

DAÑAN LA SALUD Y VIOLAN LA LEY EL RECuento DE LAS CARAVANAS COCA-COLA

- *La temporada de Caravanas Navideñas de Coca-Cola 2025 ha enfrentado, por primera vez, la cancelación de autorizaciones a varios de sus recorridos en ciudades del país, en razón de que violan la ley que protege a la población infantil de publicidad de productos que representan un riesgo a la salud.*
- *Denuncian a la COFEPRIS por ser la autoridad responsable de hacer cumplir el Reglamento a la Ley General de Salud en Materia de Publicidad que establece la prohibición de este tipo de publicidad.*

Ciudad de México, 10 de diciembre de 2025.- **Hasta el momento, en cuatro estados y ciudades del país (Puebla, Chiapas, Tabasco y Mexicali) se han cancelado las Caravanas Navideñas de Coca-Cola con el fin de proteger el derecho y la salud de niñas y niños; en contraparte en siete estados y ciudades (Querétaro, Acapulco, Monterrey, Morelia, Saltillo, Ciudad Juárez y Guanajuato) ya se realizaron dichos eventos. En estas últimas, los eventos se han realizado con complicidad de las autoridades locales al violar el artículo 24 Bis del Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad** donde se menciona de manera clara la prohibición de la publicidad de productos no saludables que usen personajes y elementos atractivos para niñas y niños. Se señala la responsabilidad de la COFEPRIS que es la encargada de hacer cumplir este reglamento.

La Secretaría de Salud por medio de la Subsecretaría de Políticas de Salud y Bienestar Poblacional realizó un llamado a las autoridades sanitarias estatales y municipales para evitar la promoción de bebidas azucaradas durante eventos navideños, como lo es la Caravana Navideña de Coca-Cola. Les invita a cumplir con sus atribuciones legales y alinear los esfuerzos nacionales para enfrentar la crisis de salud pública. En dicho llamado menciona la crisis derivada por el alto consumo de bebidas azucaradas. Estudios recientes reconocen que el consumo de éstas bebidas en México es responsable, cada año, de 230,000 casos nuevos de diabetes y enfermedades cardiovasculares⁽³⁾. Las niñas y niños son los principales consumidores de estos productos, el 90% lo hace de forma habitual ⁽⁴⁾ y se proyecta que 1 de cada 2 niñas, niños y adolescentes van a desarrollar diabetes en la edad adulta temprana⁽⁵⁾.

El Poder del Consumidor, mencionó que hubo estados como el de Tabasco, que a través de la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico, informó que “en atención a una recomendación de la autoridad federal en materia de salud, la Caravana Coca-Cola se cancelaría y en su lugar invitaron a realizar una Caravana Navideña con la participación de escuelas, organizaciones y la comunidad en general”.

En contraste y de forma lamentable, la secretaria de Turismo de Querétaro, Adriana Vega Vázquez Mellado, aseguró que “la Caravana Coca-Cola continuará realizándose en Querétaro y negó que se trate de un llamado al consumo de bebidas azucaradas a niñas y niños” refiriendo que se trataba de un acto comunitario.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), así como el Fondo de Naciones Unidas por la Infancia (UNICEF) reconocen al uso de personajes y elementos atractivos para la infancia, como Santa Claus, los duendes, las botargas de osos polares, los camiones iluminados, etc, como la estrategia publicitaria más efectivas dirigidas a la infancia porque éstos elementos generan en niñas y niños una relación de afecto y atracción, lo que se traduce en afinidad al consumo de los

productos ⁽¹⁾. Expertos mencionan que la publicidad que no se reconoce como tal, que se viste de acto comunitario y se apropia de valores culturales, es la más efectiva porque se aloja en el inconsciente, se integra de forma natural, genera credibilidad, hace conexiones emocionales con la marca y termina por influir en las decisiones de compra a lo largo de la vida ⁽²⁾. **Coca-Cola desde hace más de tres décadas enfoca su publicidad en asociar la Navidad con el consumo de productos para crear aceptación de la marca y su gama de productos mismos que son dañinos para la salud poblacional. Lo anterior, a pesar de que desde 2008 se comprometió ante la OMS a no realizar publicidad a menores de 12 años y lo afirma así en su página web. Viola la ley y sus propios compromisos.**

Recuento de las Caravanas Navideñas de Coca-Cola al cierre del 2025

- **Caravanas canceladas.** Las autoridades estatales de Puebla, Chiapas, Tabasco y Mexicali anunciaron la cancelación para atender las recomendaciones de la Secretaría de Salud y en cumplimiento con la ley para proteger la salud de la infancia.
- **Caravanas realizadas:** Querétaro, Acapulco, Monterrey, Morelia, Saltillo, Ciudad Juárez y Guanajuato. En dichos estados las autoridades estatales y municipales dieron el aval a la empresa refresquera para realizar el evento publicitario; pese a violar la ley, el interés superior de la infancia y al llamado de la autoridad federal.
- **Caravanas por confirmar.** Estados como Guadalajara, Mérida, Tijuana, Toluca y Ciudad de México están en espera de confirmar si las autoridades permiten la **realización**. En este contexto, se les hace un llamado para no permitir, ni ser cómplices de actos publicitarios que deterioran la salud de la infancia y se les invita a realizar otros eventos navideños acorde a las tradiciones culturales y regionales. Confiamos en su liderazgo y compromiso.

Referencias:

1. Organización Mundial de la Salud. Políticas para proteger a la niñez del impacto nocivo de la comercialización de alimentos: Directriz de la OMS. Organización Mundial de la Salud. 2023
2. El Poder del Consumidor. Estrategias de marketing en la Caravana de Coca-Cola; 2025.
3. Lara Castor, L., O'Hearn, M., Cudhea, F. et al. Burdens of type 2 diabetes and cardiovascular disease attributable to sugar-sweetened beverages in 184 countries. Nat Med. 2025. Disponible en: <https://bit.ly/3PDRIT7>
4. Shamah-Levy T, et al. ENSANUT Continua 2020-2024
5. Meza R, et al. Burden of type 2 Diabetes in Mexico: Past, Current and Future Prevalence and Incidence Rates. Preventive Medicine. 2015; 81:445-450.

Contacto prensa:

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