

Buenos días estimados directores de Coca- cola,

Les escribimos este correo, pues tras realizar un exhaustivo estudio mi compañera y yo sobre su compañía, en el cual demostramos como ustedes contribuyen a perjudicar el medioambiente, acabando en el fondo de todo este asunto con pruebas que afirman sus engaños, mentiras, falsedades y su falta de compromiso, hemos decidido mostrar nuestro malestar, pues esto nos parece injusto e irracional que sus acciones no hayan tenido severas represalias hacia ustedes:

En primer lugar, a principios de 2018 iniciaron una campaña llamada «Un mundo sin residuos», la cual consistía en recolectar y reciclar una botella o lata por cada una que vendieran para 2030. A día de hoy, el plástico sigue muy presente en sus empaques, liderando el ranking de compañías más contaminantes en material plástico según un informe elaborado por la ONG Break Free From Plastic. Durante cuatros años consecutivos han ido encabezando la clasificación mundial de producción de plásticos, con una fabricación de 120.000 millones de botellas plásticas de un solo uso y empleando combustibles fósiles para fabricar el 99% de ellas. De hecho, en estos últimos años ha incrementado sus residuos, hasta llegar a más que duplicarlos. Si en el 2018 contabilizaban 9.216 millones de piezas, el año pasado habrían alcanzado la cifra de 19.826 millones. Aparte de los anteriores sucesos, estos días anunciaron que fabricarían 75 millones de botellas con el tapón adherido al envase hasta final de año. Pese a estos mensajes, ecologistas, asociaciones y nosotras mismas manifestamos nuestras dudas acerca de la propuesta planteada. Primero, porque el material del tapón no es el mismo que el de la botella, por lo que se desgastan a diferente ritmo; segundo, porque en España no hay suficientes recicladores para producir PET reciclado con calidad suficiente para reincorporarse de nuevo al mercado.

En segundo lugar, 'Hagámoslo Juntos' fue una nueva campaña que plantearon para las bases de un futuro sostenible de la mano de nosotros, los consumidores y ustedes, pero ¿cómo podríamos hacerlo juntos si quien plantea la propuesta, no ha sido capaz de cumplir sus anteriores promesas?

Así fue como el primer incumplimiento ocurrió en la década de 1990, relativo al anuncio de que para el mercado de EEUU, sus envases contendrían un 25% de plástico reciclado. El objetivo se fue reduciendo y aplazando hasta que su informe de 2006 mostró que sólo utilizaban un 3,6% de PET recuperado de los envases. En 2008 renovaron su compromiso incumplido, fijando el año 2015 como fecha límite, añadiendo el propósito de incorporar, en un alarde de contabilidad creativa, material renovable a los envases; cinco años después de la fecha límite que ustedes mismos plantearon se han reportado solo el uso de un 6% de material reciclable.

Hoy en día, siguen sin alcanzar la promesa que anunciaron en la década de 1990. Al igual que en 2008, también se comprometieron en recuperar el equivalente a la mitad de todas las latas y botellas que vendían anualmente. Para 2010 sólo habrían recogido el 36%. En 2014, sin aclarar cómo y sin ninguna justificación, se calculó que la cifra habría llegado al 48%. Y finalmente en 2019, con varios trucos de contabilidad creativa donde los datos se refieren a todo tipo de materiales y no solamente botellas de plástico, la cifra alcanzada estaba en un 60%.

Incluso llegaron hasta un punto de empezar a mentirnos, tomando como ejemplo su informe de Sostenibilidad de España publicado en el 2021, en el cual decían explícitamente: “utilizamos menos plástico y eliminamos envases innecesarios”, lo cual no es cierto a la vista de los anteriores datos.

Y, por último, en una entrevista con la BBC durante la reunión anual del Foro Económico Mundial en Davos, Bea Pérez, la vicepresidenta senior de sostenibilidad y relaciones institucionales, dijo: “El negocio no funcionará si no nos adaptamos a los consumidores”, dando a entender que la culpa de que ustedes no cambien su manera de usar otros recursos para crear productos más sostenibles es culpa nuestra. Extravagantes acusaciones dirigidas a sus clientes, cuando hace menos de un año internautas por medio de redes sociales, se organizaron para llevar a cabo un boicot en contra de su compañía, debido a la explotación de los recursos naturales que ustedes realizaban.

Aquí en España vemos la preocupación de su empresa en vincular su imagen al cuidado del medio ambiente, con campañas como "Mares Circulares", pero las evidencias muestran que son incapaces de cumplir los compromisos voluntarios que anuncia a bombo y platillo a la vez que boicotean la legislación que podría mejorar los sistemas de recogida, tratamiento y reciclaje de residuos, prefiriendo un modelo lineal, con envases de usar y tirar, que rellenan y transportan a larga distancia a un precio que no incorpora el coste de los impactos ambientales y sociales que causan.

En conclusión, si en algún momento empezaran a razonar sobre sus actos, diríamos que el primer paso para que se retractasen, sería pedir perdón por sus mentiras, difamaciones, falsas promesas y sobre todo por el daño que han estado causando todos estos años, perjudicando el medioambiente. Y más adelante, empezar a comprometerse con lo prometido, haciendo en boca las propias palabras que ustedes mismos dijeron, publicitaron y aprovecharon para crear una falsa imagen de sus verdaderas intenciones con la finalidad de que les acabara beneficiando.

Sin otro particular, nos despedimos,

Antía y Lucía.