



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

Análisis del Enfoque de Economía Circular en The Coca-Cola Company: Estrategias y Resultados en Sostenibilidad

Corporación Universitaria Remington.
Nombre de la facultad: Ciencias Empresariales
Nombre del programa académico: Administración de Empresas

Duvis Pilar Rodríguez Rincón y Mónica Tatiana Benítez Gómez
Mg. Lina María Villa Henao (docente del seminario).
Seminario de Grado
Abril 2025

Tabla de Contenidos

Resumen.....	3
Marco conceptual y contextual	4
Marco Conceptual.....	4
Marco Contextual.....	5
1. Contexto General de la Empresa.....	6
1.1 Grupos de Interés y Comunicación.....	6
1.2 Sector Económico	7
1.3 Procesos que Realiza.....	8
1.4 Cobertura en el Mercado.....	9
1.5 Estrategia de Sostenibilidad.....	9
1.6 Economía Circular	10
1.7 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).....	11
2. Propuestas de Mejora.....	12
3. Desarrollo e implementación del aprendizaje.....	14
4. Conclusiones	16
Referencias.....	17

Resumen

The Coca-Cola Company es una multinacional líder en el sector de bebidas no alcohólicas, con presencia en más de 200 países y un amplio portafolio de marcas. Opera bajo un modelo de franquicias: Coca-Cola FEMSA en Colombia, se encargan de la producción y distribución. Enfrenta una competencia intensa con empresas como PepsiCo y Nestlé, y ha diversificado su oferta con productos bajos en azúcar y bebidas funcionales.

Los principales procesos de la empresa incluyen el desarrollo de productos, embotellado, distribución, marketing y control de calidad. Mantiene relaciones activas con sus grupos de interés (empleados, consumidores, proveedores, gobiernos y comunidades), comunicándose mediante informes, redes sociales y eventos institucionales.

En sostenibilidad, Coca-Cola ha implementado diversas estrategias, ha reducido el uso de agua en la producción, también busca devolver el 100% del agua utilizada en sus regiones, ya que cuenta con la herramienta Aqueduct 4.0, incorporando energías limpias y promoviendo el empoderamiento comunitario. La economía circular es un eje clave de su estrategia. Ha innovado en el diseño de envases reciclables y reutilizables, ha reducido el uso de plástico de un solo uso e impulsa sistemas de recolección y reciclaje. También desarrolla campañas de educación ambiental para fomentar el consumo responsable y la conciencia ecológica.

Este trabajo tiene como objetivo analizar cómo Coca-Cola integra el modelo de economía circular en su estrategia empresarial, destacando avances, desafíos y el impacto de estas acciones en la sostenibilidad.

Palabras clave

Sostenibilidad, economía circular, reciclaje, innovación, ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).

Marco conceptual y contextual

Marco Conceptual

Este trabajo se sustenta en tres pilares conceptuales fundamentales: sostenibilidad, economía circular y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estos conceptos proporcionan el marco teórico necesario para analizar las estrategias adoptadas por la empresa Coca-Cola en su compromiso con el desarrollo responsable.

En primer lugar, la sostenibilidad se define como la capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. En el ámbito empresarial, este concepto implica adoptar prácticas responsables que integren el crecimiento económico con la protección del medio ambiente y el bienestar social. La sostenibilidad exige un equilibrio entre la rentabilidad de las organizaciones y su impacto en el entorno.

Por otro lado, la economía circular representa un modelo económico alternativo al tradicional modelo lineal de “producir, usar y desechar”. Este enfoque busca optimizar el uso de los recursos disponibles mediante la reducción, reutilización, reciclaje y rediseño de productos y procesos. La economía circular promueve la eficiencia, minimiza los residuos y fomenta un uso más consciente y responsable de los materiales, lo que resulta clave para alcanzar una verdadera sostenibilidad.

Finalmente, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son una iniciativa global impulsada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el año 2015. Se componen de 17 metas interconectadas que abordan los principales desafíos sociales, económicos y ambientales que enfrenta la humanidad. Estos objetivos establecen una agenda común para el desarrollo sostenible a nivel mundial hasta el año 2030. En este contexto, las empresas

desempeñan un papel fundamental, ya que sus decisiones y acciones pueden contribuir significativamente al cumplimiento de estas metas a través de políticas de responsabilidad social, innovación sostenible y alianzas estratégicas.

