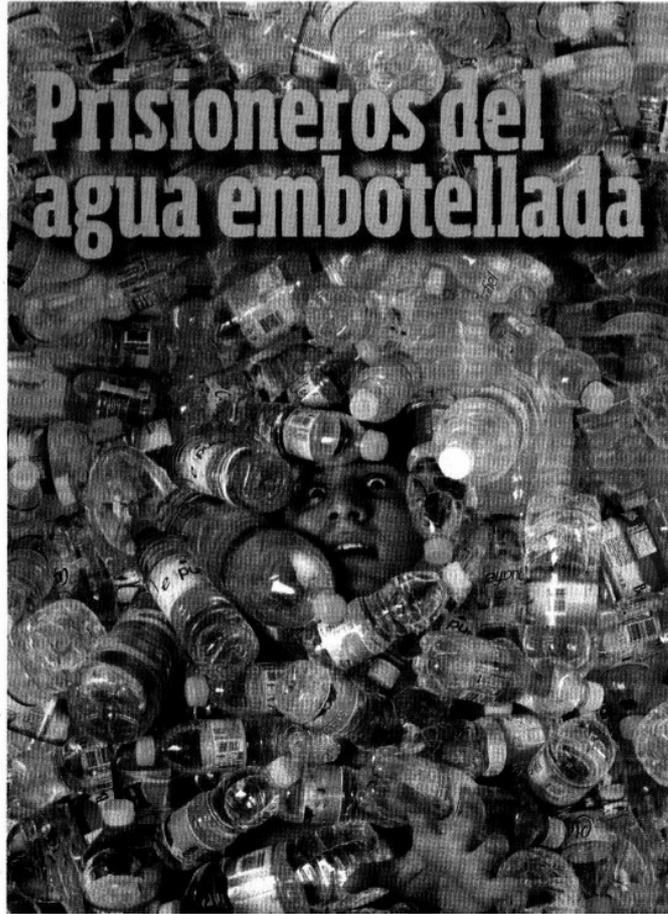


¡portada



Continúa en siguiente hoja



Continúa en siguiente hoja

Página 2 de 17

Fecha 05.10.2009	Sección Revista	Página 2-22
---------------------	--------------------	----------------

ENCADENADOS AL AGUA EMBOTELLADA

Por Mónica Cruz
Fotografías: Cuartoscuro

Continúa en siguiente hoja

Página 3 de 17

La disponibilidad de agua para la población ya es un asunto de seguridad nacional en todo el mundo. En México, las autoridades aseguran que el agua está en peligro, que pronto se puede acabar.

Pero esas palabras no arrancan miedo a todos, no al menos a la industria del agua embotellada que en los últimos años ha tenido tal auge que hoy somos el segundo país, sólo después de Estados Unidos, que más líquido embotellado consume en el planeta: 25 mil millones de litros al año.

Hay dos factores clave para que esta industria tenga asegurado su futuro: el agua que corre por las tuberías no es apta para el consumo humano y los irrisorios precios que paga por el agua que extrae del subsuelo nacional.

Vea por qué la multiplicación del negocio: **un litro de agua cuesta** a la industria **0.00143 pesos**.

Esa misma cantidad puesta en botellas de plástico la vende en 6 pesos. La diferencia es brutal: **4 mil 200 veces más**.

En el mejor de los casos -depende de la zona geográfica-, lo que las empresas pagan por el agua no llega ni a dos centavos por litro.

Por eso, que el agua se acaba no es algo que le quite el sueño a Coca-Cola, Pepsico, Nestlé y Danone, las cuatro trasnacionales que controlan entre 40 y 50 por ciento de un mercado que vale 40 mil millones de pesos al año.

Fecha 05.10.2009	Sección Revista	Página 2-22
---------------------	--------------------	----------------

Mientras cierra la llave de su patio, Margarita Durán, residente de la colonia San Simón de la ciudad de México, observa la cubeta que llenó. No le gusta lo que ve. Su contenido está lejos de ser un líquido transparente y sin olor. Es una sopa verdosa de partículas extrañas. Su imaginación la obliga a sentir una sustancia babosa en la garganta.

