

COCA-COLA



The Coca-Cola Company

Fundada	1886
Presidente y Gerente General	E. Neville Isdell
Número de empleados mundialmente	50.000
Ingresos netos operativos (2005)	\$23.1 billones
Beneficios (2005)	\$14.9 billones

Página web: www.coca-cola.com

Introducción

El presente documento constituye el tercero de una serie de informes alternativos de War on Want. El objetivo de estos informes consiste en comparar y contrastar la retórica de la responsabilidad social empresarial con las prácticas reales de las empresas. Asimismo, forman parte de la actual campaña de War on Want que tiene como objetivo implementar un marco global de regularización de empresa y propone medidas para ejercer presión sobre las empresas multinacionales en todo el mundo.

El presente informe examina la empresa internacional de bebidas Coca-Cola, una de las marcas más conocidas mundialmente. Coca-Cola ha sabido construir un imperio global y actualmente vende casi 400 marcas en aproximadamente 200 países. Coca-Cola asegura que cumple con las “normas éticas más exigentes” y “que es una empresa ciudadana de primera clase en todos y cada uno de los países donde trabaja”.

Sin embargo, las prácticas de Coca-Cola en todo el mundo nos cuentan una historia muy diferente. Esta empresa ha sido acusada de deshidratar comunidades, de secar los pozos de los agricultores y destruir la agricultura local debido a su constante búsqueda de fuentes de agua para abastecer sus plantas. Incluso los empleados de Coca-Cola y de las plantas proveedoras han sido víctimas: ellos han sido testigos de la violación de sus derechos en países como Colombia, Turquía, Guatemala y Rusia. Sólo gracias a la inversión multimillonaria en campañas de marketing, Coca-Cola ha podido mantener la imagen transparente que busca.

Este informe no sólo examina su historial y lo contrasta con su retórica de responsabilidad social empresarial sino que propone tomar medidas con el fin de enviarle un mensaje a Coca-Cola y reparar algunos de los daños que sus operaciones han causado. De forma más general, la misión de War on Want consiste en ofrecer apoyo a la gente en países en desarrollo en su lucha contra las causas de la pobreza, así como informar e inspirar a aquellos en países ricos para que desafíen las estructuras globales que contribuyen a mantener la pobreza en todo el mundo.



Louise Richards
Directora General, War on Want

Grietas en la imagen

“Coca-Cola existe para beneficiar y refrescar a todo aquel que sea alcanzado por nuestro negocio.”

Código de Conducta Empresarial de Coca-Cola 2005

Coca-Cola es uno de los nombres más conocidos de todo el planeta y una de las empresas más grandes del mundo. Los beneficios de la empresa en el año 2005 ascendieron casi a 15.000 millones de dólares y su valor en bolsa alcanza más de 100.000 millones de dólares. Más de mil millones de latas o botellas de Coca-Cola se consumen cada día en todo el mundo, en otras palabras, se consumen 12.500 cada segundo.

La empresa Coca-Cola fue fundada en 1886 cuando se mezcló el jarabe de Coca-Cola con agua carbonatada en una farmacia de Atlanta, Georgia, en Estados Unidos. Coca-Cola aún conserva su sede principal en Atlanta, aunque actualmente opera en casi todos los países del mundo. Aspira a expandirse y cubrir los mercados emergentes de los países en vía de desarrollo: Coca-Cola ya ha invertido más de 1.000 millones de dólares en la India y ha arrinconado a aproximadamente 50% del mercado de refrescos en dicho país.

La publicidad es clave para los planes de expansión de Coca-Cola, como se ha visto recientemente en el eslogan de su nueva campaña global: “Vive en el lado Coca-Cola de la vida”. Coca-Cola ha invertido la enorme suma de 2.000 millones de dólares al año para promocionar un estilo de vida saludable y ha patrocinado grandes eventos deportivos como el mundial de fútbol y los Juegos Olímpicos.

Sin embargo, hay signos que muestran cómo su imagen se está empezando a desmoronar. La carrera de la antorcha Olímpica en Italia para los Juegos Olímpicos de Invierno de 2006 fue interrumpida constantemente por protestas contra el papel de Coca-Cola como uno de los principales patrocinadores. Incluso, el ayuntamiento de Turín declaró la ciudad como una zona prohibida para la empresa (decisión que anuló posteriormente el alcalde). Varias universidades en Estados Unidos y Europa también han decidido cancelar los contratos con Coca-Cola para protestar contra sus prácticas y en solidaridad con la resistencia que libran las comunidades en todo el mundo, resistencia que aumenta cada vez más en muchos países.

El principal foco de atención de estas protestas a escala internacional ha sido el historial de Coca-Cola en Colombia, donde han sido demandados por vía judicial por supuestamente involucrar a paramilitares para actuar contra los sindicatos con medios violentos. A Coca-Cola también le han interpuesto una demanda por su supuesta participación en la intimidación y tortura de sindicalistas y sus familiares en Turquía. Como se describe en este informe, la empresa también ha sido acusada de actuar violentamente contra los sindicatos en Pakistán, Guatemala, Nicaragua, Rusia y otros países.

