

COCA-COLA: LA HISTORIA NEGRA DE LAS AGUAS NEGRAS (SEGUNDA PARTE)

GUSTAVO CASTRO SOTO

San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México; 30 de octubre de 2003

La Compañía Coca-Cola prestó algunas de sus bodegas para que los militares torturaran a los opositores durante algunas dictaduras militares, o a líderes sindicales en Guatemala, Argentina y Colombia, entre otros países. Algunos dicen que después de la palabra "okey", la Coca-Cola es el término mundial más conocido. De la Coca-Cola hasta se han hecho películas. Es el símbolo de la sociedad norteamericana y de un imperio que, como en Irak y otros lados del mundo, arruina carreteras y caminos pero no las repara. Pero eso sí, la coca cola llega hasta la última comunidad, caserío o poblado más apartado del planeta. Para Jack Schofield, ingeniero británico, asegura que una cantidad determinada de Coca-Cola, mezclada con gasolina, prolonga en 4 veces la vida de un motor, produce un 20% más de potencia y reduce el consumo de aceite. De cualquier forma la gente la usa igual como agua purificada porque no hay agua entubada, o para refrescarse. También se sugiere para los que tienen baja la presión; para aliviar un dolor de cabeza, de indigestión o cualquier problema del estómago. Igual se rocía con Coca-Cola un filete de carne para asar. Otros dicen que ahogando un pantalón en coca cola no se destiñe. Hasta los médicos la recomiendan como medicina mientras otros afirman que pasarán 72 horas para que el estómago deje de estar negro por su ingestión. Pero también es causante de gastritis en comunidades rurales y hasta riñas en la comunidad indígena de Chamula por la competencia entre el consumo de Coca-Cola y Pepsi-Cola. Y es que ahí está la clave, el punto débil de cualquier transnacional es la voluntad de los consumidores. Algunas comunidades indígenas de Chiapas y hasta de Honduras han lanzado una campaña de boicot al consumo de esta bebida. La campaña es tan consciente que, así se estén muriendo de sed, José, por ejemplo, un campesino hondureño, no agarra una botella de Coca-Cola. Sin embargo, se presenta un dilema: cuál es la alternativa.

En algunas fuentes encontramos que una lata de Coca-Cola contiene el equivalente a 10 cucharaditas de azúcar para té; la tercera parte de cafeína que una taza de café y la misma cantidad de ácido fosfórico que un zumo de naranja. Hasta hace poco era el mayor consumidor de azúcar. Hoy destruye la producción cañera porque importa, para endulzar su jarabe, alta fructuosa proveniente del maíz transgénico de los Estados Unidos. También la Compañía Coca-Cola está señalada como una de las empresas que más consumió hojas de coca en todo el mundo. Requiere importar cada año más de 500 toneladas de hoja de coca desde Perú y Bolivia para completar los insumos de su famosa fórmula 7 X. Es una de las causas por las que se le señala que, consumida en exceso, genera adicción. La expansión mundial de la Coca-Cola se hizo posible al agresivo

comportamiento de la transnacional en el momento de imponer el consumo por encima de cualquier hábito cultural de los pueblos. O de plano sustituyendo bebidas culturales tradicionales por la Coca-Cola, como hasta en las más ordinarias fiestas de las culturas occidentales y orientales. Veamos cómo fue su proceso de expansión al iniciar el siglo XX.

LA TERCERA EPOCA DE COCA-COLA.

Nos remontamos a 1919. En el mes de agosto el Banco de Depósitos de Georgia ofreció a sus socios comprar una acción de la Compañía Coca-Cola por cada acción que tuvieran en el banco, y sólo si depositaban USD\$195 dólares por acción dentro del periodo de cinco días, con la promesa de devolverles USD\$190 dólares un mes después. Las acciones se vendieron en USD\$40 dólares cada una y casi la mitad fue adquirida en Atlanta. El periódico "Atlanta Constitution" anunció en primera plana: "Coca-Cola comprada por una sociedad de Atlanta. El Banco de Depósitos de Georgia adquiere la bebida nacional". Los Candler eran repentinamente muy ricos, pues recibieron 15 millones de dólares en efectivo y 10 millones en acciones preferentes. Sin embargo, Asa Candler no sabía nada hasta que sus hijos firmaron la opción. Se negó a asistir a las reuniones de la junta empresarial donde se aprobó la venta. Estaba hundido en la tristeza. Su esposa Lucy había fallecido de cáncer meses antes y ahora el magnate, despojado de la Coca-Cola, se sentía traicionado. La historia negra se vuelve más oscura.

