

Los mexicanos gastan a la semana 53 pesos en la compra de bebidas, según una encuesta de 2014. Foto: Cuartoscuro

En la memoria de una parte de los mexicanos aún figuran los bebederos en espacios públicos y, sobre todo, en las escuelas. Antes era común beber el agua directamente de la llave, pero hoy el mercado que lideran Coca-Cola, Nestlé, Pepsico y Danone, ha instaurado un completo sistema de mercadotecnia y publicidad que sitúan a México como el principal consumidor de agua embotellada en el mundo, con 234 litros por persona al año.

El tema no sólo se centra en las implicaciones ambientales -que son muy importantes-, sino que en México esta actividad empresarial también ha significado el despojo del líquido vital a la población y ha implicado también gastos adicionales para las familias por la casi obligatoria compra de agua en botellas y garrafones. Además, las empresas operan en puntos estratégicos donde la calidad y la cantidad de agua es la mejor para la elaboración de sus productos, pero en la producción, por cada litro de agua para beber, desperdician de siete a 10 litros más.

Las campañas de agua embotellada están disfrazadas de “ecológicas” y las compañías hacen lo suyo con la etiqueta “socialmente responsable”. En conjunto con autoridades federales, estatales y municipales embotellan el agua de las comunidades y la venden incluso por nichos: para niños, para deportistas o para mujeres preocupadas por su figura, entre otros.

En este escenario, las políticas implementadas por el Gobierno federal por mejorar la calidad del agua potable han quedado rezagadas e incluso no se han concretado, a pesar de que se erogan recursos para financiar proyectos como los bebederos en escuelas públicas.

Ciudad de México, 24 de abril (SinEmbargo).- Tras el intento de aprobación de la Ley General de Aguas, promovida en marzo pasado por la Comisión Nacional del Agua (Conagua), grupos políticos opositores señalaron que ésta sólo traería beneficios a grandes corporaciones internacionales que ya cuentan con concesiones para la explotación del líquido.

Sin embargo, la sociedad mexicana desde hace tres décadas quedó expuesta a una estrategia que inició con el reemplazo de

las opciones de hidratación que se tenían, para dar paso sólo la alternativa de beber de la botella de Tereftalato de Polietileno (PET), lo que ha generado que las personas paguen a privados por el vital líquido, cuando el acceso a ésta es un derecho constitucional.

De acuerdo con una investigación coordinada por Gian Carlo Delgado Ramos, del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), las características de los lugares donde se asientan los fabricantes de agua embotellada son comunes: buscan el agua de mejor calidad que por lo regular siempre es subterránea, que el acceso sea constante y que las concesiones sean por largos periodos.

En este sentido, Alejandro Calvillo Unna, director de la organización El Poder del Consumidor, planteó en entrevista para **SinEmbargo** que las compañías embotelladoras han llegado a apropiarse de las mejores aguas y que el costo que pagan por el recurso natural es mínimo.

Además, hay una tendencia de las empresas a declararse socialmente responsables, lo que ha traído consigo que su imagen sea positiva y bien recibida en las comunidades, ya sea por los empleos que generan y sobre todo por los recursos que aportan en forma de donaciones, a funcionarios locales e instituciones públicas.

“El caso del agua embotellada, en tanto su viabilidad socioeconómica es factible cuando la población no tiene o considera no tener acceso a agua potable o a tecnologías para su potabilización y resulta más conveniente el uso del envase potable y se deja de lado la consideración ambiental o social, por ejemplo, en tanto los residuos generados o por asimetrías en la capacidad de compra de fuentes de hidratación segura”, se expone en la investigación antes mencionada.

De acuerdo con datos del Banco Mundial (BM), la industria del agua embotellada, que genera ganancias por 13 mil millones de dólares anuales, pasó de un mercado de mil millones de litros en 1970 a comercializar 84 mil millones de litros en todo el mundo para el 2000. En América Latina, ya en 2010, se llegó a los 37.6 mil millones de litros, cuando en 2005 era de 29.3 mil millones.