A dichas acusaciones se les une la actual preocupación del impacto que tiene Coca-Cola sobre los recursos acuíferos de las diferentes comunidades, especialmente en la India. Las actividades de Coca-Cola dependen de la utilización de abundante agua y, por lo tanto, el control de estos acuíferos es esencial para su estrategia. La compañía admite que sin agua no habría negocio. La carrera por conseguir intentar controlar estos recursos está teniendo un impacto devastador sobre las comunidades, destruyendo el sustento de las comunidades agrícolas. Asimismo, Coca-Cola está deshidratando a las comunidades, contaminando los sistemas de agua y los campos de cultivo al verter residuos tóxicos, tal y como se expone a continuación en las

investigaciones y estudios de campo del presente documento.

El ansia obsesiva de expansión de Coca-Cola y sus campañas de marketing, que llegan a todas las esquinas del globo, sólo han traído una mayor concienciación social por el impacto negativo que causan las operaciones de la empresa tanto en el ámbito social como medioambiental. Este informe ofrece detalles sobre cómo las relaciones públicas de las campañas de Coca-Cola están siendo afectadas por el historial negativo de la empresa, que incluye la violación de los derechos de sus trabajadores y el desgaste de acuíferos de comunidades en todo el mundo.

El imperio de bebidas Coca-Cola

• Bimbo • Bimbo Break • Bingooo • Bistra • Bistrone • Blackfire • Bom Bit Maesil • BonAqua
• BonAqa • BPM • Bright & Early • Bubbly • Burn • Caffeine free Barq's • Caffeine free Coca-Cola
• Caffeine free Diet Coke/Coca-Cola light • Caffeine free Inca Kola • Cal King • Calypso
• Cannings • E2 • Earth & Sky • Eight O'Clock • Eight O'Clock Funchum • El Rayek • Emblen
• Eva Water • Fanta • Finley • Fioravanti • Five Alive • Flavor Rage • Fontana • Fresca
• Fresca 1 • Frescolita • Freskyta • Fresquinha • Fress • Frisco • Fruitia • Fruitopia • Fruitopi
• Freeze • Fruitopia Tea • Fruktime • Frutina • Frutonic • Full Throttle • Furusato Dayori • Geor
• Georgia Club • Georgia Gold • Gold Spot • Grapette • Groovy • Hachi Mittu in Hiragan
• Hajime • Hawaii • Healthworks • Hero • Hi-C • Hit • Horizon • Hot Point • Huang • Ice Col
• Mix • Ice Dew • INCA KOLA • Ipsei • Izvorul Alb • Jaz Cola • Jet Tonic • Jolly Juice • Joy
• Joya • Just Juice • Kapo • Keri • Kilimanjaro • Kin • Kin light • Kinley • Kiwi Blue • KMX
• Kochakaden • Koumi Soukai • Krest • Kropla Beskidu • Kuat • Kuat light • Kuli • Kyun • Lif
• Lift Plus • Lift Plus light • Lilt • Limca • Limonade • Linnuse • Lion • Love Body • Maaza
• Mare Rosso • Marocha • Master Chill • Master Pour • Mello • Moyase • Mr. Pibb • Nada
• Nagomi • Nalu • Namthip • Nanairo Acha • Naturaqua • Nectarin • Nevada • Neverfail
• New Vegetabeta • Nordic Mist • Odwalla • Paani • Pampa • Parle • Peats Ridge • Pibb Xtra
• Pibb Zero • Piko • Pilskalna • Play • Pocarrot • Pocket Dr • Poiana Negri • Poms • Ponkan
• Portello • POWERADE • POWERADE alive • POWERADE light • POWERADE Option • Power
• play • Pump • Qoo • Quatre • Quwat Jabal • Ramblin' • Real Gold • Red Flash • Richy • Rip
• N Ready • Riwa • Rosalta • Royal Tru • Royal Tru light • Safety First • Safia • Samantha
• Samurai • Saryusaisai • Scorpion • Seltz • Sensation • Senzao • Shinoa • Signature • Sim
• Simba • Simply Orange • Skymalt • Smart • Sokenbicha • Sonfil • Soonsoo • Soukahappo
• Sparkle • Sparkletts • Sparletta • Sparletta Iron Brew • Splash • Splice • Spring Water
• Sprite • Sprite 3G • Sprite Dry Lemon • Sprite Ginger Lemon • Sprite Ice • Sprite Lemon-Lim
• Herb • Sprite Lemon-Lime Mint • Sprite ReMix • Sprite Zero • Sugar Free Full Throttle • Sunfi
• Surge • Sweecha • Swerve • TaB • TaB X-Tra • TADAS • Tai • Tea for Dining • Ten Ren • Th
• Wellness • Thextons • Thums Up • Tian Yu Di • Tiky • Tonico • Toppur • Top's • Tropical

La deshidratación de las comunidades

“Coca-Cola es la empresa de la hidratación. Sin agua, no hay negocio.”
Coca-Cola: ‘Nuestra utilización del agua’

La producción de Coca-Cola depende del nivel de acceso que tenga al abastecimiento de agua, ya que se necesitan casi tres litros de agua para producir un litro de Coca-Cola. Esto incluye no sólo el agua que precisa la bebida para ser creada, sino el agua para el uso industrial, como por ejemplo para la limpieza y otras usanzas. Por tanto, para calmar su sed, Coca-Cola está tomando el control de cada vez más acuíferos en comunidades en todo el mundo. Estas grandes reservas subterráneas pueden llegar a comprender varios kilómetros cuadrados y albergar recursos acuíferos acumulados durante cientos de años por lo que representan un legado común de comunidades enteras.

