



EL PODER DEL CONSUMIDOR

Médico que trabaja en comunidades indígenas de Chiapas, uno de los estados más golpeados por el consumo de Coca-Cola, exige que la empresa transparente sus actividades a nivel global

- *En reunión anual de Coca-Cola, accionistas responsables exigen prácticas corporativas consistentes con los valores corporativos declarados de diversidad, inclusión, equidad y transparencia.*
- *Prácticas cuestionadas incluyen la agresiva publicidad de bebidas no saludables dirigida a poblaciones afroamericanas y latinas, así como el financiamiento de influencia y cabildeo político a nivel mundial sin un reporte sustantivo a sus accionistas.*
- *El Consejo Directivo de Coca-Cola recomendó a sus accionistas votar NO frente a estas peticiones de ejercicios, auditorías y reportes de información y transparencia en el interés público.*

Ciudad de México, 25 de abril 2023.- Hoy, en la asamblea anual de inversionistas de Coca-Cola, accionistas presentaron cinco propuestas, cuatro de ellas en torno a las actividades políticas de la empresa, con el fin de que transparenten su financiamiento y acciones de incidencia política mediante su filantropía, patrocinio de la ciencia, cabildeo y otras actividades. Los inversionistas representan más de 140,000 millones de dólares activos combinados.

Las propuestas votadas esta mañana giran en torno a: conocer el impacto de sus prácticas corporativas en empleados y poblaciones de color (afroamericanos, latinos, etc.); el desajuste de valores en su gasto político y ambiental; cabildeo, políticas corporativas o acciones que buscan limitar los derechos reproductivos de las mujeres; y la falta de transparencia en torno a sus actividades políticas globales.

El Dr. Marcos Arana de la Defensoría del Derecho a la Salud/CCESC, quien trabaja en comunidades indígenas en Chiapas, fue el responsable de presentar los argumentos sobre la importancia de [la iniciativa de transparencia en torno a sus actividades políticas globales](#). Arana declaró que “Por mi trabajo en regiones indígenas, puedo constatar que la falta de transparencia política de Coca-Cola no solo tiene implicaciones que deben preocupar a sus accionistas, sino que están asociadas con la vida y la muerte.”

Continuó, “La larga trayectoria de actividad política de Coca-Cola en México, y de su subsidiaria mexicana FEMSA – con su oposición al impuesto a refresco, a un mejor etiquetado frontal, y su continua maniobra política para seguir sobreexplotando las reservas de agua en San Cristóbal, Chiapas – sigue provocando una reprobación de la población”.

Agregó que una encuesta reciente reveló que un tercio de los niños indígenas se les da Coca-Cola antes de que cumplan un año. En Chiapas, debido al agresivo marketing, es más fácil encontrar Coca-Cola que cualquier alimento sano. El alto consumo adictivo de Coca-Cola contribuye a aumentar las tasas de mortalidad y diabetes entre las comunidades indígenas. De las ventas a esta población la empresa obtiene gran parte de sus ingresos.



EL PODER DEL CONSUMIDOR

“Es importante que los accionistas y el público entienden que una parte significativa de los gastos políticos de Coca-Cola en México son deducibles de impuestos. La mayor cantidad que gasta en premios, donativos y otras acciones de responsabilidad corporativa empresarial (RSE) con motivos políticos, menos impuestos paga la corporación. Este mero hecho implora la necesidad de más transparencia. La corporación intenta ocultar una crisis de salud alimentado por Coca-Cola y la necesidad de mejores leyes de salud... y está siendo premiado por sus esfuerzos.”

“Al dejar de revelar su financiamiento político, Coca-Cola está diciendo al público que tiene algo que esconder. Quiere esconder cómo está poniendo en riesgo el acceso al agua para los residentes de San Cristóbal de las Casas, Chiapas. Quiere esconder el daño que sus agresivas prácticas comerciales han desatado sobre la salud de niñas y niños indígenas. Quiere esconder su cabildeo y sus acciones de responsabilidad corporativa social que nos impiden de enfrentar estas amenazas. ¿Quién se sentiría bien invertir en una corporación que tiene tanto que esconder?” declaró Arana a los accionistas. (Ver discurso completo ante los accionistas y el Consejo Directivo de Coca-Cola [aquí](#).)

Las actividades políticas de Coca-Cola se enfrentan a un mayor escrutinio a nivel mundial ya que patrocina conversaciones sobre cambio climático y desempeña un papel destacado en la conferencia mundial del agua de las Naciones Unidas así como conversaciones sobre el tratado de plásticos, siendo un importante productor de plásticos de un solo uso.

Arana expuso a los accionistas de Coca-Cola cómo la captura de la política en México por la corporación Coca-Cola es conocido y documentado ante la opinión pública, mediante la investigación e reportaje de [Las fichas de Coca-Cola](#), que recientemente recibió [el Premio Internacional de Periodismo FETISOV 2022 por excelencia en periodismo de investigación](#).

A esto se suma el pronunciamiento de instituciones de protección a la infancia del gobierno así como agencias internacionales que han manifestado la necesidad que la infancia se desarrolle en entornos saludables, además rechazaron el conflicto de interés e interferencia de este tipo de industrias en las políticas públicas a favor de la salud.

Finalmente el Dr. Arana cerró su participación declarando: “Por el bien de los niños de Chiapas y por la integridad de esta corporación y su inversión en ella: Les pido amablemente que apoyen [esta resolución](#), así como la lista completa de propuestas complementarias de los accionistas que hoy tienen ante ustedes”.

Entretanto, el Consejo Directivo de Coca-Cola recomendó a sus accionistas votar en contra del conjunto de las recomendaciones propuestas por sus propias accionistas que llamaban al corporativo hacer investigaciones, auditorías y/o informes públicos de transparencia en torno a sus acciones políticas que afectan la diversidad, inclusión y equidad en los Estados Unidos y políticas en otros países del mundo. En la votación hoy, las iniciativas recibieron la aprobación de entre 13 y 30% de las acciones de la corporación, faltando la mayoría requerida para su adopción pero enviando un fuerte mensaje a la compañía, sus accionistas y el mundo que hay una demanda dentro y fuera de la empresa de reconocer las implicaciones de su acción y financiamiento político y transparentarlas.

Contacto prensa:

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686; Diana Turner cel. 55-8580-6525;
Denise Rojas cel. 55-1298-9928