

## Protestan contra Coca-Cola para exigir que deje de vender productos contaminantes y dañinos para la salud y denuncian su cabildeo para seguir contaminando

- Greenpeace México y El Poder del Consumidor exigen a Coca-Cola que se comprometa a cambiar su modelo de producción y distribución de sus productos, dado que son de los mayores contaminadores del planeta gracias a sus empaques plásticos.
- Coca-Cola, a través de sus subsidiarias, cabildea ante distintas instancias judiciales como la SCJN y ambas cámaras para reformar la LGPGIR y bloquear prohibiciones estatales de plásticos en beneficio de sus ingresos económicos y en perjuicio del planeta.
- The Coca-Cola Company es de los mayores contaminadores del mundo por residuos plásticos según estudios realizados por Greenpeace y el movimiento *Break Free From Plastics*

**Ciudad de México a 6 de septiembre del 2022.** Este martes activistas de Greenpeace México y del Poder del Consumidor se dieron cita a las afueras del corporativo de la Industria Mexicana de Coca-Cola ubicado en la colonia Bosque de Chapultepec, para manifestarse por el poco compromiso que la empresa ha mostrado con el medio ambiente y la salud de las personas debido a la producción de residuos que generan a través de la comercialización de sus productos, ya que, tanto a nivel nacional como internacional, The Coca Cola Company es una de las empresas que más plásticos contaminantes produce y que se encuentran en el planeta en forma de basura a la vez que produce y comercializa unos de los productos que mayor responsabilidad tiene en las epidemias de obesidad y diabetes. En la manifestación podía leerse una gran manta con el mensaje “Coca-Cola: No más daños a la salud y al planeta”.

Según El Poder del Consumidor, el problema que representa Coca-Cola no va sólo de los plásticos que generan, sino también de cómo sus productos dañan la salud. Las y los mexicanos somos de los mayores consumidores de productos de Coca Cola que han invadido el territorio nacional. La refresquera ha bloqueado o debilitado las políticas de salud pública que han sido recomendadas por organismos nacionales e internacionales como es la regulación de alimentos y bebidas en las escuelas, los amparos interpuestos contra el etiquetado, el bloqueo a la regulación efectiva de la publicidad dirigida a la infancia y el debilitamiento del impuesto a las bebidas azucaradas que quedó a la mitad de lo recomendado. Coca-Cola y sus empresas subsidiarias mantuvieron una fuerte influencia a través de puertas giratorias, el financiamiento de organizaciones de fachada y su contubernio con las autoridades.

Coca-Cola [se ha comprometido](#) a que para el 2025 distribuirá sus productos con empaques 100% reciclables y que para el 2030 el 25% de sus empaques serán retornables y recolectarán el 100% de los envases PET que ponen en el mercado. Sin embargo, estas declaraciones, más que compromisos reales con el medio ambiente y la salud de la población, son estrategias de publicidad engañosa para pintarse de verde mientras siguen con su *business as usual*. [The Coca-Cola Company](#) produjo en 2021 a nivel mundial 125 mil millones de botellas plásticas, la mayoría de las cuales fue de un solo uso. Esto representó un incremento de 13 mil millones de botellas con respecto al año anterior. Esta avalancha de plásticos se ha encontrado contaminando los ecosistemas y ciudades de al menos [39 países del mundo](#), incluido México. Las actividades de esta empresa y sus subsidiarias siguen sin ser suficientes para lograr estas metas y mucho menos para realmente frenar la contaminación ambiental que produce. Por ejemplo, en 2021, la [Industria Mexicana de Coca-Cola](#) reportó que recicla 85,000 toneladas de plásticos al año (4 mil millones de botellas) en las plantas IMER y PetStar en México. Esta cifra representa tan sólo un 13% de las [646,081 toneladas de plásticos](#) nuevos que [Coca-Cola Femsa y Arca Continental](#) utilizaron para el envasado de sus productos en 2019-2020 en los países donde operan. Solucionar la crisis ambiental actual requiere mucha más que palabras vacías.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> “Tu ayuda es muy importante para lograr un Mundo sin Residuos”, IMCC, 14 agosto 2020, <https://www.coca-colamexico.com.mx/noticias/medio-ambiente/lograr-un-mundo-sin-residuos>;

“Global Commitment: Signatory Reports”, Fundación MacArthur, 2021, <https://ellenmacarthurfoundation.org/global-commitment/signatory-reports> y,

“Global Commitment 2021 Data”, Fundación MacArthur, <https://share.mayfirst.org/s/YsQcABk93pRH4tk>. (Datos reportados por las empresas a la Fundación MacArthur en el marco del Global Commitment impulsado en conjunto con la ONU).