Coca-Cola ha sido acusada principalmente porque sus actividades han causado severos desabastecimientos de agua en muchas localidades que siempre han sufrido por la

falta de este recurso y de sequías. En la India se muestra especialmente bien esta situación ya que, existen campañas contra la empresa en varios estados. Recientes investigaciones realizadas por War on Want para este informe en los estados de Rajastán y Uttar Pradesh en la India, confirman los descubrimientos realizados en Kerala y Maharastra. Según las investigaciones, se acusa a Coca-Cola de que sus actividades en la zona han traído graves consecuencias para los agricultores y las comunidades del país.

Coca-Cola abrió una planta embotelladora en el pueblo de Kaladera en Rajastán a finales de 1999. Rajastán es conocido como el estado desierto y Kaladera es un pueblo pequeño y empobrecido que se caracteriza por sus condiciones semiáridas. Los agricultores dependen del acceso a las aguas subterráneas para sus cosechas, pero desde que llegó



*Habitantes de Uttar Pradesh en la India
abasteciéndose en un pozo comunal
Foto: Panos/Mark Henley*

Apoderándose de Chiapas

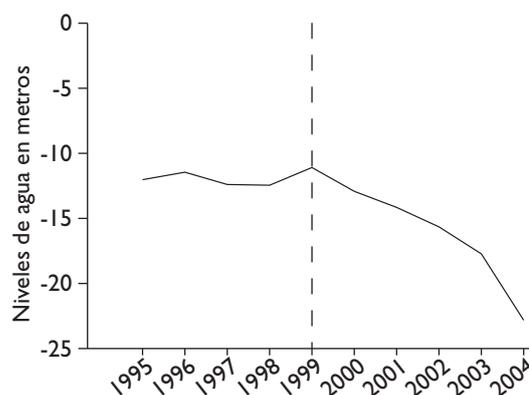
Coca-Cola se está preparando para tomar el control sobre los recursos acuíferos. Así lo aseguran activistas locales que se quejan de que la empresa ha presionado a los ayuntamientos y los ha convencido de que les confiera concesiones legales preferenciales para la privatización de recursos acuíferos. Chiapas es una zona rica en agua y aún así las comunidades de la zona protestan porque se les ha prohibido el acceso a este recurso. El Centro de Investigaciones Económicas y Políticas de Acción Comunitaria (CIEPAC) denuncia que el Gobierno mexicano de Vicente Fox, antiguo presidente de Coca-Cola México, le ha otorgado a la empresa concesiones para explotar las fuentes de agua de la comunidad.² Defensores de todo el mundo también han hecho pública su preocupación por la participación de Coca-Cola como uno de los principales patrocinadores en el Foro Mundial del Agua que tendrá lugar en México D.F en marzo de 2006.

Coca-Cola han tenido que hacer frente a una gran disminución de los niveles de agua. Cada vez les es más difícil irrigar sus tierras y mantener sus cosechas, poniendo en riesgo el sustento de familias enteras. Paralelamente, los pozos de los pueblos que se utilizaban para beber, limpiar y para la higiene personal, están en peligro de secarse por completo.

Los campesinos de la zona aseguran que la llegada de Coca-Cola ha agravado una situación ya en un principio precaria. Esta situación está avalada por documentos oficiales que confirman la drástica disminución de los niveles de agua desde que la planta de Coca-Cola entró en funcionamiento. El gráfico proveniente del Ministerio de Recursos Acuíferos de Rajastán, muestra cómo los niveles de agua se mantenían estables entre 1995 y 2000, cuando empezó a funcionar la planta de Coca-Cola. Desde entonces, los niveles de agua han mermado casi 10 metros en un período de cinco años.¹ Los residentes temen que Kaladera se convierta en una 'zona oscura', término utilizado para describir áreas abandonadas debido al agotamiento de los recursos acuíferos.

Coca-Cola ha rebatido las acusaciones haciendo hincapié en los proyectos de recogida de agua de lluvia que ha impulsado en Kaladera. Sin embargo, los residentes de la zona argumentan que dichos proyectos no funcionan ya que Coca-Cola no ha cumplido con los requisitos de mantenimiento necesarios. Por otro lado, incluso si los proyectos funcionaran, los residentes se muestran escépticos sobre la idea de que la empresa vaya a reponer las cantidades colosales de agua que ha extraído, especialmente ya que las precipitaciones anuales son muy escasas.

Los niveles de agua antes y después de las actividades de Coca-Cola



La contaminación de la tierra

“Tenemos en cuenta cada gota y hacemos que cada gota cuente.”