Estos tres conceptos guían el análisis del presente trabajo, en el cual se examina cómo Coca-Cola ha incorporado estos principios en su estrategia empresarial para enfrentar los desafíos actuales y construir un futuro más sostenible.

Marco Contextual

La empresa seleccionada para este trabajo es **The Coca-Cola Company**, una organización multinacional con sede en Estados Unidos, fundada en 1886 y dedicada a la producción y comercialización de bebidas no alcohólicas. Coca-Cola opera en más de 200 países y es una de las marcas más reconocidas del mundo.

En el contexto colombiano y latinoamericano, Coca-Cola tiene una fuerte presencia a través de sus socios embotelladores como Coca-Cola FEMSA. Su impacto económico, social y ambiental en estas regiones es significativo, lo que hace relevante el análisis de su estrategia en torno a la sostenibilidad y la economía circular.

En los últimos años, la empresa ha redoblado esfuerzos para alinearse con los ODS y adoptar prácticas más sostenibles, en respuesta a la presión de consumidores, reguladores y organizaciones sociales. Este trabajo analiza dichas estrategias, sus resultados y oportunidades de mejora.

1. Contexto General de la Empresa

The Coca-Cola Company es una multinacional líder en la industria de bebidas no alcohólicas, con presencia en más de 200 países y un amplio portafolio de productos. La empresa opera mediante un modelo de franquicias, donde produce los concentrados y sus socios embotelladores se encargan de la fabricación, distribución y comercialización. En Colombia, Coca-Cola FEMSA lidera este proceso.

The Coca-Cola Company es una de las empresas más reconocidas a nivel mundial en el sector de bebidas. Fundada en 1886 en Atlanta, Estados Unidos, por John S. Pemberton, Coca-Cola ha evolucionado de una sola bebida a una empresa global con más de 500 marcas, incluyendo Fanta, Sprite, Schweppes, Powerade y otras.

A lo largo de los años, Coca-Cola ha construido una marca fuerte y una red de distribución altamente eficiente, lo que le ha permitido posicionarse como líder del mercado en múltiples países. Su propósito es “refrescar al mundo y marcar la diferencia”, mientras que su visión se centra en las personas, el portafolio de productos, los socios, el planeta y la productividad. Los valores que guían sus acciones son liderazgo, colaboración, integridad, responsabilidad, pasión, diversidad y calidad.

Entre sus procesos clave se encuentran el desarrollo de productos, embotellado, distribución, control de calidad y marketing. Coca-Cola mantiene relaciones activas con sus grupos de interés: empleados, consumidores, proveedores, gobiernos y comunidades, utilizando múltiples canales de comunicación, incluyendo informes de sostenibilidad y redes sociales.

1.1 Grupos de Interés y Comunicación

La compañía Coca -Cola tiene presente a cada parte de sus grupos de interés como lo son:

- Empleados: La empresa promueve programas de bienestar, desarrollo profesional y diversidad.
- Consumidores: Mantiene una comunicación directa mediante redes sociales, encuestas y atención al cliente.
- Proveedores y embotelladores: Relación estratégica basada en calidad, sostenibilidad y eficiencia.
- Gobiernos y reguladores: Cumplimiento estricto de leyes y regulaciones locales e internacionales.
- ONGs y comunidades: Coca-Cola apoya programas sociales y ambientales en diversas comunidades.
- Accionistas: Transparencia financiera y sostenibilidad a largo plazo son pilares clave.

La comunicación con los diferentes grupos de interés se lleva a cabo mediante diversos canales como informes, reportes, redes sociales, eventos y plataformas digitales. Estas herramientas permiten mantener informados tanto a los públicos internos como a la comunidad en general sobre las acciones, avances y compromisos de la empresa en materia social, ambiental y económico.

1.2 Sector Económico

Coca-Cola como una empresa posicionada a nivel global como nacional pertenece al sector económico de la industria manufacturera de bebidas no alcohólicas. Este sector se caracteriza por la producción y comercialización de refrescos, aguas embotelladas, jugos, bebidas energéticas y otras categorías.

