

Desafíos en la sustentabilidad y mayor eficiencia en procesos

Para este año se planea la construcción de una nueva planta modular en Brasil que busca expandir la capacidad productiva de la firma.



De izquierda a derecha: José Luis Solorzano, Jaime Cohen, Cecilia Facetti, Miguel Ángel Peirano, Alejandro Zalaquetti, Javier Urrutia, Sebastián Tagle, Alejandro Vargas, Andrés Walner, Rodrigo Marticorena, Gonzalo Muñoz, Alberto Moreno, Rodolfo Peña, Tomás Vedoya y Germán Garib.

Al igual que en 2014, este año, Coca-Cola Andina continúa liderando el ranking de las empresas más admiradas del país. Por ello, la estrategia de la compañía continuará el plan trazado hace tres años, que busca aumentar la productividad en las operaciones con procesos de venta, productivos y logísticos cada vez más eficientes.

Uno de los desafíos de la compañía para este ejercicio, es la construcción de una nueva planta modular en Brasil, en la ciudad de Duque de Caixas. El vicepresidente ejecutivo de la firma, Miguel Ángel Peirano, expresa que "esta planta nos permitirá continuar expandiendo nuestra capacidad productiva y logística, tanto en empaques retornables como no retornables, asegurando la correcta y eficaz atención a nuestros clientes. Al mismo tiempo, tendremos una línea de agua mineral, lo que sin duda reforzará la presencia que hoy tenemos en este mercado", expresa.

En tanto, en Chile, mantendrá el foco en el Plan Transformacional que busca mejorar la operación de forma global, mientras que en Argentina continuarán expandiendo la implementación del *Route Market*, que busca incrementar el mix de azúcar cruda que utilizan en los procesos, con el

objetivo de capturar mayores ventajas de la planta de azúcar construida en 2012. Además, en Paraguay desplegarán la misma estrategia, con el fin de asegurar los niveles de servicio y atención a clientes, aumentando el mix de venta directa de productos.

La estrategia

"Coca-Cola Andina se maneja con una planificación detallada de sus finanzas, para asegurar que nuestras inversiones cumplan los objetivos de hacer más eficientes las operaciones incrementando su productividad y que busquen expandir el negocio en forma sustentable", sostiene el ejecutivo.

Añade que la firma ha fortalecido la huella geográfica, iniciando un ciclo de expansión inorgánica que derivó

en la exitosa fusión con Embotelladoras Coca-Cola Polar -que opera en Argentina, Chile y Paraguay- la adquisición del 40% de Sorocaba Refrescos y la adquisición del 100% de Companhia de Bebidas Ipiranga, ambas en Brasil.

"Hoy operamos en cuatro países y más del 70% de nuestro Ebitda es generado por las franquicias que operamos fuera de Chile, diversificando nuestro riesgo y transformándonos en una compañía regional", destaca Peirano.

Es así como en 2014, el Ebitda generado por Coca-Cola Andina alcanzó \$ 289.740, lo que representa un crecimiento de 13,8% respecto del año anterior.

En cuanto a la imagen corporativa,

la firma ha trabajado en distintas áreas con el fin de reforzar mensajes clave, tanto al interior de la compañía como al exterior, afianzando la comunicación y despliegue de la misión, visión y valores en todas las operaciones, permitiendo establecer en los colaboradores y en los stakeholders una identidad única, enfocada en los modelos de excelencia en la ejecución y eficiencia operativa.

"Deseamos continuar siendo reconocidos como un gran lugar para trabajar y seguir robusteciendo nuestra capacidad para atraer, comprometer, desarrollar y promover a las mejores personas, buscando ampliar la diversidad de nuestro talento", señala el ejecutivo.

En tanto, la sustentabilidad es un tema abordado de forma integral por la compañía, entendiendo que el mayor valor social es generado cuando se actúa sustentablemente, en el desarrollo de los procesos logísticos, productivos y comerciales. En este sentido, el cuidado del agua, la energía y el medio ambiente están dentro de las prioridades, fomentando un clima de trabajo y cultura de vida sana y activa para el desarrollo de los colaboradores, a través del incentivo al deporte con gimnasios en las plantas, y extendiéndolo a las comunidades



VARIABLES EVALUADAS	NOTA DE 1 A 7
SOLIDEZ FINANCIERA	6,60
Gobierno de la Empresa	6,10
Calidad de Servicio y/o Producto	6,50
Imagen Corporativa	6,50
Capacidad de Innovación	6,30
Transparencia	6,20
Sustentabilidad	6,70

FUENTE: PWC, 2015

donde opera la compañía con actividades locales, torneos deportivos y la construcción de canchas de fútbol y áreas de deportes.

"Buscamos liderar el mercado de las bebidas siendo reconocidos por nuestra gestión de excelencia, personas y cultura acogedora. Los valores que nos identifican son la integridad, el trabajo en equipo, la actitud, la austeridad, la orientación a resultados y el foco en el cliente" indica Miguel Ángel Peirano.