EL PODER DEL CONSUMIDOR

¡LEÓN!

CARAVANA NAVIDEÑA DE COCA-COLA VIOLA LA LEY Y VULNERA LOS DERECHOS DE NIÑAS Y NIÑOS

Académicos del estado de Guanajuato se pronuncian contra las Caravanas

- *Las Caravanas Navideñas de Coca-Cola violan el artículo 24 Bis del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad que prohíbe la publicidad directa o indirecta de productos no saludables que utilicen personajes y elementos atractivos para niñas y niños.*
- *En 2025, la Subsecretaría de Políticas de Salud y Bienestar Poblacional realizó un llamado a las autoridades sanitarias estatales y municipales en donde les invitaba a cumplir con sus atribuciones legales y restringir la autorización de eventos navideños que utilicen patrocinio o promoción de bebidas endulzadas.*
- *De acuerdo con la ENSANUT, se estima que en Guanajuato, 4 de cada 10 niñas y niños, y 4 de cada 10 adolescentes viven con sobrepeso u obesidad. El consumo de bebidas azucaradas es responsable de 40,000 muertes y más de 230,000 casos nuevos de diabetes y enfermedades cardiovasculares cada año en México.*

León, Guanajuato, a 20 de noviembre de 2026.- El Poder del Consumidor hace un llamado a las autoridades de León, en particular a la presidenta municipal Alejandra Gutiérrez Campos, para cancelar la Caravana Navideña de Coca-Cola por violar la ley y atentar contra la salud y otros derechos de las infancias.

Estas caravanas violan el artículo 24 *Bis* del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad que prohíbe la publicidad de productos no saludables que usen personajes y elementos atractivos para niñas y niños. Cabe recordar que la publicidad directa e indirecta, de acuerdo con el artículo 301 de la Ley General de Salud, requiere de autorización de la Secretaría de Salud para realizarse.

Estudios demuestran que las Caravanas de Coca–Cola son la estrategia publicitaria más agresiva y persuasiva dirigida a las niñas y niños para que asocien los personajes, valores y emociones de la Navidad con el consumo de productos Coca-Cola. [1, 2] Además, se aprovecha de su vulnerabilidad e inexperiencia y viola el derecho a la salud y el interés superior de la niñez.

Desde El Poder del Consumidor, extendemos nuestra profunda preocupación ante el anuncio oficial de la realización de la Caravana Navideña de Coca-Cola en León, el próximo domingo 22 de noviembre, así como sobre las invitaciones que la presidenta municipal está realizando para que las personas asistan a ella, mediante la Dirección de Relaciones Públicas y Agenda de la Presidencia Municipal de León.

Recordemos que este es un evento de *marketing* de un particular, que utiliza publicidad directa e indirecta de productos que representan riesgos claros para la salud de las infancias y adolescencias. Lo anterior resulta incongruente con los esfuerzos y las políticas nacionales de salud para enfrentar la crisis de obesidad y diabetes por la que atraviesa nuestro país.

Es importante resaltar que en 2025 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 en donde les invitaba a cumplir con sus atribuciones legales y restringir la autorización de eventos navideños que utilicen patrocinio o promoción de bebidas endulzadas**, como es el caso las Caravanas Navideñas de Coca-Cola, una actividad publicitaria encubierta que representa daños a la salud y constituye un incumplimiento a la ley. A la par, la Secretaría les instó a priorizar celebraciones libres de marcas comerciales y de productos no saludables.

México enfrenta actualmente una crisis de salud derivada de la publicidad engañosa y de un alto consumo de refrescos y bebidas endulzadas, y esta problemática es evidente en **Guanajuato, donde 4 de cada 10 niñas y niños, y 4 de cada 10 adolescentes viven con sobrepeso u obesidad.[3] El consumo de estas bebidas es responsable de 40,000 muertes [4] y más de 230,000 casos nuevos de diabetes y enfermedades cardiovasculares año tras año.[5]** Las niñas y niños son los principales consumidores de estos productos, 90% lo hace de forma habitual [3] y se proyecta que 1 de cada 2 niñas, niños y adolescentes van a desarrollar diabetes en la edad adulta temprana.[6]

En este contexto, **las Caravanas Navideñas de Coca-Cola constituyen una forma de *marketing* altamente persuasivo, dirigido especialmente a población infantil y adolescente,** como lo documentan diversos análisis académicos sobre estrategias publicitarias asociadas a eventos festivos y a la construcción emocional de la marca. El uso de personajes, luces, música y símbolos navideños vincula emocionalmente la marca con valores familiares y festivos, [7,8] **normalizando el consumo de bebidas azucaradas e interfiriendo con los esfuerzos de educación alimentaria que se realizan en las escuelas.** Recordemos que en octubre de este año, la SCJN declaró la constitucionalidad de la regulación de venta de alimentos y bebidas que prohíbe la venta de productos no saludables como los ultraprocesados que tienen sellos y leyendas de advertencia en su etiquetado, siendo así una política obligatoria en todas las escuelas de todos los niveles que protege la alimentación y salud de las y los educandos y de toda la comunidad escolar.

Por lo anterior, las autoridades estales y municipales tienen la responsabilidad de redoblar esfuerzos para combatir dicha crisis y hacer cumplir el marco jurídico para proteger los derechos a la salud de la infancia. **De acuerdo con el artículo 24 *Bis* del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, se prohíbe la publicidad de productos no saludables que usen personajes y elementos atractivos para niñas y niños.**

EL PODER DEL CONSUMIDOR

Finalmente hacemos un llamado a las autoridades de León para CANCELAR inmediatamente las Caravanas Navideñas de Coca-Cola. De no hacerlo, el gobierno estará actuando en complicidad y a favor de los intereses de la industria refresquera por encima de la niñez y adolescencia de nuestro país.

* **Comunicado público** de académicos del Estado de Guanajuato solicitando la cancelación de la Caravana Navideña de Coca-Cola en la ciudad de León, Guanajuato.

* **Campaña de firmas** enviadas a COFEPRIS y Secretaría de Salud para exigir la cancelación definitiva de las Caravanas Navideñas de Coca-Cola a nivel nacional.

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

Referencias:

1. Velasco Bernal A, et al. Estrategias de mercadotecnia de la industria de bebidas azucaradas. INSP; 2015.
2. El Poder del Consumidor. Estrategias de marketing en la Caravana de Coca-Cola; 2025.
3. Shamah-Levy T, et al. ENSANUT Continua 2020-2024
4. Braverman-Bronstein A, Camacho-García-Formentí D, Zepeda-Tello R, Cudhea F, Singh M, Dariush Mozaffarian D, Barrientos-Gutierrez T. Mortality attributable to sugar sweetened beverages consumption in Mexico: an update. International Journal of Obesity. 2019
5. 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/3PDRlT7
6. 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.
7. El Poder del Consumidor. Navidad embotellada: imaginarios, consumo e infancia. El Poder del Consumidor. 2025
8. El Poder del Consumidor. La otra Cara de la Felicidad. 2025