



EL PODER DEL CONSUMIDOR

## ¡ALERTA QUERÉTARO! CARAVANA COCA-COLA VULNERA DERECHOS DE NIÑAS Y NIÑOS Y VIOLA LA LEY

- *La Caravana Coca-Cola en Querétaro representa una de las más persuasivas estrategias publicitarias dirigida a la infancia al apropiarse y capturar potentes símbolos y valores culturales que asocian al consumo de su bebida, producto que tiene un grave impacto en la salud de la población.*
- *La ley establece que no puede realizarse publicidad de alimentos y bebidas no saludables a la infancia utilizando personajes y elementos atractivos para la infancia.*
- *Las autoridades que autoricen estas caravanas estarán infringiendo el Reglamento a la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.*

**21 de noviembre de 2025.-** La realización de la Caravana Navideña Coca-Cola es una violación a la ley que atenta contra la salud de las niñas y niños de Querétaro, afirmó Alejandro Calvillo director de El Poder del Consumidor (EPC) y añadió que este evento es **la estrategia publicitaria más perversa, persuasiva, poderosa y agresiva dirigida a la infancia, aprovechándose de su vulnerabilidad e inexperiencia, violando su derecho a la salud y violentando el interés superior de la niñez.**

Se reconoce que el uso de personajes y elementos atractivos para las infancias son las herramientas más efectivas para generar en niñas y niños la asociación de esos personajes y elementos con el consumo de los productos publicitados. ¿Qué personajes y elementos pueden tener un mayor simbolismo y asociación con valores positivos como el que tiene Santa Claus, los osos polares, los duendes y demás elementos de la Navidad para promocionar un producto no saludable?, preguntó EPC.

En relación con las declaraciones de la secretaria de Turismo del estado, Adriana Vega Vázquez Mellado, respecto a que esta Caravana Coca-Cola continuará realizándose en Querétaro y negó que se trate de un llamado al consumo de bebidas azucaradas para niñas y niños apuntando que, “estos eventos representan espacios de convivencia” y “no promueven el consumo de bebidas azucaradas”, Paulina Magaña, coordinadora de Salud Alimentaria de la organización, señaló que la funcionaria tiene un profundo desconocimiento sobre el impacto de la publicidad en la infancia, del significado que puede tener para una niña o un niño ver a Santa Claus tomando Coca-Cola, una gran ignorancia sobre el poder persuasivo de este tipo de publicidad sobre las infancias, que se aprovecha de su vulnerabilidad normalizando e incitando al consumo de una bebida con un grave daño en salud.

Explico EPC que las Caravanas de Coca-Cola se presentan en México como un espectáculo navideño con desfiles de camiones iluminados, música, espectáculos, juegos y personajes entrañables que recorren las calles de las principales ciudades del país mostrando su logo, marca y productos. A primera vista, parece un desfile navideño que reúne a la familia, sin embargo, detrás de esta fachada, **se despliega una estrategia publicitaria penetrante, agresiva y bien orquestada**, apropiándose y capturando la festividad para lograr un mayor consumo de sus productos, especialmente en niñas, niños y adolescentes.

En México, se toman en promedio 163 litros de refresco por persona al año, uno de los índices más altos del mundo. Estudios científicos revelan que el consumo de estos productos es causa de 40,000 muertes. Actualmente, 1 de cada 3 casos nuevos de diabetes son asociados a bebidas



EL PODER DEL CONSUMIDOR

azucaradas y 1 de cada 7 nuevos casos de enfermedades cardiovasculares. Se calcula que el consumo de bebidas azucaradas en México provoca más de 230 mil nuevos casos de diabetes y enfermedades cardiovasculares cada año. No hay sistema de salud que pueda lidiar con esos daños.

Finalmente, Paulina Magaña destacó que las actividades de publicidad de Coca-Cola representan graves violaciones a los derechos a la salud y alimentación de la niñez que deben garantizar que ésta tenga acceso y goce de ambientes saludables y un mayor nivel de bienestar. **En este sentido, se demandó que las autoridades de Querétaro respeten los derechos y el interés superior de la niñez, así como cumplir el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad** que prohíbe cualquier estrategia de marketing dirigida a la niñez para promocionar productos no saludables, como el uso de personajes, concursos o regalo en cualquier producto que contengan sellos o leyendas de advertencia y en coherencia con la legislación, **cancelen la realización de esta Caravana Coca-Cola.**

**Contacto prensa:**

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686;

Diana Turner cel. 55-8580-6525;

Denise Rojas cel. 55-1298-9928