Jeff Seabright, Vice Presidente, Coca-Cola

No sólo son los residentes de Kaladera quienes han sufrido por la insaciable sed de Coca-Cola. Otras comunidades de la India que viven y trabajan cerca de las plantas embotelladoras de Coca-Cola están experimentando una grave escasez de agua así como daños medioambientales. Los campesinos que viven cerca de la ciudad santa de Varanasi en Uttar Pradesh, se quejan de que la sobre explotación de los recursos de agua se ha cobrado un alto precio en sus cosechas y pozos, habiendo agotado el agua de éstos. Así como en Rajastán y Kerala (véase más abajo), se han llevado a cabo protestas contra la planta de Coca-Cola por apoderarse de fuentes estratégicas de agua. En noviembre de 2004, los manifestantes sufrieron palizas por parte de la policía armada e incluso fueron encarcelados por su marcha pacífica para exigir la clausura de la planta de Coca-Cola cerca de Varanasi.³

En el infame caso de Plachimada, en el estado sureño de Kerala, la planta de Coca-Cola fue obligada a cerrar en marzo de 2004 después de que el ayuntamiento se negara a renovar la

licencia de la empresa, argumentando que había abusado y contaminado los recursos de agua de la zona. Incluso, cuatro meses antes, el Tribunal Supremo de Kerala sentenció que la extracción masiva de agua del subsuelo público por parte de Coca-Cola era considerada ilegal y le ordenó buscar fuentes alternativas de agua para su producción.⁴

La gente de la zona, políticos, ecologistas y científicos anunciaron la clausura de la planta de Plachimada como una gran victoria y esperan que sea permanente. Además de agotar el agua del subsuelo, recientes análisis demuestran que el agua extraída por Coca-Cola ha sido contaminada con partículas extrañas potencialmente perjudiciales como demostraron las pruebas provenientes de varios estratos de roca de la zona. Por consiguiente, el agua no es apta para el consumo humano ni para la irrigación. El ayuntamiento de Plachimada aseguró que el agua había sido “adversamente afectada por las excavaciones indiscriminadas de pozos para la explotación de agua subterránea”.⁵

El Salvador se está secando

La filial de Coca-Cola en el Salvador ha sido acusada por ecologistas de agotar los recursos de agua en la región de Soyapango durante más de 25 años. Por consiguiente, la empresa decidió trasladar su planta de embotellamiento a un nuevo acuífero en Nejapa, cerca de San Salvador. El alcalde de Nejapa culpó a la empresa por contaminar los ríos con agua sin tratar procedente de la planta, la cual ha causado la destrucción de la flora y fauna de la zona. Sin embargo, la empresa ha rehusado hacerse cargo del problema y por tanto se ha llevado el caso al Tribunal Supremo. El caso sigue en curso.⁶

Los informes de responsabilidad social de Coca-Cola afirman que su negocio se dirige a “proteger y preservar el medio ambiente”. Sin embargo, las plantas de Coca-Cola producen un residuo con apariencia de fango como subproducto, el cual la empresa cataloga como ‘fertilizante’ para así distribuirlo a los agricultores en la India. Pruebas realizadas a dicho subproducto han demostrado que contiene niveles químicos tóxicos peligrosos de cadmio y plomo. En Kerala, la contaminación se ha expandido a los suministros de agua, donde la concentración de plomo se registra muy por encima de los niveles permitidos por la Organización Mundial de la Salud. Los agricultores de Varanasi también han llevado a cabo protestas por haber sido engañados con el fango tóxico que se les ha distribuido como ‘fertilizante’ y el fango que se ha vertido en sus tierras. Sin embargo, Coca-Cola asegura que el producto no es peligroso.⁷

En 2003, el Centro de la Ciencia y el Medio Ambiente (CSE, por sus siglas en inglés)

realizó pruebas de las bebidas de Coca-Cola y encontró niveles de pesticidas alrededor de 30 veces por encima de los estándares de la Unión Europea. Asimismo, los niveles de DDT, producto que está prohibido en la India, para su uso agrícola se encontraban nueve veces por encima del límite aceptado por la UE.⁸ En febrero de 2004, varios ministros de la India que investigaron los estudios realizados por CSE apoyaban dichos resultados. Los ministros afirmaron que las operaciones de Coca-Cola han causado contaminación, agotamiento del agua subterránea, reducción del rendimiento de las cosechas, trastornos de la piel y otras enfermedades.⁹ Como resultado, el Parlamento incluso prohibió el consumo de Coca-Cola en sus cafeterías.

Por si fuera poco, un mes después de que Coca-Cola lanzara el ‘agua purificada de grifo’ Dasani, en el Reino Unido se descubrieron niveles ilegales de bromuro cancerígeno. La empresa tuvo que retirar del mercado 500.000 botellas y cancelar el lanzamiento de la bebida.¹⁰



*Niños agarrados de la mano en una protesta contra la contaminación del agua por parte de Coca-Cola
Foto:AFP/Getty Images*

Eliminación violenta de sindicatos

“Creemos que el objetivo de esta campaña constante y creciente es quebrar el sindicato.”