La empresa seguía creciendo. Una acción de Coca-Cola original de 1919 equivaldría a mil 152 acciones en 1991, además de proporcionar un dividendo acumulativo de USD\$10,000 dólares. Si los dividendos de una acción original se hubiera reinvertido en Coca-Cola, los USD\$40 dólares de cada acción, o sólo cinco dólares para los miembros del sindicato, habrían rendido hoy casi dos millones de dólares. Con una de las acciones de USD\$100 dólares de Candler en 1892 hoy tendríamos USD\$2,000 millones de dólares.

Entramos ya a la década de los años 20's, tiempo en que la empresa pone por primera vez propaganda con rótulos en los caminos y carreteras. Por primera vez incursiona en la publicidad por radio. Su expansión es tal que crea el Departamento de Extranjero para coordinar sus ventas en otros países. Para entonces la Coca-Cola se vendía en China y llega por primera vez a España. En 1920 llega a Atlanta el mayor cargamento de azúcar jamás recibido en Georgia con 4,100 toneladas. En 1921 la Coca-Cola tiene una mala experiencia en Europa ya que el refresco provocó intoxicaciones. No advirtieron a los embotelladores que los tapones de corcho que se utilizaban se tenían que esterilizar, y que el agua fuera pura y no alcalina, ya que las bacterias del jarabe reaccionaban rápidamente al contacto con el corcho y producían una bebida tóxica. Pero en 1923 se comete el error empresarial más grave. La Compañía Pepsi-Cola se encontraba en bancarrota y vuelve a ofrecer todas sus acciones a la Coca-Cola. Nuevamente se niega a comprarla. Sin embargo, Pepsi sobrevive a su crisis. Pasarían diez años más para la tercera y última oferta de venderla a la empresa Coca-Cola, lo que rechazará nuevamente. En ese mismo año Robert. W. Woodruff es elegido Presidente de la Compañía Coca-Cola. Con esto recupera la inversión que hizo cuando adquirió 3,500

acciones en 1922. Durante su gestión se le criticó por los bajos salarios que otorgaba a sus empleados mientras el multimillonario veía crecer su fortuna.

En las Navidades de 1925 Coca-Cola modifica su estrategia laboral. Para supuestamente "motivar" a sus vendedores, los despide. La marca se vendía por sí sola. Para iniciar el año de 1926 los vuelve a contratar como "asistentes de servicios". En 1926 la Compañía Coca-Cola contrata a la Agencia de Detectives Pinkerton para que investigaran en los bares, pidieran una Coca-Cola y tomaran muestras para ser analizadas químicamente y demostrar las posibles falsificaciones. Dicen que encontraron más de siete mil falsificaciones. Cuando Coca-Cola entabló juicios, todos los ganó. En 1927, a los cinco años de su gestión, Woodruff informaba que las ventas se habían incrementado notablemente, pasando de 64 millones de litros en 1923 hasta 87 millones de litros en 1927. Con el dinero que entraba en abundancia retiró de la circulación las acciones preferentes dejando a Coca-Cola libre de deudas. Desde USD\$65 dólares en 1923 las acciones de Coca-Cola habían subido a USD\$200 dólares en 1927. En este año muere Asa Candler, el segundo propietario de la Compañía Coca-Cola.

Nos encontramos en el año de 1928 que marca un rumbo especial de la Compañía Coca-Cola en el mundo. Al mismo tiempo en que el volumen de ventas de refrescos en botellas supera a las vendidas a través de máquinas dispensadoras, la Coca-Cola se marca como tatuaje a partir de este año al Movimiento Olímpico con financiamiento y propaganda. En la publicación oficial de Coca-Cola, "Red Barrel" (Barril Rojo), anunció en 1929 que ya estaba presente en 78 países, aunque sólo se embotellaba Coca-Cola en 27 de ellos. En su edición especial se leía: "Pocos americanos saben que ahora se puede encontrar Coca-cola en las plazas de toros de la alegre España o México; en el estadio de los Juegos Olímpicos; en Holanda, la tierra de los canales, en lo alto de la Torre Eiffel; tras el templo budista de Rangúin; en la remota Birmania y junto al Coliseo de la histórica Roma". Coca-Cola se encontraba en su máxima expansión con su lema "La pausa que refresca" y se instala el primer letrero luminoso en Times Square en las calles de Nueva York. Para 1929 Woodruff poseía una finca de 12 mil hectáreas en el sudeste de Georgia - coto de caza- y frecuentemente viajaba de su casa en Atlanta a su ático en Nueva York o su rancho en Wyoming.

