

## Francesc Cosano

DIRECTOR GENERAL  
COCA-COLA EUROPEAN PARTNERS IBERIA



“Más allá de las cifras, queremos ser agente positivo de cambio”

Coca-Cola lleva 66 años trabajando en España, construyendo una historia de éxito en el mercado de bebidas que no puede entenderse sin la capacidad de innovar de forma permanente, adaptándose a las nuevas tendencias de consumo. Con el objetivo de avanzar en la construcción y el desarrollo de una marca que durante décadas ha sido inspiracional, Coca-Cola puso en marcha en 2017 una estrategia a escala mundial para convertirse en una *Compañía Total de Bebidas*.

“Para alcanzar el éxito, nuestros esfuerzos han de pasar por poner al consumidor en el centro de nuestra actividad, ofreciéndole aquello que demanda en cada uno de los momentos de consumo y poniendo a su disposición una amplia variedad de productos”, avanza el director general de Coca-Cola European Partners Iberia, Francesc Cosano, indi-

““ QUEREMOS GENERAR CULTURA DE RECICLAJE Y PROMOVER LA INCLUSIÓN Y EL DESARROLLO

““ NUESTRA VISIÓN ES CONTINUAR CRECIENDO, AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD Y SER SOSTENIBLES

cando que ello implica “seguir ampliando nuestro portfolio en categorías que, hasta ahora, no habíamos explorado, respondiendo con agilidad a las oportunidades que nos ofrece un mercado cambiante; un reto de los que nos gusta afrontar”. Esta es la razón por la que Coca-Cola está ampliando su oferta de bebidas en España, contando actualmente con 110 productos y 270 referencias, abarcando nuevas categorías, como las bebidas ecológicas y vegetales, y comercializando nuevas marcas, como AdeS y Honest.

“La expansión de nuestro portfolio de productos lleva también aparejada la ampliación de nuestra cobertura de canales, llegando a puntos de venta que, hasta ahora, no eran habituales para este tipo de bebidas”, prosigue Cosano, resolviendo que el propósito es que “una parte importante de nuestros ingresos provenga tanto de la oferta más core como de nuevos lanzamientos, como es el caso de Royal Bliss, Appletiser y Smartwater, así como todos los que aún están por llegar”.

### CLIENTES Y SOCIOS

Coca-Cola European Partners (que ha conseguido en 2018 una facturación de 11.518 millones de euros, de los que el 23% procede de la división ibérica) comercializa sus productos en 450.000 puntos de venta en Iberia, incluyendo el canal de hostelería y la gran distribución. “Con todos nuestros

clientes establecemos una estrecha relación, podríamos decir de socios; trabajar codo a codo con ellos es la garantía de que ofrecemos al consumidor aquello que realmente está demandando”, enfatiza el director general de la compañía, al tiempo que cuantifica que el equipo de Ventas de la organización realiza más de 14 millones de visitas anuales a los clientes.

Coca-Cola emplea a 4.400 personas de manera directa en España y genera 84.100 empleos indirectos, generando un valor añadido a la economía nacional por valor de 6.315 millones de euros (625 millones de euros de forma directa). “Un aspecto muy relevante de la actividad de Coca-Cola es su compromiso con las comunidades en las que estamos presentes y la creación de valor en la sociedad, aunque nuestro impacto va mucho más allá de las cifras”, se enorgullece Francesc Cosano, incidiendo

en la importancia que desde la compañía se otorga a la sostenibilidad y a un modelo de negocio basado en el crecimiento sostenible, lo que impulsó la puesta en marcha de la estrategia ‘Avanzamos’, que recoge los compromisos y objetivos de The Coca-Cola Company y de Coca-Cola European Partners en seis áreas de actuación: bebidas, envases, sociedad, agua, clima y cadena de suministro.

### CRECIMIENTO SOSTENIBLE

“Con ‘Avanzamos’ queremos conseguir un crecimiento sostenible del que puedan beneficiarse tanto los accionistas como los empleados y las comunidades en las que estamos presentes”, especifica Cosano, enumerando algunos de los objetivos que se ha impuesto la compañía con esta estrategia para 2025, como promediar una reducción del 10% de azúcar por litro en las bebidas, conseguir que el

50% de las ventas proceda de bebidas bajas en o sin azúcar, asegurar que el 100% de los envases sea reciclable o reutilizable, incorporar un 50% de PET reciclado en el *packaging*, reducir la huella ambiental y realizar una gestión responsable del agua, entre otras medidas.

“Queremos liderar la innovación en envases sostenibles, utilizando nuestra influencia para generar cultura de reciclaje; además, queremos convertirnos en un agente de cambio positivo que promueva la inclusión y el desarrollo económico de la sociedad”, subraya el entrevistado.

Y tras resaltar que la compañía cuenta con ocho fábricas en la región ibérica (de las que siete se encuentran en España) que reciben anualmente una inversión de 75 millones de euros, Cosano rubrica afirmando que “tenemos una visión clara del futuro, que, para Coca-Cola European Partners, pasa por continuar creciendo, aumentar nuestra competitividad y hacerlo de forma sostenible, siempre buscando el beneficio de la sociedad en su conjunto, entendiendo que nuestros clientes son nuestros socios principales y nos ayudan a atender las demandas de los consumidores”. ●



Coca-Cola cuenta con siete fábricas en España.