Daniel Reyes, Secretario General del Sindicato Único de Trabajadores de la Empresa Coca-Cola en Nicaragua (SUTEC)

Cada vez con más frecuencia se asocia a Coca-Cola con acciones contra los sindicatos. Especialmente en Colombia, donde los paramilitares mantienen vínculos con el Gobierno, hecho que ha sido demostrado por numerosas fuentes, han secuestrado, torturado y asesinado con regularidad a dirigentes de los sindicatos. Desde 1990, ocho empleados de las embotelladoras de Coca-Cola en Colombia fueron asesinados por los paramilitares. En julio de 2001 se interpuso una demanda en Estados Unidos en nombre de los miembros del principal sindicato de Coca-Cola, SINALTRAINAL, contra la empresa y su embotelladora. Los demandantes intentan inculpar a Coca-Cola por la supuesta utilización de paramilitares en dichas acciones violentas contra el sindicato.¹¹

Asimismo, SINALTRAINAL ha informado de otros incidentes que se suman a los empleados asesinados por los paramilitares. Cuarenta y ocho trabajadores se han visto obligados a esconderse y otros sesenta y cinco han recibido amenazas de muerte.¹² Uno de los casos más tristemente célebres ocurrió cuando un grupo de paramilitares se presentó en la entrada de las franquicias embotelladoras disparando al portero, Isidro Segundo Gil, miembro de la junta directiva del sindicato. La Unión Internacional de los Trabajadores de la Alimentación (UITA) emitió un comunicado como respuesta a la negativa de Coca-Cola de admitir la responsabilidad por los empleados de sus embotelladoras: “evadir

despiadadamente el asunto renunciando a toda responsabilidad no es una opción aceptable dada la extrema seriedad de los cargos de los que han sido acusados”.

En Turquía, 14 conductores, otros transportistas y sus familias también han denunciado a Coca-Cola por tomar parte en la supuesta intimidación y tortura de sindicalistas y de sus familias a manos de una rama especial de la policía turca.¹³ Aproximadamente 1.000 policías antidisturbios utilizaron gas lacrimógeno y propinaron brutales palizas a jóvenes, madres y trabajadores que se manifestaban de forma pacífica a las afueras de las oficinas de las embotelladoras turcas de Coca-Cola contra el despido de sindicalistas.¹⁴ Coca-Cola argumenta que los manifestantes entraron ilegalmente en sus oficinas y que fue necesaria la utilización de gases lacrimógenos por parte de la policía, de forma controlada dentro del edificio.¹⁵ El juicio ha afectado al nuevo anuncio publicitario el ‘Lado Positivo de la Vida’ lanzado por Coca-Cola en Turquía, que tenía como objetivo promocionar “la tolerancia, la unidad familiar y la importancia de compartir”.

En octubre de 2001, los trabajadores de Coca-Cola en Punjab, Pakistán, fueron despedidos por ir a la ‘huelga’. Sin embargo, la huelga era un pequeño retraso por la mañana antes de empezar a trabajar debido a la falta de personal. El tribunal laboral ordenó que los trabajadores fueran readmitidos a sus puestos de trabajo, pero Coca-Cola rehusó cumplir

con la orden del tribunal hasta que la UITA intervino. Los intentos de sindicarse las plantas embotelladoras que Coca-Cola opera directamente en Lahore, Faisal y Gujranwala han fracasado hasta ahora debido a la intransigencia por parte de la administración.¹⁷

En Nicaragua, el Sindicato Único de Trabajadores de la Empresa de Coca-Cola (SUTEC) se ha quejado de que a sus empleados en la embotelladora de Coca-Cola PANAMCO, se les ha negado el derecho a organizarse y se les ha amenazado y despedido ilegalmente.¹⁸ El Secretario General de SUTEC, Daniel Reyes, ha afirmado que: “Tenemos la certeza que el objetivo de esta continua y cada vez más intensa campaña consiste en acabar con el sindicato.”¹⁹ El

sindicato está buscando compensación legal.

En otros lugares de América Latina Coca-Cola se ha negado a cumplir con la orden judicial que obligaba a readmitir a 50 empleados en el Perú; desde septiembre de 2004, los empleados de Coca-Cola en dicho país han ido a huelga y han protestado contra las acciones de Coca-Cola a pesar de la violenta represión policial.²⁰ Los trabajadores de Coca-Cola en Chile también han ido a la huelga basándose en que la empresa los obliga a trabajar hasta 16 horas al día y no se cumplen los requisitos de salario mínimo.²¹ Asimismo, en Rusia Coca-Cola se ha opuesto continuamente a los sindicatos e incluso ha llegado a intentar deshacerse del principal organizador del sindicato de Coca-Cola en Moscú.²²

Guatemala – antes y ahora

Los trabajadores de Guatemala han luchado contra Coca-Cola desde la década de los 70. Entre los años 1976 y 1985, tres secretarios generales del sindicato fueron asesinados y miembros de sus familias, amigos y asesores legales fueron amenazados, arrestados, secuestrados, torturados y obligados al exilio. En 1980 la UITA apoyó el boicot internacional a Coca-Cola, creando redes de solidaridad en Europa, América y Nueva Zelanda con los sindicatos afiliados a la organización. El ayuntamiento de Londres canceló contratos que mantenía con Coca-Cola en sus restaurantes, bares y cafeterías. War on Want envió £2.000 para apoyar a las familias de los trabajadores de Coca-Cola.²³