Llega la gran depresión mundial de 1929, hace 74 años. En el derrumbe de la bolsa de valores el 29 de octubre Coca-Cola aguantó bien el desplome y sus acciones variaron muy poco, entre USD\$134 y USD\$137 dólares, y más bien su valor fue aumentando poco a poco llegando a USD\$200 dólares cada acción en 1935, siendo de las acciones industriales más altas. Como nuestros actuales gobiernos, en ese momento no sabían de dónde sacar dinero. El gobernador de Georgia propone entonces resucitar un antiguo impuesto sobre las ganancias. Woodruff amenazó entonces con cambiar la empresa a otro estado antes que pagar esos impuestos. Y así lo hizo, se trasladó a Delaware por una década hasta que se modificaran las leyes en Georgia. Hasta un refresco de la Compañía recuerda este momento: "Delaware Punch". Incluso durante este tiempo pagó a un periodista para que sacara dos columnas semanales contra el citado impuesto sobre la bebida. Artículos que se editaron en casi cien periódicos rurales. Y

naturalmente se enviaban copias a influyentes hombres de negocios y miembros de la Asamblea General.

La presión política de la Compañía Coca-Cola iba más allá. Por su expansión, la empresa requería importar más hojas de coca pero el congreso de los Estados Unidos sólo permitía la entrada de 90 toneladas de coca al año. En el año de 1931 Woodruff se dedica a cabildear en el congreso y con la ayuda del senador por Georgia, Walter George, logró sacar un proyecto que permitía la importación adicional de hoja de coca si la compañía se encargaba de destruir el alcaloide. Por si las dudas, Woodruff viajó secretamente a Perú para intentar instalar una fábrica allá. Sin embargo, con sus cabildos y discretas ayudas financieras para las organizaciones antinarcóticos y congresistas, logró sus objetivos.

Más ganancias, pagar menos impuestos, permitir más el consumo de coca, instalarse donde más agua hubiera, pagar poco a los obreros y ligar para siempre los Juegos Olímpicos con la Coca-Cola, no fueron suficientes. En 1931 logra entrar en el sentimiento y corazón religioso de todo el mundo occidental cuya comercialización arraigaría a la empresa hasta en las culturas más ajenas. Nos referimos a la figura de Santa Claus o Papá Noel, como se le conoce en los países nórdicos. Ya nadie se acuerda, pero este personaje se representaba con colores verdes, azules, negros y amarillos. El reinvento de Santa Claus fue gracias a Haddom Sundblom de origen sueco, quien durante muchos años fue ilustrador de Coca-Cola aunque no le gustaba el refresco. A Sundblom se le ocurrió representar al personaje como un abuelo jovial y simpático, con una gran barba, bonachón y gordinflón, feliz, y vestido con un cinturón, gorrito y sus botas negras. Y algo esencial: con los colores de la marca Coca-Cola. Desde entonces todos nos la tragamos. Cualquier chico espera que Santa Claus baje por la chimenea de su casa, si la tiene porque si no se lo imagina, para que le deje unos regalos. Desde décadas atrás ha sido difícil para muchos sectores de la sociedad concebir la Navidad sin este personaje y la Coca-Cola. Los niños ricos o pobres; del norte o del sur; católicos o evangélicos, se pueden tomar una fotografía sentados en las piernas del Santa Claus que circula por las calles de Nueva York o frente al pinito de Navidad de Coca-Cola que la empresa instala frente a la Catedral de San Cristóbal de Las Casas, en Chiapas, donde también la empresa pone un nacimiento del Niño Jesús con su estrella Coca-Cola sin que el obispo pueda hacer nada.