Con la nariz arrugada, Margarita se aleja del recipiente para disminuir el asco que siente. Ese sospechoso contenido proviene de las pipas que ella y sus vecinos han tenido que pagar porque de las tuberías de su calle no sale ni una gota desde hace tres meses.

No le queda de otra. El agua de las pipas la usará para lavar patios y ropa oscura. Para todo lo demás, tendrá que comprarle a don Jesús seis garrafones de 15 pesos cada uno. El agua de garrafón sí le sabe a agua, es la única que bebe, la única en la que confía.

Es por eso que en México el agua más preciada sale de botellas y garrafones de plástico. Desde 2003, nuestro país es el segundo consumidor de agua embotellada más grande del mundo, superado sólo por Estados Unidos.

Beverage Marketing Corporation (BMC), una consultora internacional especializada en este mercado, indica en su último reporte mundial que en 2008 los mexicanos consumimos aproximadamente 25 mil millones de litros de agua embotellada.

Esa es una cifra fuera de toda proporción. Con el volumen de agua que bebemos de botellas y garrafones se podría abastecer con 27 litros diarios durante un año completo a cada una de las 2 millones 215 mil viviendas del Distrito Federal.

La venta de esa masa de agua representa, por supuesto, un magnífico negocio para las cuatro empresas transnacionales que dominan buena parte del mercado nacional.

Y las cuantiosas ganancias que registra la industria que procesa y vende el agua embotellada no sólo tiene que ver con el monstruoso volumen que se consume, sino con los pocas veces vistos márgenes de ganancia que obtienen.

Los datos hablan por sí mismos: las embotelladoras de agua extraen grandes volúmenes de aguas de acuíferos, consideradas bienes nacionales, a precios irrisorios:

Las tarifas que pagan al Estado por el agua que extraen gracias a concesiones son impensables. En el mejor de los casos –depende de la zona geográfica del país–, lo que cubren por el agua obtenida del subsuelo no llega ni a dos centavos por litro.

En el peor, la cifra ni siquiera se puede calcular en la vida cotidiana: pagan la décima parte de un centavo por un litro de agua.

Esas son las tarifas oficiales.

El agua embotellada nunca falta en la cocina de la familia Ramírez Take, residente en Cholula, Puebla. La familia,

de tres integrantes, compra ocho garrafones de 20 litros al mes para beber y cocinar. Christian, el más joven de los Ramírez, guarda en la alacena una dotación de botellas de litro y medio que bebe a la semana entre clase y clase, en el gimnasio y en alguna que otra resaca.

El agua embotellada se ha consolidado en los hogares

poblanos y de muchas partes del país en parte por la dureza del agua corriente que ocasiona que no se mezcle bien con el jabón, deje minerales en el fondo de las ollas al cocinar y tenga un sabor salado.

Sin embargo, para Christian y millones de mexicanos más, el consumo de agua embotellada no es una cuestión de gusto: “Se sabe que el agua de la llave está contaminada y te mueres si la tomas”.

Roberto Anaya, subdirector de administración de agua de la Comisión Nacional del Agua (Conagua), sabe que la mala fama del agua corriente es la propulsora del negocio embotellador en México: “Los ciudadanos no tenemos, y me incluyo, confianza en lo que sale por las tuberías, pensamos que son muy antiguas y no sabemos qué clase de bichos traigan. Preferimos comprar garrafones de agua para tomar en nuestros domicilios”.

Aunque la baja calidad del agua es una percepción extendida, no es completamente cierta para todo el país. En diversas zonas de México el agua de la llave es limpia, además de que existen métodos para mejorar su calidad, pero la gente prefiere la embotellada. “No es porque no se pueda tomar el agua de la llave; (se puede tomar) si se hierve o se le añade unas gotitas de desinfectante, pero la botella ya es una necesidad cultural por la desconfianza del agua que viene del grifo”.

De hecho, hervir el agua de la llave es una práctica que se ha ido perdiendo en los hogares mexicanos porque es un proceso lento que no sigue el ritmo de la acelerada vida moderna y además implica un gasto de gas o energía eléctrica.

“Hervir el agua es la manera más segura, desde el punto de vista microbiológico –dice Marisa Mazari, investigadora del Instituto de Ecología de la UNAM–, de tener agua de buena calidad, pero a la vez se concentran sales y metales. Es más práctico tener agua embotellada”.