A pesar de la victoria conseguida en dicha lucha, las violaciones de los derechos de los trabajadores continúan. Café INCASA, dueño de las plantas de Coca-Cola en Guatemala, está llevando a cabo una campaña antisindicalista. Según el Secretario General de FESTRAS, la federación de sindicatos de agricultura y bebidas, la campaña incluye el despido improcedente de 13 empleados de Coca-Cola en los últimos cuatro años. Aquellos empleados y sus familias que tienen vínculos con los sindicatos han sido, según se informa, amenazados de muerte.²⁴ En 2002 la embotelladora PANAMCO de Coca-Cola actuó por vía judicial con el fin de despedir a ocho representantes del sindicato a quienes se les había otorgado una excedencia autorizada para poder participar en las negociaciones colectivas. Fue sólo después de que la UITA presionara a Coca-Cola para que cumpliera los acuerdos sobre la actividad sindical que los trabajadores fueron reintegrados a sus puestos de trabajo.²⁵

El precio de la guerra del marketing

“Vive en el lado Coca-Cola de la vida”

Coca-Cola otorga gran importancia a la promoción de la imagen positiva de sus productos y actividades y por tanto invierte más de 2.000 millones de dólares al año sólo en publicidad. Según la empresa, la nueva campaña a escala global, “vive en el lado Coca-Cola de la vida”, tiene como objetivo recuperar el liderazgo publicitario de Coca-Cola en todo el mundo “invitando a los consumidores a decir que sí en un mundo donde decir que no parece ser la opción más cómoda”. Yendo más lejos, el ‘sí’ en cuestión representa una afirmación consciente de que “lo único que hace falta es Coca-Cola”.

Como parte de la imagen integral que Coca-Cola desea proyectar, la empresa ha patrocinado los eventos deportivos más importantes del mundo y ha utilizado repetidas veces imágenes de actividades físicas en sus campañas publicitarias casi desde que fue fundada en 1886. A Coca-Cola se le ha

asociado con la FIFA desde 1974 y actualmente es el patrocinador de la Copa Mundial de Fútbol de 2006 con una campaña que “hace realidad la visión positiva de Coca-Cola de unir a la gente dejando de lado sus diferencias, para intentar que el mundo sea un poco mejor”. Sin embargo, la asociación no siempre ha tenido el camino fácil: la reputación de Coca-Cola se vio afectada durante el mundial de fútbol de 2002 cuando la campaña de ‘Ropa Limpia’ sacó a la luz el trabajo de menores en Pakistán cosiendo los balones de fútbol de Coca-Cola.²⁶

El patrocinio de Coca-Cola de los Juegos Olímpicos de Invierno de 2006 también generó publicidad inoportuna para la empresa en un momento donde la campaña de la empresa, “Cada Gota Cuenta”, tenía como objetivo “crear conciencia social sobre lo que la empresa representa y la forma de dirigir sus negocios en todo el mundo”. Numerosas



*Anuncio de Coca-Cola en Turquía
Foto: Panos/Mark Henley*

manifestaciones perturbaron los preparativos de los Juegos ya que los activistas bloquearon la carrera de la antorcha Olímpica hacia Italia como protesta contra el papel de Coca-Cola como principal patrocinador de dichos Juegos. Además de estas manifestaciones a gran escala, el ayuntamiento de Turín declaró la ciudad anfitriona zona libre de Coca-Cola como protesta a las actividades de dicha empresa en Colombia, aunque la decisión fue posteriormente invalidada por el alcalde de la ciudad.²⁷

El público infantil es un blanco clave para las campañas de marketing de Coca-Cola a pesar de la preocupación pública que existe en torno al impacto de las bebidas gaseosas dulces en la salud de los niños. Aunque Coca-Cola Gran Bretaña asegura que practica una estricta auto regulación y su publicidad no está dirigida a niños menores de 12 años, la empresa ha instalado más de 2.400 máquinas expendedoras en 1.600 colegios en el Reino Unido. Asimismo, los representantes de ventas de Coca-Cola han distribuido documentos para 'Educar la Sed' los cuales ofrecen información sobre consumo de líquidos, control de peso y mantenimiento de la higiene bucal.²⁸ A la vez, Coca-Cola está adquiriendo azúcar producida por menores en condiciones de trabajo peligrosas en el Salvador para sus bebidas en Centroamérica.²⁹

En Estados Unidos, Coca-Cola tiene como objetivo crear consumidores con sus 'acuerdos exclusivos de bebidas'. Esta herramienta de marketing le proporciona a la empresa derechos exclusivos para vender un producto o un servicio en el colegio o en del distrito y por tanto, excluir competencia. Cuando un colegio acepta dicho acuerdo, la

empresa instala las máquinas expendedoras, recibe el pago de antemano y facilita incentivos para así vender más productos.³⁰ Sin embargo, el acuerdo de exclusividad atrajo, una vez más, publicidad no deseada cuando en un colegio de Estados Unidos un estudiante de Evans, Georgia, fue expulsado por llevar una camiseta de Pepsi en "el día Coca-Cola" del colegio.³¹

