

EXPULSEMOS A LA INDUSTRIA DE BEBIDAS ENDULZADAS DEL DEPORTE

Giovanni Vincenzo Infantino
Presidente, FIFA
Fédération Internationale de Football Association (FIFA)
FIFA-Strasse 20
Zúrich 8044, Suiza

Asunto: Más de 850,000 personas se han sumado al llamado: poner fin a la alianza de FIFA con Coca-Cola para 2030

Estimado presidente Infantino y miembros del Consejo de FIFA:

Durante la Copa Mundial de 2026, [personas de distintos países, culturas e idiomas se unieron en torno a un mensaje claro](#): las bebidas azucaradas no tienen cabida en el mayor escenario del fútbol.



Más de 850,000 personas. 105 organizaciones. 195 países. Un movimiento mundial en crecimiento. A lo largo del torneo, Kick Big Soda Out llegó a más de 100 millones de personas, llevando su llamado a aficionados al fútbol de todo el mundo.

FIFA tiene *ahora* una elección: tomar una postura o seguir lucrando con un acuerdo de patrocinio impopular que perjudica la salud y el planeta.

Según las propias estimaciones de FIFA, 5,200 millones de personas habían interactuado con el torneo tan solo al finalizar los octavos de final. Ese extraordinario alcance generó

EXPULSEMOS A LA INDUSTRIA DE BEBIDAS ENDULZADAS DEL DEPORTE

una enorme influencia, incluso sobre niñas, niños y jóvenes. Con cada gol, cada celebración y cada repetición, todos vimos a las mayores estrellas del fútbol promocionar inadvertidamente bebidas endulzadas que están vinculadas con la obesidad, la diabetes tipo 2 y otras enfermedades relacionadas con la alimentación.

Llamémoslo por su nombre: sportswashing. Una corporación mundial que se vale de la credibilidad del deporte para ocultar los daños asociados con su producto.

En 1986, FIFA anunció que dejaría de aceptar publicidad de patrocinadores de la industria tabacalera. El patrocinio de Coca-Cola está sujeto a renovación en 2030: el momento de actuar es ahora.

Hacemos un llamado a FIFA para que:

1. Se comprometa públicamente a poner fin a su acuerdo de patrocinio con The Coca-Cola Company.
2. Adopte una política de alianzas comerciales basada en la salud, acorde con los [estándares de integridad, inclusión y responsabilidad](#) de FIFA para sus patrocinadores corporativos, que excluya a los patrocinadores de bebidas endulzadas a partir de 2030.
3. Promueva alianzas con socios que reflejen la salud y el futuro de los jugadores, los aficionados y la comunidad.

La credibilidad del fútbol debe inspirar a las personas, no utilizarse para vender productos que les hacen daño.

Hace cuarenta años, FIFA marcó un límite con el tabaco. Es hora de marcar ese mismo límite con La Industria de Bebidas Endulzadas.

Saludos cordiales,
Movimiento Kick Big Soda Out