTO CHILCA VERDE

La recuperación de la cuenca alta del Río Chilca es el objetivo del proyecto Chilca Verde, que AC trabaja junto a Coca-Cola y

The Nature Conservancy. Esta iniciativa ha logrado implementar acciones de infraestructura verde con los siguientes logros:

- **50 hectáreas** de matorrales intervenidas.
- Construcción de **30 hectáreas** de zanjas de infiltración.
- Construcción de **cinco microreservorios** de 1750 m³ cada uno, con el fin de aprovechar al máximo la escasa precipitación en la parte alta y de esta manera regular el agua del río Chilca y la disponibilidad de agua en los distritos de Chilca y Pucusana.

Con estas acciones, Chilca Verde apunta a que el agua sea utilizada de manera eficiente tanto en beneficio de la salud de la población, como también de sus campos de cultivo frente a las amenazas del cambio climático.

INICIATIVA NO ME DEJES EN LA PLAYA

Junto a la ONG Recicla, Pe!, se realizó esta iniciativa en las playas Venecia, Agua Dulce y San Pedro. La finalidad de esta actividad fue crear conciencia en la ciudadanía sobre los peligros de la contaminación marina, especialmente en el litoral limeño, incentivando a mantenerlo en buenas condiciones. La iniciativa

tuvo una duración 12 fines de semana, la misma que no pudo desarrollarse por más tiempo debido a la pandemia. Nuestros logros fueron:

- **91 comerciantes y 15 000 veraneantes** concientizados.
- Recolección de **2.1 toneladas de PET**, que fueron donados a los recicladores.

RETOS 2021

- Garantizar la continuidad de nuestros programas sociales existentes, aterrizando la gestión de estos en el contexto COVID-19.
- Identificar mecanismos con el Estado, en materia ambiental, para alinear y visibilizar indicadores que contribuyan a objetivos país asumidos. Para el 2021, AC estará realizando la medición de su huella de carbono.
- Reforzar nuestro posicionamiento como empresa socialmente responsable con nuestros grupos de interés estratégicos e implementar una laboriosa estrategia comunicacional multistakeholder.

(GRI 413-1)



Índice de contenidos GRI

(GRI 102-55)



(GRI 102-55)

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 101: Fundamentos 2016			
Contenidos generales			
1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
102-1 Nombre de la organización	15, 23		
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	15		
102-3 Ubicación de la sede	16		
102-4 Ubicación de las operaciones	15		
102-5 Propiedad y forma jurídica	23		
102-6 Mercados servidos	15, 94		
102-7 Tamaño de la organización:	9, 10, 94		
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	59-62		
102-9 Descripción de la cadena de suministro	83		
102-11 Principio o enfoque de precaución	101		
102-12 Iniciativas externas	43, 44, 77, 101		
102-13 Afiliación a asociaciones	16		
2. ESTRATEGIA			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	6-8	
3. ÉTICA E INTEGRIDAD			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	27, 28	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
4. GOBERNANZA			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-18 Estructura de gobernanza	23, 24	
5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-40 Lista de los grupos de interés	39	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	62	
	102-43 Enfoque de la participación de los grupos de interés	40-42	
	102-44 Temas y preocupaciones claves mencionados	40-42	
6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	11	
	102-48 Reexpresión de la información	No se han realizado reexpresión de la información	
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	No se han realizado cambios	
	102-50 Periodo objeto del informe	11	
	102-51 Fecha del último reporte	11	
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	11	
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	11	
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	11	
	102-55 Índice de contenidos GRI	118-126	
	102-56 Verificación externa	No se ha realizado verificación externa. La compañía actualmente no cuenta con políticas relativas a la verificación externa	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
Temas materiales			
ESTÁNDAR TEMÁTICO: ECONÓMICO			
Desempeño económico			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	33 33 34	
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	14	Especificación de los aportes a la comunidad
Impactos económicos indirectos			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	34 34 34	
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados 203-2 Impactos económicos indirectos significativos	34 34	
Prácticas de abastecimiento			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	84 84 86	
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales	85	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
Anticorrupción			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27 29 30	
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	29	
ESTÁNDAR TEMÁTICO: AMBIENTAL			
Materiales			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	102, 104, 105 102, 104, 105 102, 108	
Energía			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	108 108 108	
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización 302-3 Intensidad energética 302-4 Reducción del consumo energético	108 108 108	
Agua y efluentes			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	106 106 108	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-3 Extracción de agua 303-4 Vertidos de agua 303-5 Consumo de agua	106 107 107	
Residuos	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	102 102, 105 108	
GRI 306: Residuos 2020	306-3 Residuos generados	102	
Evaluación ambiental de los proveedores	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	86 86 86	
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	86	
ESTÁNDAR TEMÁTICO: SOCIAL			
Empleo	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	63 63 63	
GRI 401: Empleo 2016	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	64	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
Salud y seguridad en el trabajo			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	77 78 80	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes 403-3 Servicios de salud en el trabajo 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo 403-6 Fomento de la salud de los trabajadores 403-9 Lesiones por accidente laboral 403-10 Dolencias y enfermedades laborales	77 78 49 51 78 79 79	
Formación y enseñanza			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	70, 71 70-73 70, 74	
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evalua- ciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	74 70	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
Diversidad e igualdad de oportunidades			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	65 65 68	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	66, 67	
Comunidades locales			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	111 111 111	
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	111-116	
Evaluación social de los proveedores			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	86 86 86	
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	86	
Política pública			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	30 30 30	
GRI 415: Política pública 2016	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	30	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
Salud y seguridad de los clientes			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	95 95 95	
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	95	
Marketing y etiquetado			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	97 97, 98 97, 98	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	97, 98	



ARCACONTINENTAL

LINDLEY