

Cómo Coca-Cola rehízo con video de IA su anuncio navideño del camión

Datos al 2026-10-28

En resumen

Para Navidad, y otra vez al año siguiente, Coca-Cola encargó a estudios externos rehacer su viejo anuncio navideño del camión con video de IA en lugar de una filmación. Un generador de video con IA es un programa que convierte una descripción escrita en unos segundos de imagen en movimiento. Las personas escriben las descripciones, eligen los buenos entre miles de clips, los corrigen y los editan hasta armar el anuncio. En conjunto, la IA hizo el anuncio más rápido, y al público común que no sabía que era IA le gustó. También cometió errores visibles, enojó a quienes viven de hacer anuncios y arte, y nada fuera de la empresa muestra si los anuncios cambiaron las ventas de Coca-Cola.

1. Qué hicieron con IA

El anuncio de 2024 conservó la historia de la película de 1995: Pratik Thakar, que dirige la IA generativa en Coca-Cola, dijo que nunca le pidieron a la IA una trama^[1]. Thakar dijo que todas las decisiones creativas las tomaron personas, que repetían y reescribían cada clip hasta que funcionaba^[1], y que músicos de verdad, no la IA, volvieron a grabar la música^[1]. Lo que hizo la IA fueron las imágenes. Para 2025 la empresa lo repitió, y The Hollywood Reporter encontró solo animales en pantalla, con Santa Claus como única persona^[2], generado solo a partir de pinturas antiguas de Haddon Sundblom que son de Coca-Cola^[2]. Esta vez, según The Grocer, una leyenda en pantalla avisaba que el anuncio se hizo con IA^[3].

2. Lo que logró la IA

La IA hizo el anuncio rápido. Para el anuncio de 2025, Secret Level, uno de los estudios, dijo que cinco especialistas en IA revisaron más de 70,000 clips generados en 30 días^[4]. En noviembre de 2025, el director de marketing, Manolo Arroyo, dijo al Wall Street Journal que antes una filmación empezaba con un año de anticipación, y que ahora la producción tomaba cerca de un mes^[5].

El público común disfrutó el resultado. En 2024, System1, que prueba anuncios con grupos de espectadores comunes, dio al anuncio con IA 5.9 estrellas, su calificación más alta^[6] y la misma que System1 había dado al original filmado^[7].

La empresa está convencida. Coca-Cola dijo a Marketing Week que el anuncio de 2024 costó la décima parte de lo que habría costado antes^[8]. En noviembre de 2025, Islam ElDessouky, de Coca-Cola, llamó al anuncio de 2025 uno de los mejor evaluados de su historia^[9]. ElDessouky dijo que la empresa seguirá usando IA porque le da resultados de negocio^[9].

Fuera de la empresa, el público estuvo mayormente de acuerdo. Sprout Social, que sigue las redes sociales, encontró que el 61% de la conversación sobre el anuncio de 2025 fue positiva^[10]. PetaPixel reportó que el anuncio de 2024 cayó mal entre los profesionales creativos, no entre el público general^[11].

Nuestra opinión: en el encargo que Coca-Cola le dio, la IA cumplió. Pero las cifras de tiempo y ahorro vienen solo de la empresa y de los estudios que contrató, que ganan al contarlo así.

3. Lo que no logró

Pero System1 dijo que en 2024 nunca le avisó a su grupo que era de IA.^[6] Muestra gusto, no aceptación: la mayoría de los encuestados por Harris Poll dijo que los anuncios hechos con IA le quitan ganas de comprar.^[12]

En emoción, quedó corta frente al cine: en la prueba de DAVID, la versión con IA más cálida tenía 38% menos probabilidad de hacer sentir calidez que el anuncio filmado de 2020.^[13] No pudo mantener igual el camión de la propia marca: en el anuncio de 2025, solo dos de 11 escenas del camión muestran el mismo camión, contó un columnista en The Drum.^[14] Creative Bloq y TechRadar vieron cambiar su estilo de una toma a otra.^{[15][16]}

Artistas y creativos de publicidad lo atacaron. El creador de Gravity Falls, Alex Hirsch, escribió que la Coca está hecha "con la sangre de artistas sin trabajo".^[17] Un estratega de Dentsu dijo que le entregó "las herramientas de la creatividad a la máquina".^[18] En 2025, la ilustradora Karla Ortiz llamó a un boicot.^[19]

Lo que no sabemos

- Cuánto costó cada anuncio frente a uno filmado, porque Coca-Cola no lo dijo, y el ahorro es la razón principal para intentarlo.
- Si los anuncios movieron las ventas de Coca-Cola o la imagen de la marca, lo que mostraría si las críticas le costaron clientes.
- Cómo califica la gente el anuncio cuando sabe que es de IA, la respuesta que necesita una marca que cuida a sus clientes.
- Si Coca-Cola hará otro anuncio navideño con IA, lo que mostraría que cree que valió la pena.