Investigadores universitarios ubican el origen del miedo al agua entubada en el brote de cólera que surgió en México en la década de los 90. A partir de entonces, se ha incrementado en gran proporción el consumo de agua embotellada y refrescos.

Fecha 05.10.2009	Sección Revista	Página 2-22
----------------------------	---------------------------	-----------------------

La norma oficial emitida por la Secretaría de Salud establece los estándares de calidad para que el agua del sistema de abastecimiento público sea apta para consumo humano.

Sin embargo, Marisa Mazari explica el agua entubada "no es monitoreada con suficiente regularidad para asegurar que la norma se cumpla, ni en zonas urbanas ni rurales".

Entre los especialistas hay coincidencias en torno a la mala calidad del líquido. Gonzalo Flores, integrante de la Unión de Científicos Comprometidos con la Sociedad (UCCS), comenta que la desconfianza tiene fundamentos reales: "En México ya no podemos tomar agua de la llave, no es como en otros países, como Estados Unidos y Canadá. En México tomas agua de la llave y te enfermas".

De hecho, explica, las condiciones críticas del sistema de drenaje en la ciudad de México no sólo provocan fugas, sino la contaminación del agua limpia de las redes de abastecimiento. Asegura que en colonias de las delegaciones Iztapalapa y Tláhuac, en el DF, el agua lleva coliformes fecales y una gran variedad de bacterias.

Apenas hace unos días, el 30 de septiembre, la Secretaría de Salud sostuvo que 8.3 por ciento del agua del abastecimiento público de las delegaciones Tláhuac, Xochimilco y Milpa Alta presentaron heces fecales.

Citó un informe de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, según el cual esos fueron los resultados de un análisis de 107 muestras de agua de la red de abastecimiento de estas delegaciones.

El estudio de la comisión encontró la bacteria *Escherichia coli*, causante de diarrea, úlceras, colitis, infecciones en las vías urinarias y enfermedades respiratorias, en varias muestras de agua.

Las autoridades del gobierno del DF negaron que eso ocurra y señalaron que las imputaciones son falsas.

La desconfianza de los consumidores al agua entubada ha originado que entre 2003 y 2005 se haya registrado una expansión del negocio de agua embotellada a una tasa de 35 por ciento en el plano mundial, según datos de la consultora Zenith Internacional.

Pero éste no es el único factor que contribuye a la prosperidad del mercado del agua embotellada en México -con valor aproximado a 40 mil millones de pesos anuales-, que está concentrado en cuatro grandes transnacionales: Bonafont (Danone), Ciel (Coca-Cola), Epura (Pepsi) y Santa María (Nestlé).

El aspecto más importante para que las embotelladoras cada vez den más importancia a la división de agua embotellada, en demérito de la de refrescos, es que lo que pagan por las aguas nacionales es risible y las tasas de ganancias extraordinariamente altas.

La Ley Federal de Derechos, cuya revisión más reciente fue en junio de este año, establece los costos que se pagan por el uso del agua y la zona de disponibilidad.

El precio más caro por metro cúbico para uso industrial es de 18.28 pesos. Eso es lo que pagan las embotelladoras, pero a la hora de vender ese mismo metro cúbico del líquido obtienen aproximadamente 6 mil pesos.

Dicho de otro modo: las empresas pagan 0.0182 pesos por litro y ese mismo litro lo comercializan a un precio promedio de 6.00 pesos. La diferencia es de 330 veces más.

El otro extremo es aún más sorprendente. En zonas de estados como Oaxaca o Puebla, los mil litros cuestan 1.43 pesos. Es decir, cada litro lo pagan a 0.00143 pesos, pero lo embotellan y lo venden a los mismos 6 pesos. La diferencia entre lo que les cuesta y a como lo venden es de 4 mil 200 veces más.

Sí: 4 mil 200 veces más.

"Las embotelladoras pagan el volumen más caro y aún así les sale muchísima ganancia", reconoce Roberto Anaya, subdirector de la Conagua. "El precio más caro por mil litros es 18.28, que ellos pueden comercializar en muchísimo más".