Pero regresémosnos a la década de los 30's. La Junta directiva de Coca-Cola no estaba satisfecha con la presidencia de Howard Candler, hijo de Asa Candler, quien fuera el segundo propietario de la marca. Entonces le ofrecen la presidencia de la Compañía a Robert Woodruff, hijo de Ernest Woodruff, dueño en ese momento de la Coca-Cola, aunque éste no estuviera de acuerdo. Pero Robert, como vicepresidente de la Compañía White Motor, ganaba USD\$75 mil dólares al año más comisiones, mientras que la Coca-Cola le ofrecía un sueldo anual de USD\$39 mil dólares, y Walter Teagle le ofrecía la presidencia de Standard Oil por un salario de USD\$250 mil dólares anuales. Entonces Robert, que en ese momento tenía 33 años de edad, nada tonto, decide cotizar bien sus servicios e hizo una contraoferta a Coca-Cola: aceptaría la presidencia sobre la base de un

suelo más el 5% de todo el incremento anual de ventas de la empresa, y que se le entregaran plenos poderes sin oposición de su padre. Obviamente Ernest Woodruff rechazó la idea de su hijo, pero finalmente la aceptó y Robert Woodruff asumió la presidencia de la Compañía Coca-Cola en 1932 en donde permanecerá por décadas. Durante su gestión convirtió a la empresa en una de las transnacionales más grandes del mundo. En 1933 Pepsi-Cola, por tercera y última vez, quiere vender la empresa a Coca-Cola, pero la compañía dice no. De esto ser arrepentirían hasta la fecha.

Ernest Woodruff inicia la expansión de la transnacional. Hace que la Coca-Cola penetre en el sector educativo, en todos los colegios. Un embotellador de Texas decía con orgullo que "los chicos juegan al baloncesto en los recreos con balones Coca-Cola, utilizan gomas de borrar de Coca-Cola, consultan los termómetros Coca-Cola, y escriben sus apuntes en cuadernos Coca-Cola". Sin embargo, algunos directores de escuelas no estaban tan dispuestos a aceptar publicidad gratuita. Woodruff, en una cena especial para sus directivos, les dijo que el éxito de Coca-Cola tendía a fomentar la "independencia financiera" (característica de las multinacionales). Uno de ellos pronunció un breve discurso titulado "Mañana": "Surgirán roces y aflicciones, Los hombres se sentirán sumamente irritados, y sus sentimientos se pondrán a prueba (...) pueden surgir guerras. Podemos sobrevivir a ellas. Pueden desatarse revoluciones. Y nosotros subsistiremos. Los cuatro jinetes del Apocalipsis pueden cabalgar sobre la Tierra y volver y Coca-Cola seguirá existiendo. El lema de perdurar, concluyó, era que Coca-Cola no es el ayer, es el mañana." Coca-Cola llegó a enraizarse tanto en la cultura gringa que en 1938 se la denominó "la bebida por excelencia de Estados Unidos".

Pero la habilidad de Robert Woodruff iba más allá. Burlaba con facilidad a gobiernos y empresas competidoras. Poco a poco fue adquiriendo las compañías embotelladoras matrices, una después de la otra. Sin embargo se topó con su histórico error. Más de 40 años tuvieron que pasar para que la Compañía Pepsi-Cola, luego de ofrecer su venta a Coca-Cola, lograra consolidarse en el mercado. En los años 30's se consolida y desde entonces se encontrará en pleitos legales con Coca-Cola. En 1939 se encontraba en pleitos legales en 24 países. Pepsi entabló un juicio en la Oficina de patentes alegando que "Coca" y "Cola" eran términos descriptivos y no podrían ser registrados con exclusividad. Walter Mack, el presidente de Pepsi, recibió la llamada telefónica de una mujer viuda de un imitador de Coca-Cola, que le dijo: "Coca-Cola lo va a eliminar de la industria. Mi esposo también tenía razón, pero ellos lo eliminaron. Todavía tengo una fotocopia del cheque que le dieron". Mack le pidió que le prestara la fotocopia, la cual revelaría que Coca-Cola, mediante el soborno, había conseguido la victoria por la cantidad de USD\$35 mil dólares. Frente a esta prueba, los abogados de Coca-Cola solicitaron un receso de tres días. Entonces Robert Woodruff telefoneó a Mack para pedir que almorzara con él. El magnate de Coca-Cola le dijo: "He estado pensando. Este pleito entre nosotros no le hace bien a nadie (...) ¿No crees que debiéramos llegar a un acuerdo?". Y llegaron. Woodruff firmó un acuerdo donde Coca-Cola reconocería la marca Pepsi en Estados Unidos, ya que la compañía era propietaria de todos los nombres que llevaran el nombre de "cola".