4. Qué significa para cualquier negocio

Para un negocio pequeño, el riesgo es distinto. Un evaluador de anuncios escribió que el rechazo a la IA preocupa menos a las marcas pequeñas^[6]. El director de una agencia le dijo a MediaPost que una marca más pequeña o más nueva que haga lo mismo podría sufrir un daño duradero^[20]. Así que pruébalo en un video corto de temporada, no en tu anuncio principal.

El dueño, o quien maneja tus redes sociales, tiene que hacerse cargo. En Canadá, las pautas de Ad Standards de octubre de 2025 piden avisar cuando un contenido se hizo o se cambió mucho con IA^[21], y una etiqueta no salva un anuncio que engaña en su conjunto^[22].

Una suscripción compartida de video con IA cuesta de \$144 a \$420 al año, frente a \$500 a \$2,980 al año por contratar a un videógrafo local para un video corto^{[23][24]}.

Esta semana, haz un video corto con IA de una escena navideña, no de lo que vendes, y publícalo junto a tu publicación de siempre para comparar. Deja tus productos reales: una persona en Ontario le dijo a Daily Hive que no va a restaurantes que usan imágenes de su comida hechas con IA^[22].

5. Lo que podemos aprender de ellos

Decide, antes del primer clip, qué trabajos se quedan con las personas. Coca-Cola dejó la historia, las decisiones y la música en manos humanas, y por eso el anuncio todavía se sentía suyo. Una herramienta puede hacer las imágenes; nunca debe ser dueña del mensaje que siente un cliente.

Sabe qué preguntó tu prueba. Una buena calificación de personas a quienes les gustó un anuncio no es lo mismo que aceptar cómo se hizo, así que haz ambas preguntas.

Dale a una persona la tarea de revisar cada toma contra la anterior. La IA cambió el camión de la propia marca, y nadie lo notó antes que el público.

Di cómo se hizo antes de que alguien tenga que descubrirlo. Coca-Cola puso una etiqueta en su segundo anuncio; ponerla en el primero no habría costado nada.

Fuentes

1. Digiday, "Future of TV Briefing: A Q&A with Coca-Cola's generative AI head about that holiday ad", 2024-11-20. The full question-and-answer interview with the head of generative AI about the 2024 ad. <https://digiday.com/future-of-tv/future-of-tv-briefing-a-qa-with-coca-colas-generative-ai-head-about-that-holiday-ad/> (consultado 2026-10-28)
2. The Hollywood Reporter, "Coca-Cola Is Trying Another AI Holiday Ad. Executives Say This Time Is Different". <https://www.hollywoodreporter.com/business/digital/coke-new-ai-holiday-ad-video-1236416491/> (consultado 2026-10-28)
3. The Grocer, "Coca-Cola runs AI-generated Christmas ad for second year". <https://www.thegrocer.co.uk/news/coca-cola-runs-ai-generated-christmas-ad-for-second-year/711468.article> (consultado 2026-10-28)