Las compañías no niegan esta situación. La Pepsi Bottling Group explica en su reporte 2008 a la Security Exchange Commission de Estados Unidos, la agencia del gobierno estadounidense que regula las operaciones de las empresas que cotizan en el mercado de valores de ese país: "En México, bombeamos agua de nuestros pozos y compramos agua directamente de los sistemas de agua municipales de acuerdo a las concesiones que obtenemos del gobierno mexicano. Las concesiones son generalmente por 10 años y pueden ser renovadas con un mínimo esfuerzo y a un mínimo costo".

Un ejemplo: la planta de Coca-Cola de San Cristóbal, Chiapas, pagó 320 mil pesos a la Conagua en 2003. Esta cantidad representa apenas 0.072 por ciento de las ventas anuales de esta empresa en San Cristóbal.

Gonzalo Flores, investigador de la Unión de Científicos Comprometido con la Sociedad y académico de la Facultad de Economía de la UNAM, explica que los costos de obtención de agua representan generalmente menos de 1 por ciento del total de ventas de las empresas embotelladoras.

"Son tendencialmente cero. Lo que estamos viendo es un proceso de saqueo de recursos de la nación sin que haya realmente ninguna retribución. No existe una tarifa adecuada. Nuestros recursos se están entregando a las empresas".

Continúa en siguiente hoja

Página 6 de 17

Fecha 05.10.2009	Sección Revista	Página 2-22
----------------------------	---------------------------	-----------------------

Tony Clarke es fundador y presidente ejecutivo del Instituto Polaris. Este instituto, dedicado a atender problemáticas relacionadas con el ambiente tanto en Canadá como a nivel mundial, ha lanzado una campaña que busca concientizar al público sobre las implicaciones de la industria del agua embotellada.

Clarke explica estas implicaciones en *Embotellados: El turbio negocio del agua embotellada y la lucha por la defensa del agua*, libro del cual es autor. En entrevista con **emequis**, el activista canadiense comparte su lectura de la estrecha relación que tiene México con el agua embotellada:

-¿Qué factores contribuyen a que México sea el segundo país que consume más agua embotellada en el mundo?

-México vive una situación donde el agua potable es cada vez más escasa. Conforme la calidad del agua se deteriora, la demanda aumenta y, por lo tanto, la embotellada se convierte en una fuente importante de agua potable. La segunda razón sería que la industria embotelladora ha sido capaz de operar con gran libertad y apoyo en el país. Esas son las dos razones de que el agua embotellada se haya desarrollado más en México que casi en ningún otro país.

-¿Cuáles son las consecuencias más significativas de ser grandes consumidores de agua embotellada?

-En el momento en que se convierte en la fuente principal de agua para beber, estará disponible sólo para aquellos que puedan pagarla. Utilizar al mercado como medio de distribución del agua coloca al país en una situación muy peligrosa, en especial en México, donde la mayoría no tiene ingresos y recursos adecuados para su vida diaria. Se juega con la vida de la gente al obligarla a comprar agua para cubrir sus necesidades de hidratación.

-¿La escasez de agua del sistema de abastecimiento público llegará a afectar a la industria del agua embotellada?

-Mucho depende de la relación de la industria embotelladora, el gobierno y el sistema de regulación. Generalmente, la industria ha recibido un trato favorable del gobierno mexicano. Debemos considerar también que, por ejemplo, Coca-Cola acaba de anunciar que invertirá 5 mil millones de dólares en las operaciones de agua embotellada en México. No haría esta inversión si le afectara la situación de escasez. Están seguros de que seguirán recibiendo este trato favorable incluso si el problema de la escasez persiste.

-¿Cuál es su opinión sobre la situación de México en este aspecto?

-En comparación con otros países de Latinoamérica, existe un énfasis más fuerte en el mercado y en hacer que las compañías tengan amplia disponibilidad de agua. En Uruguay, por ejemplo, la Constitución protege los recursos y mantiene al agua en manos públicas, lo mismo sucede en Bolivia o Brasil. México es más abierto a la privatización de los recursos de agua y pone en riesgo a su población.