En 1939 inicia la II Guerra Mundial y mientras Europa se debatía en guerra, la Compañía Coca-Cola se fortalecería determinando las economías de otros países, sus políticas y hasta sus culturas. Para estas fechas los hombres de Coca-Cola en Alemania vendían casi 4.5 millones de botellas al año. Estaban en funcionamiento 43 fábricas y otras 9 en construcción. El Mariscal Goering permitió la importación del ingrediente secreto 7X para la elaboración de Coca-Cola, ya que de fondo pretendía nacionalizar la empresa y apropiarse de la fórmula. En aquél entonces el publicista William C. D'Arcy (1942) sugirió: "La Coca-Cola no es una necesidad fundamental, como nos gustaría que fuera. Es una idea - es un símbolo - es la marca que distingue a un talento inspirado." La guerra unió a la política con el comercio. A principios de 1940 el gobernador de Georgia solicitó un trato especial a las compañías refresqueras y se probó por voto unánime: "lo que es bueno para Coca-Cola, señaló el gobernador, es bueno para Georgia". Así, Coca-Cola regresa de Delaware a su ciudad natal luego de exentarle de los impuestos que le hicieron huir, cuando en ese mismo año la empresa contaba con un presupuesto para publicidad de USD\$10 millones de dólares. Sin embargo, hubo otro problema que habría que sortear. El Congreso de los Estados Unidos había aprobado un proyecto para prohibir la importación de hojas de coca cuyo objetivo no fuera medicinal. Pero la guerra le solucionó todos los obstáculos a la Coca-Cola.

CUARTA ETAPA: COCA-COLA EN EL FRENTE DE GUERRA

Los países aliados estaban desesperados y querían a los gringos de su lado, con su dinero y su ayuda para combatir a Hitler y sus fuerzas alemanas. Con el bombardeo de Japón sobre las islas norteamericanas de Pearl Harbor en 1941, no sólo ayudó a que Estados Unidos entrara a la II Guerra Mundial y con ello saliera de la depresión iniciada en 1929 mediante la reactivación de la economía basada en el crecimiento de la industria militar, sino que fue el momento clave para que la transnacional Coca-Cola llegara hasta los rincones más insospechados, hasta el soldado más retirado en cualquier frente de guerra. El presidente de la Compañía Coca-Cola, Robert Woodruff, "El Jefe", decide lanzar entonces una campaña patriótica y comercial para la marca: "Procuraremos que todos los hombres de uniforme reciban una botella de Coca-Cola dondequiera que estén y cualquiera que sea el coste para nuestra compañía". De esta forma Coca-Cola pone en marcha el plan más ambicioso con el fin de construir plantas embotelladoras que abastecieran al ejército de los Estados Unidos. Entre los militares, el personal de la empresa era conocido como los "Coroneles de Coca-Cola", ya que usaban ropa militar y tenían rango militar de acuerdo a su categoría dentro de la empresa.

Así, Coca-Cola desplazó a su personal todos los frentes de batalla. Desde Nueva Guinea al Mediterráneo, la compañía siguió a los soldados norteamericanos a través de todos los continentes, excepto la Antártida, suministrándoles más de 10.000.000 de botellas e instalando 64 fábricas. Los gastos de montaje iban por cuenta del gobierno. Coca-Cola desplegó un contingente de 248 hombres por todo el mundo. Los técnicos que instalaban las fábricas tras las líneas de avanzada eran considerados tan imprescindibles como los mecánicos que reparaban los carros de combate o los aviones. En 1941, un inspector de Sanidad del Ejército rogó a sus superiores que enviaran Coca-Cola para sus