Numerosas universidades en Europa y Estados Unidos han votado a favor de la prohibición de la venta de Coca-Cola en sus campus debido a los abusos cometidos por la empresa en todo el mundo. Asimismo, en diciembre de 2005 la Universidad de Michigan terminó su contrato con Coca-Cola por la preocupación de sus prácticas laborales en Colombia y su impacto medioambiental en la India. Además dicha decisión de la Universidad, la cual cuenta con más de 40.000 estudiantes matriculados, también tomó otra medida similar el mismo mes como apoyo a las decisiones realizadas por la Universidad de Nueva York, la cual cuenta con más de 50.000 estudiantes. Ambas universidades representan las mayores cuentas universitarias de Coca-Cola.³² Estudiantes activistas en el Reino Unido también están realizando campañas para prohibir la venta de productos de la marca Coca-Cola en sus campus y ya los sindicatos de estudiantes han votado a favor de la terminación de las relaciones comerciales con la empresa en las universidades de Oxford, Leeds, Middlesex, Bristol y la Universidad de Estudios Orientales y Africanos de Londres. Coca-Cola vende sus productos en más de 700 puntos de venta estudiantiles en el Reino Unido y posee un contrato de 15 millones de libras con NUS Services Limited, el brazo comercial del Sindicato Nacional de Estudiantes.³³

Actúa

War on Want cree que las empresas tienen que asumir las consecuencias de sus acciones en todo el mundo. Sin embargo, el Gobierno del Reino Unido prefiere apoyar la idea de responsabilidad social empresarial como acción voluntaria, a pesar de que se ha demostrado que es una alternativa ineficaz como método de regulación de las empresas. Desafortunadamente, siempre que en el ámbito político se carezca de la voluntad para imponer un estricto control sobre el poder corporativo, depende de nosotros ejercer presión. Estamos haciendo un llamamiento a todos los lectores que nos apoyan para que tomen las siguientes medidas:

1. Comprar alternativas éticas. Si sus papilas gustativas no pueden resistirse al sabor de la cola, existen alternativas tanto para Coca-Cola como para Pepsi. La bebida de cola 'Whole Earth Organic Cola' está disponible en el Reino Unido. Es posible que 'Mecca-Cola' sea más difícil de encontrar, pero el 10% de su compra irá destinada a las ONG que ofrecen ayuda a la sociedad civil de Palestina.

2. Ponerse en contacto con Coca-Cola. Cualquiera puede ponerse en contacto directo con Coca-Cola y manifestar su preocupación sobre los trabajadores y el impacto de la empresa en su comunidad como se detalla en el presente informe. Escríbale al Presidente E. Neville Isdell en The Coca-Cola Company, PO Box 1734, Atlanta, Georgia 30301, EE.UU. – o a Charlotte Oades, Presidente, Coca-Cola Great Britain, 1 Queen Caroline Street, Londres W6 9HQ, Reino Unido.

3. Hacer un llamamiento al Gobierno del Reino Unido para que ofrezca una declaración sobre su apoyo a un marco legal vinculante de responsabilidad empresarial con el fin de regular las actividades de empresas tales como Coca-Cola. Por favor diríjase a Rt Hon Jack Straw MP, Secretary of State for Foreign and Commonwealth Affairs, Foreign and Commonwealth Office, King Charles Street, Londres SW1A 2AH, Reino Unido, para hacer un llamamiento al Gobierno para desechar la promoción de alternativas voluntarias y apoyar la interposición de una regulación empresarial vinculante.

4. Otras campañas. Hay una campaña internacional para boicotear los productos de Coca-Cola hasta que la empresa acepte negociar con el sindicato Colombiano SINALTRAINAL y otros sindicatos de Coca-Cola, ante testigos internacionales, sobre medidas de compensación, justicia y protección. Para más información consulte las páginas web indicadas abajo.

5. ¡Hazte socio! Informádate sobre la campaña de War on Want en www.waronwant.org

También:

- India Resource Centre
www.indiaresource.org
- Killer Coke
www.killercoke.org
- CIEPAC
www.ciepac.org
- Coke Watch
www.cokewatch.org

La tendera Mexicana vence a Coca-Cola

Coca-Cola ha recibido la mayor multa en la historia de México contra el monopolio que ejerce, por una cantidad de 68 millones de dólares poco después de que una mujer, dueña de una pequeña tienda en una zona poco favorecida de la ciudad, se hartara de que le dijeran lo que tenía que vender. Coca-Cola le exigió a Raquel Chávez que no vendiera una bebida peruana de la competencia, Big Cola, que llegó al mercado mexicano recientemente. Ella buscó justicia con las autoridades locales y Coca-Cola fue multada. Este acontecimiento fue considerado una gran victoria en un país donde Coca-Cola goza del 70% del mercado de refrescos y sus productos son consumidos en más cantidad por persona que en ningún otro país.³⁴