He observado que las grandes ciudades como el DF crecen a ritmo continuo y acelerado, lo que provoca que sobrepasen las demandas tradicionales de agua. Esto obliga a las ciudades a buscarla en zonas rurales,

absorbiendo los recursos de los campesinos y las comunidades indígenas. Si esta tendencia crece y se acelera, podríamos ver como resultado importantes batallas entre la gente del campo y la gente de la ciudad para controlar los recursos hídricos.

El caso de Coca-Cola en Chiapas ha atraído la atención Tony Clarke. Esta empresa, dice el canadiense, tiene los recursos hídricos de ese estado prácticamente bajo su control. "Este estado tiene 40 por ciento de los recursos de agua dulce en el país y aun así Coca-Cola ha sido capaz de ganar acceso y control sobre estos recursos", explica Clarke.

"Una vez que tienes control de los recursos de agua dulce, eres capaz de controlar lo que sucede en términos de recursos hídricos en un país".

Una mujer bebe de una botella Bonafont mientras corre por un bosque. Su cuerpo es tan ligero que al pasar por un charco el agua apenas se mueve. La corredora a su lado la mira con envidia mientras ella se aleja trotando.

Un hombre, después de beber agua Ciel por la mañana, se siente tan bien que saluda al amargado de su vecino, decide empezar a ir al gimnasio y escucha con atención a un par de predicadores religiosos en su camino al trabajo.

Otra mujer ríe mientras observa a otras mujeres someterse a un centenar de tratamientos de belleza. Ella sólo bebe Epura para mantener su piel sana.

Las marcas de agua embotellada enfocan su publicidad en la salud y el bienestar, una estrategia a la medida para una población que engorda y se enferma más.

En el capítulo vinculado con México del libro *Embotellados: el turbio negocio del agua embotellada y la lucha por la defensa del agua*, sus autores, Gonzalo Flores y Octavio Rosas Landa, plantean que la mala alimentación de los mexicanos es un factor que aumenta las ventas en el país.

Y es que coincidentemente, México, además de ocupar el segundo lugar mundial en consumo de agua embotellada, también es el segundo país a nivel mundial con más obesos y diabéticos, según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición realizada en 2006.

Estos dos segundos lugares no están necesariamente desligados. El consumo excesivo de sales y azúcares requiere un mayor consumo de líquido. "El agua en el organismo

Fecha 05.10.2009	Sección Revista	Página 2-22
----------------------------	---------------------------	-----------------------

se usa para transportar oxígeno pero también para remover la serie de toxinas que se suscitan en el metabolismo. Incrementas la cantidad de toxinas e incrementas la necesidad de agua”, explica Gonzalo Flores.

Flores y Rosas de Landa explican que las compañías de bebidas impulsan sus ventas de agua embotellada a través de tiendas de conveniencia. Éstas introducen en las comunidades comida chatarra con alto contenido de sal y azúcar que deben neutralizarse con grandes cantidades de agua, que ofrece la misma tienda.

“Una vez que consumes la comida chatarra que ocupa la mitad de la tienda, deberás consumir algún producto a base de agua que ocupa la otra mitad. El Oxxo genera su propia clientela”, explica Flores.

Un fenómeno similar, dicen, ocurre con las empresas trasnacionales de bebidas como Coca-Cola y Pepsi: “La población busca opciones menos nocivas para la salud, en un contexto en el que las empresas que producen, distribuyen y venden los objetos que destruyen la salud, son las mismas que les proporcionan un ‘estilo de vida saludable’”.

Jesús Jasso se recarga en el toldo de su auto estacionado afuera de su local para leer el periódico. Jesús vende garrafrones en su tienda bautizada “Va llenita”, juego de palabras que no puede decir sin sonreír. De vez en cuando, los vecinos de la calle Martinelli llegan con garrafrones vacíos que intercambian por llenos y los llevan rodando de regreso.

Los residentes de Martinelli, ubicada en la colonia San Simón, en la delegación Cuauhtémoc, vivieron tres meses sin agua. El 25 de septiembre pasado su paciencia llegó a su límite. Estaban hartos de gastar entre 800 y mil pesos en pipas que contenían agua sucia. Ese viernes, los vecinos bloquearon el Eje 1 Poniente Guerrero para hacerse escuchar.

Sus gritos tuvieron respuestas.

