

Coca-Cola y Pepsi intentan captar a los niños en las escuelas

En la actualidad, los países en vías de desarrollo representan los mercados de mayor crecimiento para los productores de refrescos, a medida que el consumo de refrescos carbonatados se ha estancado o ha disminuido ligeramente en los Estados Unidos y en partes de Europa. La industria de los refrescos está intentando captar a los consumidores en regiones como América Latina, el Oriente Medio y partes de Asia con campañas de comercialización que a menudo afectan a los niños y los jóvenes. A los gigantes de los refrescos les gusta asegurar la lealtad de sus clientes a la edad más temprana posible, e intentan captar a los niños en diversos entornos, lo que incluye las escuelas.

Los refrescos carbonatados (como Coca-Cola y Pepsi) y los refrescos no carbonatados (como las bebidas de jugo o zumo diluidas con agua y azúcar, el té endulzado y las bebidas deportivas) están a menudo al alcance de los estudiantes, quienes los pueden comprar en máquinas expendedoras, tiendas de la escuela y eventos escolares. Las actividades y las competencias atléticas auspiciadas por la escuela son entornos particularmente inadecuados para distribuir o promocionar refrescos y otras bebidas de bajo valor nutritivo. Es irónico que Coca-Cola Company de hecho promueva los refrescos carbonatados como una manera para que los estudiantes se mantengan hidratados durante y después de actividades físicas. Por ejemplo, en México, Uruguay y otros países, Coca-Cola Company promociona la Coca-Cola regular como fuente de hidratación como parte de los programas de actividad física que la compañía ha diseñado para los estudiantes de escuela primaria.

Un estudio comisionado a Euromonitor International, una destacada compañía de estudios de mercado, para la industria de los refrescos examinó casi dos docenas de países en Asia, América Central y América del Sur, y descubrió aumentos significativos en las ventas de refrescos carbonatados y no carbonatados en el entorno escolar.

La obesidad, que a menudo comienza durante la niñez, aumenta el riesgo de desarrollar enfermedades del corazón, diabetes y otras enfermedades graves. El consumo desmesurado de refrescos también podría reemplazar alimentos y bebidas más saludables y contribuir a la deficiencia de nutrientes. Los refrescos (tanto los de dieta como los regulares) también se han vinculado a la pérdida de densidad ósea.

¿Qué se está haciendo al respecto?

- Algunos países, como Francia, Grecia, Japón y el Reino Unido, han tomado medidas para detener las ventas de refrescos en los predios escolares.
- En los Estados Unidos y en gran parte de Europa, Coca-Cola Company y PepsiCo, a través de sus asociaciones de comerciantes de la industria, se han

comprometido a restringir la disponibilidad de los refrescos en los entornos escolares.

- La mayoría de los países que se examinaron en un informe preparado para la Federación Mundial del Corazón no tiene leyes o tiene leyes muy débiles para restringir la venta de refrescos en las escuelas.

Se deberían armonizar estas diversas leyes y compromisos para garantizar que los niños en edad escolar alrededor del mundo reciban bebidas saludables durante el día de clases.

Lo que usted puede hacer:

Es necesario que los padres, los legisladores, los oficiales escolares y los profesionales de la salud se unan y presionen a las embotelladoras locales de sus países para que sólo distribuyan bebidas saludables a los estudiantes de escuela, en particular en aquellos países donde no hay reglamentación. ¡Usted puede ayudar!