4. Best Media Info, "AI is a force multiplier, says Coca-Cola's Pratik Thakar amid holiday-ad backlash", 2025-11-06. Free fetch returned a 403, so read through Firecrawl. <https://bestmediainfo.com/mediainfo/advertising/ai-is-a-force-multiplier-says-coca-colas-pratik-thakar-amid-holiday-ad-backlash-10626667> (consultado 2026-10-28)
5. Dataconomy, "Coca-Cola's new AI-generated Christmas ad shows why generative video still struggles with realism", 2025-11-04. Relays the Wall Street Journal report. The Journal article itself is behind a login wall (a Tiger Brokers copy shows only its first lines). <https://dataconomy.com/2025/11/04/coca-colas-new-ai-generated-christmas-ad-shows-why-generative-video-still-struggles-with-realism> (consultado 2026-10-28)
6. B&T, "Coke, Christmas And The AI Challenge", 2024-12-05. Opinion piece by Andrew Tindall of System1. <https://www.bandt.com.au/coke-christmas-and-the-ai-challenge/> (consultado 2026-10-28)
7. MediaPost, "Not Everyone Hated That AI-Generated Coca-Cola Holiday Ad", 2024-11-23. <https://www.mediapost.com/publications/article/401376/not-everyone-hated-that-ai-generated-coca-cola-hol.html> (consultado 2026-10-28)
8. Marketing Week, "Coca-Cola launches new AI version of 'Holidays Are Coming'". Used only for the cost claim, which the page takes from an earlier Marketing Week interview with Meza. <https://www.marketingweek.com/coca-cola-ai-version-holidays-are-coming/> (consultado 2026-10-28)
9. Marketing Dive, "Why Coca-Cola keeps pushing the limits of generative AI despite backlash | Marketing Dive", 2025-11-05. <https://www.marketingdive.com/news/why-coca-cola-keeps-pushing-limits-generative-ai-despite-backlash/804739/> (consultado 2026-10-28)
10. Decision Marketing, "Coke AI ad triggers mass debate but most still love it". <https://www.decisionmarketing.co.uk/?p=128297> (consultado 2026-10-28)
11. PetaPixel, "Generative AI Is Here to Ruin Christmas", 2025-11-03. <https://petapixel.com/2025/11/03/generative-ai-is-here-to-ruin-christmas/> (consultado 2026-10-28)
12. The Harris Poll, "I Never Asked For This 2026". <https://theharrispoll.com/wp-content/uploads/2026/07/The-Harris-Poll-I-Never-Asked-for-This-Panel-KO-Deck-061726.pdf-1.pdf> (consultado 2026-10-28)
13. Search Engine Journal, "Coca-Cola's AI Holiday Campaign Fails To Engage Viewers Emotionally". <https://www.searchenginejournal.com/coca-colas-ai-holiday-campaign/533216/> (consultado 2026-10-28)
14. The Drum, "The truck is different in every shot of Coca-Cola's AI Christmas ad. Surely that matters?", 2025-11-04. <https://www.thedrum.com/opinion/the-truck-is-different-in-every-scene-of-coca-colas-ai-christmas-ad-surely-that-matters> (consultado 2026-10-28)
15. Creative Bloq, "Coca-Cola's AI ad just ruined Christmas... again". <https://www.creativebloq.com/creative-inspiration/advertising/coca-colas-ai-ad-just-ruined-christmas-again> (consultado 2026-10-28)
16. TechRadar, "Coca-Cola faces backlash again for missing the spirit of the holidays with another AI-slop ad". <https://www.techradar.com/ai-platforms-assistants/coca-cola-faces-backlash-again-for-missing-the-spirit-of-the-holidays-with-another-ai-slop-ad> (consultado 2026-10-28)
17. NBC News, "Coca-Cola causes controversy with AI-made ad". <https://www.nbcnews.com/news/amp/rcna180665> (consultado 2026-10-28)
18. Marketplace, "AI ad for Coca-Cola", 2024-12-10. Agency staff speaking about the ad in their own words. <https://www.marketplace.org/2024/12/10/ai-ad-coca-cola-advertisement-generative-advertising> (consultado 2026-10-28)
19. The Hollywood Reporter, "Maker of Coke's AI Holiday Ad Defends His Choices". Interview with the founder of Secret Level, the studio that made the 2024 and 2025 ads. <https://www.hollywoodreporter.com/business/digital/ai-coke-ad-holiday-studio-interview-1236420358/> (consultado 2026-10-28)
20. MediaPost, "What Marketers Can Learn From Backlash To Coke AI Ads", 2025-11-15. <https://www.mediapost.com/publications/article/410723/what-marketers-can-learn-from-backlash-to-coke-ai.html> (consultado 2026-10-28)
21. Bennett Jones, "Canadian Code of Advertising Standards for Influencer Marketing: Key Clauses and Application to AI-Generated Content and Influencers". <https://www.bennettjones.com/Insights/Blogs/2025/12/Canadian-Code-of-Advertising-Standards-for-Influencer-Marketing> (consultado 2026-10-28)
22. Daily Hive, "AI ads have been popping up in Metro Vancouver, but are they legal?", 2026-10-09. <https://dailyhive.com/vancouver/ai-ads-metro-vancouver-legal-standards> (consultado 2026-10-28)

23. Nuestra estimación: Costo del primer año para que un negocio de 5 personas haga sus propios videos cortos con IA con una herramienta de pago, todo incluido. El mínimo es el plan Standard con pago anual, \$12 al mes por 12 meses. El máximo es el plan Pro con pago mensual, \$35 al mes por 12 meses. Toda la empresa comparte una suscripción. Supuestos: Una sola cuenta compartida por las 5 personas, no 5 licencias. Los precios están en USD según la página del proveedor; impuestos, licencias de música y videos de archivo van aparte. No incluye el tiempo del dueño, que se estima por separado.
24. Nuestra estimación: Costo de contratar a un videógrafo local o una agencia pequeña para un video promocional corto, por año. El mínimo es la tarifa de México de \$25 por hora por 20 horas. El máximo es la tarifa más alta de Canadá, \$149 por hora por 20 horas. Supuestos: 1 video corto al año, unas 20 horas de rodaje y edición facturadas. Las tarifas son promedios de agencias de Clutch en USD; los freelancers pueden cobrar menos. No se encontró tarifa para Costa Rica ni Panamá. Actores, viajes y música van aparte.