La competencia es cambiante y dinámica. Entre sus principales rivales se encuentran PepsiCo, Nestlé, Red Bull y marcas locales en cada país donde esta posicionada esta empresa. El sector está cada vez más enfocado en la salud del consumidor, lo que ha impulsado a empresas como Coca-Cola a diversificar su portafolio con opciones bajas en azúcar, bebidas funcionales y productos naturales.

1.3 Procesos que Realiza

Coca-Cola opera bajo un modelo de franquicia, en el que la compañía produce los concentrados y jarabes, y estos son embotellados y distribuidos por socios embotelladores alrededor del mundo. En Colombia, por ejemplo, Coca-Cola FEMSA es el principal embotellador.

Los principales procesos incluyen:

- Desarrollo de productos.
- Producción y formulación de concentrados.
- Embotellado, empaquetado y etiquetado.
- Distribución y logística.
- Marketing y ventas.
- Gestión de calidad y control sanitario.

Todos estos procesos están soportados por tecnologías avanzadas, estrategias de mejora continua y cumplimiento normativo a nivel internacional.

1.4 Cobertura en el Mercado

Coca-Cola tiene una cobertura global, estando presente en más de 200 países. Su capacidad de distribución le permite llegar a los rincones más alejados del planeta, incluso en zonas rurales. En América Latina, especialmente en países como México, Brasil, Colombia y Argentina, Coca-Cola tiene una fuerte presencia y una participación dominante en el mercado. A través de alianzas con embotelladores locales, ha logrado adaptarse a las preferencias culturales y hábitos de consumo de cada región. El posicionamiento de marca está respaldado por campañas publicitarias memorables y una presencia constante en medios tradicionales y digitales.

1.5 Estrategia de Sostenibilidad

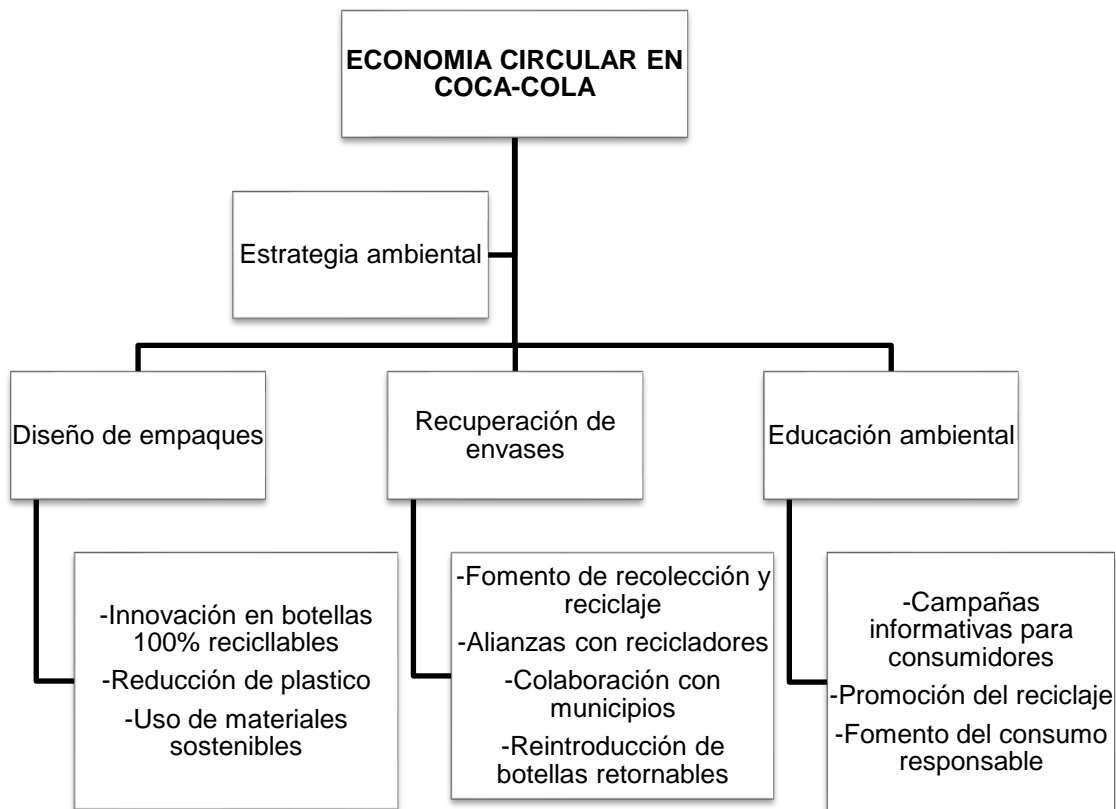
Coca-Cola ha desarrollado diversas estrategias orientadas a la sostenibilidad, entre ellas se destaca el programa “World Without Waste”, cuyo objetivo es recolectar y reciclar el equivalente al 100 % de sus envases vendidos para 2030. Sus principales acciones son:

- Fabricación de botellas con un porcentaje de material reciclado.
- Promoción del reciclaje y la economía circular.
- Reducción del uso de agua en la producción mediante tecnologías más eficientes.
- Inversión en energías limpias en sus plantas embotelladoras.
- Programas de empoderamiento económico para mujeres y jóvenes en comunidades vulnerables.

Coca-Cola también publica su Reporte de Sostenibilidad cada año, donde informa sobre avances, desafíos y compromisos en temas ambientales, sociales y de gobernanza (ESG).

1.6 Economía Circular

La economía circular forma parte fundamental de la estrategia ambiental de Coca-Cola. Sus esfuerzos se enfocan en:



Coca-Cola también participa en plataformas de colaboración como The Ellen MacArthur Foundation, dedicada a promover la economía circular a nivel global. Coca-Cola ha adoptado diversas estrategias en línea con su compromiso con la sostenibilidad y la economía circular. En cuanto al diseño de empaques, la empresa ha innovado con botellas 100 % reciclables, ha trabajado en la reducción del uso de plástico virgen y ha incorporado materiales sostenibles en sus envases. Paralelamente, impulsa la recuperación de envases mediante alianzas con recicladores, organizaciones locales y municipios, promoviendo sistemas de recolección y

reciclaje más eficientes. En materia de reutilización, en varios países Coca-Cola ha reintroducido las botellas retornables, con el objetivo de reducir los residuos y extender la vida útil de los envases. Además, la compañía desarrolla campañas de educación ambiental, orientadas a consumidores, con el fin de fomentar el reciclaje, el consumo responsable y la conciencia sobre el impacto ambiental de los desechos.

1.7 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Coca-Cola ha alineado su estrategia con varios ODS definidos por la ONU. Entre los más destacados:

Tabla 1 Objetivos ODS COCA-COLA

OBJETIVOS ODS COCA-COLA			
ODS 6: Agua limpia y saneamiento.	ODS 12: Producción y consumo responsables.	ODS 13: Acción por el clima.	ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.
Coca-Cola ha trabajado para devolver a las comunidades la totalidad del agua utilizada en sus procesos de producción mediante sistemas de tratamiento, conservación y acceso a fuentes de agua potable	A través de sus programas de reciclaje y eficiencia energética, Coca-Cola promueve un consumo responsable y sostenible	Ha reducido su huella de carbono mediante el uso de energía renovable, eficiencia en transporte y refrigeración ecológica.	La compañía colabora con gobiernos, ONGs, empresas recicladoras y comunidades para lograr objetivos comunes de sostenibilidad

Fuente: Elaboración Propia

2. Propuestas de Mejora

Aunque Coca-Cola ha realizado avances significativos, se pueden proponer algunas acciones complementarias, que pueden ser adoptadas para el consumo y gestión de residuos ya que la economía circular nos promueve a que todos seamos sostenibles para mejorar el impacto ambiental que se está viviendo día a día.

Nos enfocamos en dos propuestas de mejora las cuales son:

- **Fortalecer la logística en el proceso de reciclaje en botellas de vidrio:** El vidrio es un material importante en nuestro día a día, es un aliado que contribuye al cambio climático para fortalecer un futuro más sostenible.

Principales ventajas del vidrio:

1. Se reduce el consumo de energía en su fabricación
2. Reduce el espacio en la fabricación ya que se cuentan con moldes.
3. El vidrio se puede procesar varias veces y no afecta sus propiedades.
4. Se evita la extracción de nuevas materias primas.
5. Reducción de emisiones del CO₂.