UN OCEANO

UN OCEANO DE BOTELLAS

Datos del Banco Mundial (BM) señalan que la industria del agua embotellada pasó de un mercado de mil millones de litros en 1970 a comercializar

84 MIL MILLONES

de litros en todo el mundo para el año 2000



En América para 2010, se ll

37.6 MIL MILLONES

de litros, cuando en 2 de 29.3 mil r

EN EL CASO DE MÉXICO LAS CIFRAS INDICAN QUE:

AL DÍA SE DESECHAN

1,972
BOTELLAS
DE 330 ML

ALA SEMANA

13,808
BOTELLAS
DE 330ML

ALA MES

59,160
BOTELLAS
DE 330ML

CADA TRIMESTRE

177,480
BOTELLAS
DE 330ML

POR SEMESTRE

354,960
BOTELLAS
DE 330ML

ALA AÑO

709,920
BOTELLAS
DE 330ML

LO ANTERIOR GENERA GASTOS POR MÁS DE

2 MILLONES

2 MILLONES DE PESOS AL AÑO

FUENTE: Cámara

La investigación destaca que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido en un nuevo nicho de mercado creado para legalizar y avalar las acciones empresariales, a través de proyectos en materia de cuidado de medio ambiente y particularmente en el ámbito de la filantropía. Se trata de grandes inversiones por campañas “ambientales” y las empresas incluso llegan a formar parte de organizaciones no gubernamentales ambientalistas. Sus ventas de agua simple son las que las colocan como empresas verdes.

En el mundo hay mil 400 millones de metros cúbicos de agua, de los cuales sólo el 2.5 por ciento es agua dulce y no toda es apta para consumo humano; el 68 por ciento está congelada en los glaciares. Entonces sólo 0.8 por ciento es apta para el consumo humano.

De acuerdo con cifras de la Organización Mundial de la Salud (OMS), al cierre de 2008, 780 millones de personas carecían de acceso a fuentes de agua limpia y de entre los 2.5 mil millones que carecen de servicio de saneamiento.

Información contenida en el libro *México, el país que más agua embotellada consume en América Latina*, la Nación acapara el 46 por ciento de la distribución total en la región, seguido de Brasil con 31 por ciento, Argentina 8 por ciento, Colombia 3 por ciento y Venezuela 1 por ciento.

Otros factores negativos en el país es el índice de desperdicio de agua está en 38 por ciento y la contaminación, “las entidades más afectadas, en términos de presencia de más de un contaminante son Durango, Coahuila, Zacatecas y San Luis Potosí. Los contaminantes presentes incluyen desde arsénico, fluoruros, plaguicidas, hidrocarburos, metales pesados, sólidos disueltos totales, otros químicos y contaminantes emergentes (sobre todo fármacos y antibióticos), y contaminación bacteriológica”, expuso el investigador Delgado Ramos.

El especialista añadió que esta situación es similar en los países latinoamericanos en los que los sistemas de agua son

cuestionables y los servicios son deficientes en términos de calidad del agua y por lo que el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) estimó que para 2025 se espera un incremento en el consumo de agua de 25 por ciento en los países desarrollados y un 18 por ciento en los países en vía de desarrollo. En estos últimos debe contemplarse también el aumento poblacional y que de acuerdo con investigaciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), son las regiones que sufrirán los mayores impactos derivados del cambio climático.

SITUACIÓN EN EL MERCADO Y SUS CONSECUENCIAS



Los mexicanos gastan a la semana 53 pesos en la compra de bebidas, según una encuesta de 2014. Foto: Cuartoscuro

Una encuesta realizada por Scotiabank en 2014 encontró que los mexicanos gastan 53 pesos a la semana en la compra de bebidas. Y es que los precios, las marcas y los públicos objetivo son variados.

De acuerdo con datos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el gasto promedio en agua embotellada es de mil 600 pesos anuales.

El valor del mercado se concentra en un 70 por ciento en el segmento de botellas y el resto en el de garrafón, de ahí que

Danone, Coca Cola y Pepsico acaparen el 82 por ciento del valor del mercado en términos de ventas totales.

Es común encontrar en tiendas como Seven Eleven u Oxxo promociones como dos botellas Bonafont de litro y medio por 19 pesos, o mejor aún: cuatro botellas de Ciel de la misma cantidad por 29 pesos.

Los precios de las marcas más conocidas –Bonafont, propiedad de Danone, Epura, de PepsiCo, Ciel, de Coca-Cola Company, y Santa María, de Nestlé– van de nueve pesos a 13.50 pesos.

Sin embargo, en los últimos años han saltado aguas artesanales, orgánicas y de manantial, como Fiji que tiene un costo de 27.50 pesos por 500 mililitros, Evian de venta en establecimientos como Starbucks que por la misma cantidad cuesta 24 pesos y Santé Organique de 30 pesos.

Otro nuevo objetivo es el público infantil, agua para niños de cero a seis años, con productos como Epurita, Bonafont bebé y Gerber bebé.

Las botellas de 330 mililitros tienen un costo de cinco pesos, al igual que Bonafont Kids, agua saborizada artificialmente.

“Nestlé ahora está muy especializado en el agua para niños, son pequeñas cantidades de 330 mililitros y todo el etiquetado está dirigido a los niños. Están las Levité, que van dirigidas a las mujeres y a guardar su figura. El agua que es un tema de salud y una necesidad básica de los humanos es una campaña publicitaria”, comentó Calvillo Unna.