soldados, ya que consideraba la falta de la bebida como la mayor calamidad que sufría la tropa. Parece exagerado, pero no. Tampoco un francés vive fuera sin su vino, un mexicano sin su tequila, un indígena chiapaneco sin su posh, un uruguayo sin su mate, un boliviano sin su chicha, un ruso sin su vodka o un escocés sin su whisky. Así, un soldado gringo sin su coca cola. De hecho, entre las cartas de los soldados norteamericanos en el frente de guerra se narran cosas increíbles. Por ejemplo: *"...Hoy es un día especial. Todos recibimos en la compañía una botella de Coca-Cola. Esto puede no parecer demasiado importante, pero si hubieras visto a todos esos individuos que han estado más de veinte meses navegando apretar contra su pecho la botella, correr hacia su tienda de campaña... y quedarse mirándola... no sabían que hacer. Nadie había bebido su Coca-Cola todavía, porque después de que lo hicieran todo habría acabado, todo habría pasado (...)"*. (Soldado Dave Edwards, en una carta a su hermano. Italia, 1944).

Otro escribió: *"... Si alguien nos preguntara por qué combatimos, creo que la mitad de nosotros contestarían: por el derecho de comprar Coca-Cola en paz."* (Soldado Tim Dorsey, en carta dirigida a la compañía. Francia, Julio 1944.)En el mismo año, otra carta decía *"... pensaréis que vuestro hijo ha tenido la cabeza demasiado tiempo al sol, pero hace dos días caminamos 16 km. para comprar un cajón de Coca-Cola y luego lo cargamos otros 16 km. para regresar a la compañía. Jamás podríais imaginar lo bien que sabía..."* (Soldado Allan Davidson, a sus padres. Normandía, 1944). Sin embargo, para algunos historiadores de la marca, el verdadero adicto a Coca-Cola era Ike Eisenhower, que además de llegar a ser presidente de su país, también fue presidente de una planta embotelladora de Coca-Cola. Un camino parecido al que siguió el actual presidente mexicano, Vicente Fox.

En 1941 Coca-Cola crea su refresco Sprite. Un año después, cuando la guerra se agudiza, la Coca-Cola se deja de importar en Alemania. Los empresarios alemanes dueños de las embotelladoras, entre ellos Max Schmeling, campeón mundial de boxeo, tuvieron que ver la forma para mantener sus fábricas en marcha. Luego de mil vueltas inventaron un nuevo refresco que hoy conocemos como Fanta, nacida bajo régimen nazi. En territorio nazi, en plena batalla y siendo Coca-Cola una marca "non grata", los embotelladores se atrevían a incluir la frase "es un producto de Coca-Cola GmbH" en las etiquetas, ya que así disponían de cierta garantía de calidad de cara al consumidor nacional.

Pero Coca-Cola no dejó de aumentar sus ganancias. En 1943 se vendieron más de 3 millones de cajas, aunque la mayoría de las veces se utilizaba para endulzar té, ya que el azúcar estaba rigurosamente racionado. Por su lado, para mantener el equilibrio con el gobierno nazi, los embotelladores se veían con la obligación de prestar sus camiones de reparto para el transporte y distribución de agua. Para evitar que las botellas de Fanta fueran destruidas en los continuos "raids" aéreos, eran almacenadas llenas de agua para evitar las vibraciones, en cuevas y pozos de minas. Pero a pesar de todos los esfuerzos por salvar los envases, nada pudieron hacer por preservar sus fábricas. Las 43 embotelladoras fueron destruidas. Al final de la guerra, el gobierno nazi instó a la

compañía, bajo amenaza de deportarlos a un campo de concentración, a cambiar su nombre en un plazo máximo de dos días. Curiosamente Hitler se suicida el día después.

NO LO VAS CREER...