Principales ventajas de la etiqueta de las gaseosas:

Como es de conocimiento la mayoría de las gaseosas traen etiquetas donde se marcan el producto, sabor, ingredientes y cantidad.

Un aspecto de mejora sería darle sostenibilidad creando proyectos para público en general, generando esparcimiento con la familia.

1. Crear álbumes de fotos y o tarjetas de regalo.
2. Educación y aprendizaje: enseñar de manera clara el nuevo uso que podemos darle a las etiquetas.

3. La reutilización puede generar la obtención de materiales para proyectos creativos

4. Inclusión Social: permite que todos nos podamos divertir generando nuevas oportunidades laborales.

- **Fomentar más el uso de botellas retornables:** teniendo en cuenta que esto es algo que ya realizan, pero que en unos países están más desarrollado que en otros. A nivel global, solo el 14 % de las bebidas de Coca-Cola se venden en envases retornables (Economía Sustentable, 2023). Sin embargo, en América Latina, la compañía ha logrado avances significativos: en 2021, el 34 % del volumen de ventas en la región correspondió a envases retornables (Volando, 2023).

Chile se destaca como líder en Sudamérica, con aproximadamente el 40 % de las bebidas vendidas en envases retornables, ubicándose como el segundo país a nivel mundial en este aspecto, solo superado por Alemania (Chócale, 2022).

Ampliar esta práctica en mercados emergentes no solo ayudaría a reducir en mayor proporción la cantidad de residuos plásticos que se producen y que contaminan el suelo y los mares, sino que también podría representar un ahorro en costos de producción y distribución a largo plazo para la compañía de Coca-Cola. Además, al incentivar a los consumidores a devolver las botellas para su reutilización por ejemplo mediante campañas, se promueve una mayor conciencia ambiental y se fortalece el vínculo entre la marca y las comunidades locales “grupos de valor”. Es una medida que, bien implementada, puede tener un impacto positivo tanto en el medio ambiente como en la imagen de la empresa.

3. Desarrollo e implementación del aprendizaje

Durante el desarrollo del presente informe, se aplicaron los conceptos adquiridos en el seminario sobre sostenibilidad, economía circular y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), enfocándonos en el análisis del caso de The Coca-Cola Company y la economía circular que la empresa aplica. Esta empresa representa un ejemplo notable para evaluar cómo una organización de escala global puede integrar principios de economía circular en sus procesos productivos y estratégicos.

Uno de los principales aprendizajes aplicados fue la identificación de los flujos de materiales dentro del ciclo de vida del producto, permitiendo detectar puntos donde es posible reducir residuos, reutilizar materiales y fomentar el reciclaje. En el caso de Coca-Cola, se estudió su estrategia “World Without Waste” (Un mundo sin residuos), la cual tiene como objetivo recolectar y reciclar el equivalente al 100% de los envases que pone en el mercado para 2030. Esta meta refleja una clara implementación del modelo de economía circular, centrado en el cierre del ciclo de los productos plásticos y la reutilización de estos.

Durante la ejecución del análisis se elaboró una tabla de relaciones entre las acciones de sostenibilidad de Coca-Cola y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. A continuación, se presenta la **Tabla 2**, donde se contrasta esta información con otras marcas del sector, lo que permite visualizar el progreso relativo de la empresa en el contexto de la economía circular.

Tabla 2 comparación de coca cola y otras empresas

Empresa	Meta de reciclaje/recolección	Uso de PET reciclado (rPET)	Innovaciones circulares destacadas	ODS vinculados
Coca-Cola	Recolectar y reciclar el 100% de sus envases para 2030	59% en botellas en Europa (2023)	Botellas 100% rPET en varios países, sistema de depósito y retorno (SDR)	ODS 6, 12, 13, 17
PepsiCo	Eliminar plástico virgen de origen fósil para 2030	20–30% promedio global (2023)	Envases compostables y reutilizables, inversión en reciclaje avanzado	ODS 9, 12, 13
Nestlé Waters	Usar 50% rPET en todas sus botellas para 2025	45% en Europa (2023)	Tapas unidas al envase, campañas de recolección comunitaria	ODS 6, 12, 13

Fuente: Reportes de sostenibilidad 2022–2023 de cada empresa, Fundación Ellen MacArthur, y sitios corporativos oficiales.