“En los restaurantes hay agua importada como Fiji o De los Alpes, que son más exclusivas, lo que quiere decir que ya también en el agua hay rangos, porque también está el agua embotellada o de garrafón que llenan en el barrio por nueve pesos”, agregó.

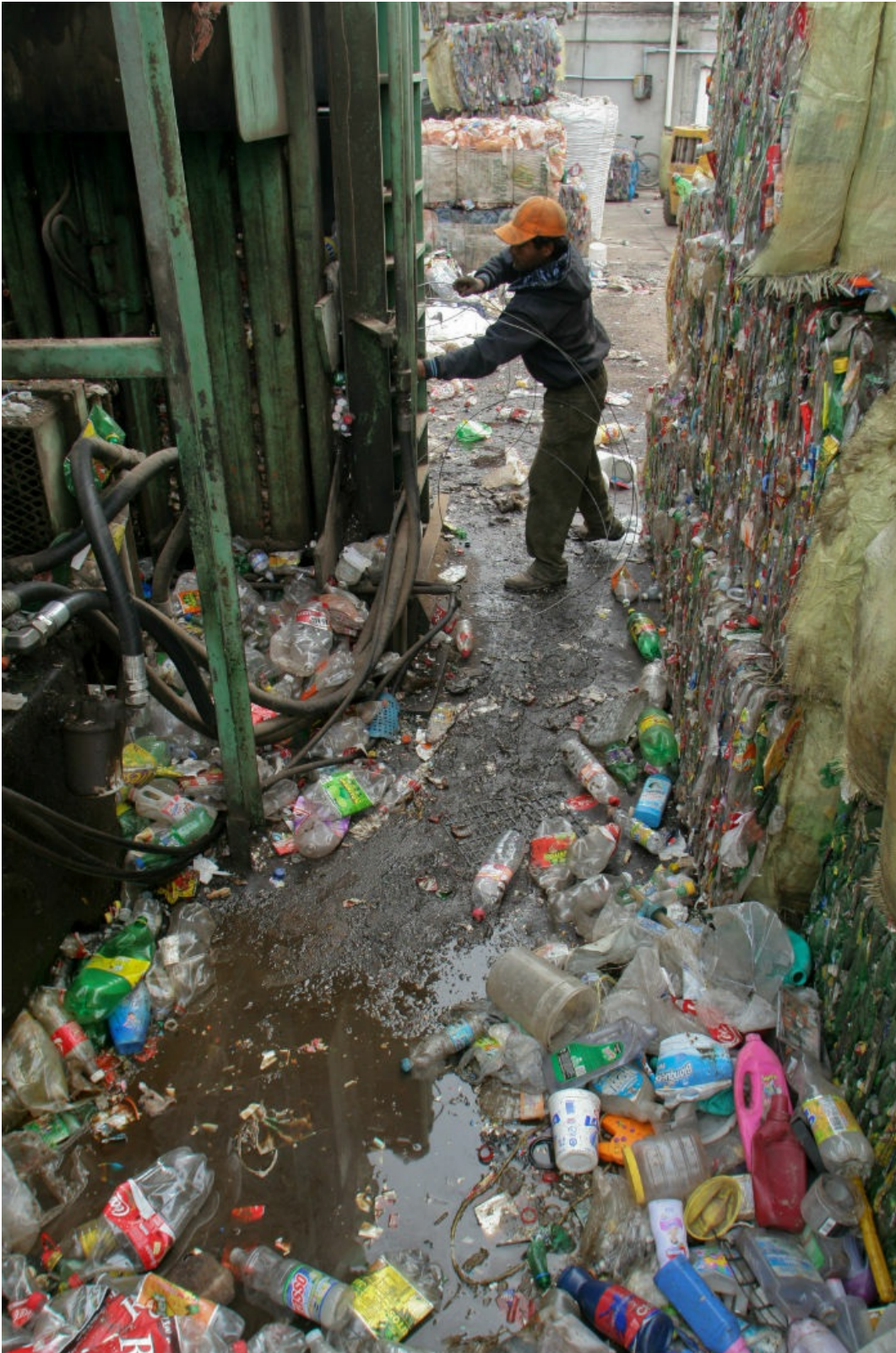
Tomar agua embotellada es símbolo de estatus, salud, juventud, buena figura, señala la investigación de la UNAM, ya que ahora se considera que si se toma agua de la llave es muestra de que el individuo no se cuida y desprotege la salud de su familia. Por parte de las empresas, la principal preocupación no es por el producto, sino la imagen que se venderá, lo que ha generado un acceso desigual al agua apta para beber.