Referencias

1. Ministry of Water Resources, Central Ground Water Board, *Report on Press Clippings on Withdrawal of Ground Water by Coca Cola Factory at Kaladera*, District Jaipur, Rajasthan, julio de 2004
2. CIEPAC, 'La Coca-Cola en Mexico: El Agua Tiembla', 7/1/2005; ver también Angela Enciso, 'Denuncian maniobras de Coca-Cola para adueñarse de agua en Chiapas', *La Jornada* (Mexico), 27/4/2005
3. Declaraciones de locales en entrevistas hechas por War on Want en Mehdiganj y Varanasi, diciembre de 2005
4. High Court Ruling, *Perumatty Grama Panchayat vs State of Kerala Judgement*, 16/12/2003; Paul Brown, 'Coca-Cola in India accused of leaving farms parched and land poisoned', *The Guardian*, 25/7/2003
5. Carta de la oficina de Perumatty Grama Panchayat a Hindustan Coca Cola Beverages, 18/11/2003
6. Rel-UITA (IUF Latin America), 'Coca-Cola contamina mejor', 16/6/2005; Blanca Abarca, 'Environmentalists Complain that Coca Cola is Hogging Water', *Inter Press Service*, 30/1/2003
7. BBC News, 'India to test Coca-Cola sludge', 7/8/2003; BBC News, 'Coca-Cola's "toxic" India fertiliser', 25/7/2003
8. Centre for Science and Environment, *Analysis of Pesticide Residues in Soft Drinks*, New Delhi, 5/8/2003
9. Randeep Ramesh, 'Soft-drink giants accused over pesticides', *The Guardian*, 5/2/2004; BBC News, 'India finds pesticides in colas', 4/8/2004
10. George Wright, 'Coca-Cola Withdraws Bottled Water from UK', *The Guardian*, 19/3/2004
11. Lesley Gill, 'Labor and Human Rights: "The Real Thing" in Colombia', *Report to the Human Rights Committee of the American Anthropological Association*, 28/11/2004; 'Colombian Union Renews Coke Suit', *Financial Times*, 16/4/2004
12. Elizabeth Woyke, 'Coke's Colombia Conundrum: Can the soft drinks giant still the storm over human rights?' *The Independent on Sunday*, 15/1/2006
13. United State District Court, Southern District of New York, 'Erol Türedi et al v The Coca-Cola Company, Coca-Cola Export Corporation, Coca-Cola İçecek AS and Corporate DOES 1-10', submitted by International Labor Rights Fund, 15/11/2005
14. Ascribe: The Public Interest Newswire, 'Human Rights Group Sues Coca-Cola for Torture of Workers in Turkey', 15/11/2005
- Associated Press, 'Coca-Cola sued over Turkish labor dispute', 15/11/2005
15. Página web Coca-Cola, www.cokefacts.org/facts/facts_aw_keyfacts.shtml
16. Comunicado ed prensa de Coca-Cola, 'The Spirit of Ramadan', 28/10/2005
17. Rel-UITA, 'Union announces victory at Coca-Cola Pakistan', 20/7/2005
18. Rel-UITA, 'A los trabajadores de FEMSA no se les reconoce el derecho a sindicalizarse', 28/11/2005
19. Rel-UITA, 'FEMSA Wants to Break Up Union', 9/1/2006
20. Rel-UITA, 'Se mantiene huelga en Coca Cola', 1/10/2004; 'Estalla huelga en Coca Cola', 30/10/2004; 'Transnacional Coca Cola repone a cinco trabajadores por mandato judicial', 24/11/2005
21. Rel-UITA, 'Trabajadores de Coca Cola van a la huelga por abusos de la empresa', 21/3/2005
22. Rel-UITA, 'Coca-Cola Continues to Oppose Union Organization in Russia', 18/9/2003
23. *Soft Drink, Hard Labour: Guatemalan Workers Take on Coca-Cola*, Latin America Bureau, julio de 1987
24. Rel-UITA, 'Coca Cola se burla de la Justicia', 13/9/2005; 'When life is at stake', *Irish Times*, 14/10/2005
25. Rel-UITA, 'Coca-Cola Bottler and IUF affiliate STECSA Sign New Collective Agreement in Guatemala', 23/12/2002
26. *Executive Summary of the Global March Report on the Football Stitching Industry of Pakistan*, Clean Clothes Campaign, mayo de 2002
27. BBC Sport, 'Games build-up marred by problems', 11/1/2006; Barbara McMahon, 'Olympic flame focus of hatred protests', *The Guardian*, 19/1/2006
28. *Corporate Responsibility: Citizenship Review for the Coca-Cola System in Great Britain*, Coca-Cola, noviembre de 2005
29. *Turning a Blind Eye: Hazardous Child Labor in El Salvador's Sugarcane Cultivation*, Human Rights Watch, 10/6/2004
30. Prof. Alex Molnar, *No Student Left Unsold: The Sixth Annual Report on Schoolhouse Commercialism Trend 2002-2003*, Commercialism in Education Research Unit (CERU), Education Policy Studies Laboratory, University of Arizona, octubre de 2003
31. Frank Swoboda, 'Pepsi Prank Fizzles at School's Coke Day', *Washington Post*, 26/3/1998
32. 'University of Michigan Bans Coke Products', *Los Angeles Times*, 31/12/2005
33. 'Soft Drink, Hard Task', *The Guardian*, 13/4/2005; Abigail Townsend 'Universities threaten to boycott Coca-Cola over Colombia record', *The Independent*, 5/2/2006
34. BBC News, 'Mexican shopkeeper defeats Coke', 17/11/2005

Publicado en marzo de 2006

Escrito por Joe Zacune

Traducido por Andrea Lenis Asensio

War on Want

Development House

56-64 Leonard Street

Londres EC2A 4LT

Reino Unido

Tel: +44 (0)20 7549 0555

Fax: +44 (0)20 7549 0556

E-mail: mailroom@waronwant.org

www.waronwant.org

Company limited by guarantee reg No 629916. Charity No. 208724

War on Want

War on Want lucha contra la pobreza en países en desarrollo, en colaboración y en solidaridad con las víctimas de la globalización.

Abogamos por los derechos de los trabajadores y luchamos contra las causas de la pobreza mundial, la desigualdad y la injusticia.