Esta comparación permite verificar que la empresa Coca-Cola es una de las compañías que más impulsa en el desarrollo de estrategias para la economía circular, aunque aún enfrenta desafíos en cuanto a la reducción del uso de plásticos vírgenes y la promoción del consumo responsable, pero espera seguir implementando mejora continua a sus ciclos de vida del plástico que utiliza en sus embotellados logrando una disminución del mismo.

4. Conclusiones

A lo largo de este trabajo se aprendió que la economía circular es una manera de reflexionar y actuar que busca proteger el entorno al utilizar los recursos de forma más eficiente. En vez de consumir y desechar como es lo normal que hacemos, la economía circular sugiere reducir, reciclar y reutilizar, así le estamos dando una segunda vida a los materiales y productos.

Coca-Cola es un referente global no solo en el sector de bebidas, sino también en sostenibilidad corporativa. A través de sus programas de reciclaje, eficiencia en el uso del agua y alineación con los ODS, demuestra un compromiso serio con el medio ambiente y las comunidades.

No obstante, los desafíos actuales exigen una evolución constante. Las empresas como Coca-Cola tienen una gran responsabilidad e influencia, por lo tanto, es vital que continúen innovando, colaborando y adaptándose a un modelo de negocio cada vez más circular y sostenible.

Aunque la empresa ha avanzado notablemente, aún puede fortalecer su estrategia mediante una mayor implementación de envases retornables, el ecodiseño, y el impulso a programas de educación ambiental.

Esta economía nos enseña que todos tenemos un papel que desempeñar: desde las grandes corporaciones hasta las personas en su vida cotidiana. Adoptar prácticas más sostenibles y respaldar productos y marcas que se comprometen con el medio ambiente es un paso fundamental hacia un mundo mejor.

Referencias

- ✓ Coca-Cola Company. (2023). Informe de sostenibilidad 2022-2023. <https://www.coca-colacompany.com/sustainability>
- ✓ Coca-Cola FEMSA. (2023). Reporte de sostenibilidad. <https://www.coca-colafemsa.com/sostenibilidad/>
- ✓ Fundación Ellen MacArthur. (s.f.). Economía circular. <https://ellenmacarthurfoundation.org/>
- ✓ Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://sdgs.un.org/es/2030agenda>
- ✓ Naciones Unidas. (s.f.). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- ✓ PepsiCo. (2023). Reporte de sostenibilidad. <https://www.pepsico.com/sustainability>
- ✓ Fuenzalida, G. (2022). *Chile lidera el uso de botellas retornables en Sudamérica*. Chocale. <https://chocale.cl/2022/06/chile-lidera-el-uso-de-botellas-retornables-en-sudamerica/>
- ✓ Economía Sustentable. (2023). *Coca-Cola: solo el 14% del total de sus bebidas se vendió en envases retornables*. Economía Sustentable. <https://economiasustentable.com/noticias/coca-cola-solo-el-14%25-del-total-de-sus-bebidas-se-vendio-en-envases-retornables/>
- ✓ Volando. (2023). *Latinoamérica se convierte en el mercado líder a nivel global en el uso de envases retornables*. <https://www.sanjosevolando.com/ambiente/latinoamerica-se-convierte-en-el-mercado-lider-a-nivel-global-en-el-uso-de-envases-retornables/>
- ✓ The Coca-Cola Company. (2023). *Sustentabilidad Coca-Cola*. The Coca-Cola Company. <https://www.coca-cola.com/co/es/sustainability#accordion-b4e361e455-item-7adeddd41>
- ✓ Coca-Cola Company. (2023). *Business & Sustainability Report 2022/2023*. <https://www.coca-colacompany.com/sustainability>
- ✓ PepsiCo. (2023). *PepsiCo Environmental, Social and Governance (ESG) Summary 2022/2023*. <https://www.pepsico.com/sustainability/esg-summary>
- ✓ Nestlé Waters. (2023). *Nestlé Waters Sustainability Report 2022*. <https://www.nestle-waters.com/media/publications/sustainability-reports>