Desde hace algunos años, organizaciones como Greenpeace México y El Poder del Consumidor han denunciado la forma en la que la transnacional ha cabildeado para bloquear leyes y reformas que protejan la salud del planeta y de las personas.

- Durante 6 años se estableció en México un etiquetado frontal en alimentos y bebidas introducido a México por Coca-Cola que recomendaba un consumo de azúcar de casi el doble del máximo establecido por la Organización Mundial de la Salud. Coca-Cola capturó a la COFEPRIS y la Secretaría de Salud durante decenios. Varios secretarios de salud formaron parte de su consejo asesor y decenas de altos funcionarios han pasado por esta empresa. Actualmente ha llevado a la SCJN un amparo contra el etiquetado de advertencia. Esta empresa realiza una campaña multimillonaria engañosa donde dice preocuparse por las comunidades, el agua, el medio ambiente y las mujeres, cuando la realidad del impacto de esta empresa es totalmente lo contrario.
- [En noviembre del 2021](#), los cabilderos de la industria de los plásticos, incluida Coca-Cola, en el marco de la reforma a la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos y la creación de la nueva Ley de Economía Circular, lograron que el Senado aprobara unas minutas que beneficiaban a las empresas mediante la incorporación de una definición sobre plásticos de un solo uso que apuesta por el reciclaje y la valorización energética, dejando fuera la prevención y la reducción efectivas, poniendo en riesgo las prohibiciones de los estados y evitando dar más responsabilidad a la industria en la prevención y gestión de los plásticos desechables que ésta produce y pone en el mercado.
- [En agosto de este 2022](#), a través de dos de sus subsidiarias, Propimex y Oxxo, interpusieron una serie de amparos para no cumplir con la prohibición de plásticos en Oaxaca ante distintas instancias judiciales, y después de la atracción de estos procesos por parte de la SCJN, fue la misma Corte la que decidió proteger a estas empresas y declaró inconstitucional la medida de prohibición, violando así la soberanía de las entidades y poniendo en riesgo los avances alcanzados no solo en Oaxaca sino también en el resto de los estados del país tras muchos años de lucha.

“Lo que hace Coca-Cola es indignante, porque viola nuestros derechos a la salud y a un medio ambiente sano. Tenemos que poner por encima de las ganancias de las transnacionales, el bienestar de la gente. Es sumamente preocupante que Coca Cola esté dedicando tanto dinero para evadir regulaciones y que pretenda seguir vendiéndonos falsas soluciones como el reciclaje que no terminan realmente con la contaminación. Llamamos a las y los diputados, que tienen en sus manos la oportunidad de no aprobar las reformas pro-industria del Senado, a que vean claramente los intereses que tienen estas empresas y reformen la ley poniendo el interés colectivo en el centro.”, mencionó Ornela Garelli, campañista de Océanos sin Plásticos de Greenpeace México.

“Hoy la Cámara de Diputados y Diputadas tiene en sus manos la posibilidad de proteger la salud de las niñas, niños y adolescentes a través de la iniciativa de reforma de la Ley General de Educación para sacar la comida y bebidas no saludables de las escuelas y la Cámara de Senadores de avanzar en la prohibición efectiva de la publicidad de estos productos dirigida a la infancia. Para ello deben enfrentar el fuerte cabildeo de estas empresas y las asociaciones que las representan” concluyó Alejandro Calvillo, Director de El Poder del Consumidor.

Cabe destacar que durante la acción, las y los activistas intentaron hacer entrega de una carta dirigida al presidente de Coca Cola México, Roberto Mercadé, en donde se detallan las exigencias de ambas organizaciones. Además, durante la acción, el logo de la empresa fue cubierto con una tela negra para evitar su identificación en la documentación fotográfica del acto.

#### Contactos de prensa:

Dana Olguín | Coordinadora de Comunicación y Medios de Greenpeace México | 55 4964 5357 | [dana.olguin@greenpeace.org](mailto:dana.olguin@greenpeace.org)

Denise Rojas | El Poder del Consumidor | El Poder del Consumidor | 55 1298 9928 | [comunicacion@elpoderdelconsumidor.org](mailto:comunicacion@elpoderdelconsumidor.org)