- Hoy, la mayor máquina expendedora de Coca-Cola está en Alemania. Tiene una capacidad para 864 latas (pero en 1946 en Estados Unidos, el arcón frigorífico de mayor capacidad contenía 1.098 botellas).
- En 1923, Coca-Cola se vendía en cada uno de los bares no alcohólicos de los Estados Unidos y según las normas de la compañía debía servirse a 0°, con hielo picado, en un vaso de Coca-Cola de forma acampanada y con la marca que indicaba el nivel de jarabe.
- En 1924 se procedió la "estandarización" del producto y la imagen exterior. Los empleados vestirían uniforme, una camisa rayada blanca y verde botella y pantalones verdes; y los camiones serían amarillos y rojos con las llantas y guardabarros negros.
- Durante los años 30 aparecieron en los anuncios de Coca-Cola los actores más famosos: Claudette Colbert, Greta Garbo, Jean Harlow, Clark Gable, Cary Grant, Carole Lombard, Loretta Young, el Tarzán de las películas y nadador olímpico Johnny Weismuller, Maureen O'Sullivan; Spencer Tracy y Joan Crawford que más tarde se casaría con el presidente de Pepsi-Cola.
- En la década de los 30, la compañía de aviación Delta Airlines fue la primera en servir el refresco a sus clientes. Sus aviones Fokker llevaban en sus alas el logotipo de Coca-Cola.
- Entre los criterios para usar la marca en publicidad en los años 30: no separar la marca Coca-Cola en dos líneas; la frase "marca registrada" siempre aparecerá en el trazo de rúbrica de la primera C; no mostrar ni insinuar que Coca-Cola puede ser bebida por niños de corta edad.
- El General McArthur autografió la primera botella producida en la planta de las Filipinas.
- El héroe de Battan, el General Wainwright, se fotografió en plena campaña con tres de los símbolos más americanos: un bate de béisbol, una hamburguesa y una Coca-Cola.
- En 1930 la compañía crea The Coca-Cola Export Corporation. Aparece el primer frigorífico de Coca-Cola.
- En 1935 se fabrica el primer distribuidor automático de botellas para oficinas y fábricas.
- En 1937 el primer distribuidor con grifo (de barril) se presenta en la Feria Mundial de Chicago.
- En 1942 Islandia fue el primer país europeo donde se instaló una embotelladora en tiempo de guerra, y logró el récord de consumo per cápita frente a cualquier país del mundo, incluido Estados Unidos. Hoy Estados Unidos y México son los mayores consumidores mundiales de Coca-Cola.

- En 1942 Otto Dietrich, jefe de prensa de los nazis, declaró que "los americanos no habían dado otra cosa a la civilización que no fuera la goma de mascar y la Coca-Cola".
- La primera botella distribuida en plena guerra salió de la planta embotelladora de Coca-Cola en Orán, Argelia, en las Navidades de 1943.
- Los soldados soviéticos se expresaban de la Coca-Cola: "ETO ZDOROVO" (¡¡¡Es grandiosa!!!)
- Durante la guerra, una botella de Coca-Cola era de 5 centavos; pero se llegó a cotizar entre 5\$ y 40 dólares, lo que equivale entre 100 y el 800% más caro.
- Dicen que Mary Churchill, hija del primer ministro británico, bautizó un destructor de la Marina Real británica con una botella de Coca-Cola; y que en la batalla de Bulge un sacerdote, ante la falta de vino, consagró con Coca-Cola.
- En los primeros meses de 1945 un grupo de prisioneros de guerra alemanes, al llegar a Nueva York y ver los anuncios de Coca-Cola, se sorprendieron, ya que pensaban que la marca era alemana.
- Las emisiones de radio del Imperio japonés proclamaban que "con Coca-Cola hemos importado los gérmenes del mal de la sociedad americana". No muchos años después, Japón será el mayor consumidor del refresco en el continente asiático.
- China, en 1949, gobernada por Mao Tse Tung, se aísla tras la "Cortina de Bambú". Este paso causa terror a la compañía ya que uno de los ingredientes básicos de la fórmula secreta 7X es la casia, o canela de la China. Sin embargo, Coca-Cola prosigue sus negocios con los chinos a través de Londres.

Fuentes: Luis Capilla, "Las Multinacionales, Voraces Pulpos Planetarios"; Coca-Cola Company; Joan Bonet; Tanga Word; CokeWatch; Polaris Institute; Mark Pendergrast, "Dios, Patria y Coca-Cola"; Alison Gregor, "Coca-Cola: La religión global"; "Coca Cola, una historia empresarial de terror y crimen", Sinaltrainal/Rebelión, 3 de septiembre del 2002; Grupo de Apoyo Suiza, "Colombia Nunca Más"; SINALTRAINAL; Boletín Informativo Comercio y Desarrollo, No.10, Abril 2002, Guatemala.