“Se utilizan herramientas para moldear el consumo por medio de

parámetros que, en la mayoría de los casos, no tienen ningún contacto con las raíces de la cultura local, constituyendo éste uno de los aspectos más depredadores del ejercicio de poder de tales empresas multinacionales”, se destaca en el escrito.

Esta variedad de productos en el mercado ha provocado que en todos los lugares haya botellas de plástico en la basura. “Para que la gente pueda tomar un vaso de agua, sólo un vaso de agua, ya puede comprar una botella de plástico con todo lo que significa: por cada litro embotellado de agua, son siete o diez litros tirados. Es también, toda la energía que se consume para embotellar y para transportar desde el lugar en el que se embotella a las tiendas.

“Es una cantidad de energía y de emisiones de gases invernadero enorme, es muy contaminante y tiene costos ambientales fuertes, tiene gastos económicos muy altos. Para las familias más pobres representa una cantidad considerable en sus recursos y por donde se le vea, los impactos son negativos a nivel de sociedad, de finanzas públicas, de medio ambiente y de economía de las familias”, destacó Calvillo.



El consumo de agua embotellada también tiene consecuencias ambientales. Foto: Cuartoscuro

Se estima que en México sólo el 15 por ciento de los desechos de PET se recicla, el resto va a la basura y tiene procesos de degradación que duran hasta 100 años.

Gian Carlo Delgado expuso que las campañas de reciclaje vienen desde 1990, cuando Coca-Cola y PepsiCo se comprometieron a usar hasta 25 por ciento de PET reciclado, cosa que no se ha logrado; tampoco ha funcionado el reciclaje “botella a botella”, pero este no puede ser mayor del 50 por ciento por un proceso de degradación al que entra la resina, por lo que la industria sigue siendo dependiente de lo que denomina “resina primaria”.

Lo mismo sucede con la “botella verde” de Ciel, que aunque es elaborada con un 30 por ciento de materiales provenientes de plantas, la vida útil y composición es la misma que la del PET. “se debe asumir la denominada responsabilidad extendida del productor, es decir, deben responsabilizarse del 100% de la recogida, eliminación y reciclaje del PET”, indica.

Las empresas dominantes en el mercado han aumentado sus ganancias en los últimos años. Coca Cola es el líder de botellas en América Latina y Femsa México es la mayor embotelladora de Coca Cola en el mundo en términos de volumen de ventas y Nestlé en 2011 se adjudicó el 10.5 por ciento de las ventas totales globales de agua embotellada en términos de volumen.

Los especialistas consultados señalan que la posición de las autoridades que está por sobre el derecho constitucional de acceso al agua ha provocado una desatención de los sistemas públicos para favorecer el mercado del agua embotellada.

POLÍTICAS ESTANCADAS



En las escuelas faltan todavía bebederos porque aún están en proceso los criterios que los centros educativos deben establecer.
Foto: Cuartoscuro

Tras el anuncio del impuesto del 20 por ciento a refrescos desde diciembre de 2013, se dijo que lo recaudado sería utilizado para instalar bebederos en las escuelas, lo que podría ayudar a disminuir los índices de obesidad infantil.

De acuerdo con información de El Poder del Consumidor, la Cámara de Diputados aprobó en 2014, 3.5 millones de pesos para dicho proyecto. Al respecto, Calvillo sostuvo que no se trata de políticas que no hayan avanzado, sino que no se han hecho. “Quedó establecido que por ley, todas las escuelas tienen la obligación de tener bebederos y se han emitido gastos para ello, hay recursos y la Secretaría de Educación Pública va lenta en el proceso [...] Ahora, las estimaciones en la Cámara de Diputados son que se necesitan más de 9 mil millones para dotar a todas las escuelas de bebederos aunque todavía están en el proceso de establecer los criterios que las escuelas deben de cumplir”.

El activista en defensa de los derechos alimentarios puso como ejemplo el caso de Reino Unido, en el que se ha prohibido la utilización de recursos públicos para la compra de agua embotellada. En el caso de la Cámara de Diputados y de Senadores en México, se analizó que hay un alto consumo de botellas de 330 mililitros: al día mil 972; a la semana 13 mil 808; al

mes 59 mil 160; a los tres meses 177 mil 480; a los seis meses 354 mil 960, y al año 709 mil 920 botellas de PET desechadas, lo que genera gastos por más de 2 millones de pesos al año.

“Con eso fácil se podría poner un sistema de purificación de agua y sería un ahorro para que se pudieran servir directamente de la llave [...] Es un derroche y para la sociedad es un costo enorme”, planteó.

24 de abril de 2015

Fuente: [Sinembargo](#)

Nota de Daniela Barragán