Ese mismo día, representantes del Sistema de Aguas de la Ciudad de México se apersonaron en el lugar de la protesta. Al momento de su arribo, el agua llegó a las tuberías como en un acto de magia. Un problema de tres meses se había resuelto en minutos.

Para Jesús, la falta de agua en su calle fue agri dulce. Como todos sus vecinos, sufrió tres meses de desbaste, pero como dueño del negocio de garrafrones no pudo tener mejor suerte. En las mañanas se hacía publicidad gritando afuera de su tienda:

“¡Va llenita...Esta no es agua de pipa!”

La tienda de Jesús se convirtió en un santuario para los vecinos de Martinelli. “Va llenita” era una fuente de agua interminable cuando las tuberías estaban secas. Las ventas aumentaron como en ningún otro momento. Jesús vendía alrededor de 210 garrafrones a la semana. Sus clientes no sólo compraban agua para beber, sino para cocinar, lavar ropa y bañarse.

“La verdad es que no me quejo, al negocio le fue muy bien”, comenta Jesús y ríe con timidez.

Ahora que el agua está de vuelta, las ventas de garra-

frones no son tan altas como en tiempos de desbaste, pero

tampoco han caído. El agua que tanto esperaron los vecinos de Martinelli sale de las tuberías con un color arenoso y con pedazos diminutos de fierro.

Sólo algunos la toman. El resto prefiere no enfrentarse a una enfermedad y continúa comprando garrafrones en “Va llenita”.

Jesús también es cliente de su tienda, sólo bebe agua de garrafón y en su casa se asegura de que de ese contenedor de 20 litros no se desperdicie una sola gota.

La Conagua otorga y regula los permisos y concesiones para extracción de agua a través de la Ley de Aguas Nacionales. Cualquier persona física o moral puede pedir un permiso para extracción.

La Conagua otorga la concesión dependiendo del volumen de extracción solicitado y la disponibilidad de la zona hidrológica donde desea abastecerse. Según la ley, las concesiones pueden durar no menos de cinco años y no más de 30, aunque éstas pueden ser prorrogables.

A mediados del 2008, el Centro de Análisis Social, Información y Formación Popular, una asociación civil independiente, recopiló del Registro Público de Derechos de Agua los datos de las concesiones para extracción de agua entregadas a empresas embotelladoras.

Encontró que existen 608 concesiones destinadas a envasado de agua, refrescos y cervezas, y que representan casi 10 por ciento del total de concesiones destinadas a uso industrial.

De las 608 concesiones, 366 fueron dadas a embotelladoras asociadas con las empresas Coca-Cola, Cervecería Cuauhtémoc, PepsiCo, Danone, Nestlé y Grupo Modelo.

Según el registro, el total de volumen de agua concesionado a las empresas trasnacionales productoras de agua embotellada es de 48 millones 890 mil metros cúbicos anualmente, un volumen suficiente para que el millón 800 mil habitantes de Iztapalapa dispusiera de 20 litros diarios durante tres años.

El volumen de agua concesionado por la Conagua no representa todo el que utilizan estas empresas, ya que como indica el reporte de la Pepsi Bottling Group, las embotelladoras también se abastecen directamente del sistema de aguas municipales.

Roberto Anaya, subdirector de la Conagua, explica que las embotelladoras generalmente cumplen con los reglamentos y los pagos por extracción y llevan una medición estricta del volumen que extraen.

“Ellos son los más interesados en saber cuánta agua están consumiendo. El problema es que se las cobramos muy barata, pero eso ya no es culpa de ellos, es culpa de nosotros mismos, del gobierno que no ha acertado a subir el valor del agua y seguimos cobrando un metro cúbico muy barato”.

Sin importar los precios de las concesiones o las demandas de agua embotellada en México, la producción de las empresas de bebidas está sujeta a la disponibilidad de agua en el país.

Coca-Cola FEMSA expresa en su reporte 2008 para la

Fecha 05.10.2009	Sección Revista	Página 2-22
---------------------	--------------------	----------------

Security Exchange Commission de EU que actualmente

sus fuentes de agua en México cubren sus necesidades de producción, pero muestra preocupación sobre el futuro:

“Nuestras concesiones de agua existentes en México pueden ser canceladas por autoridades gubernamentales bajo ciertas circunstancias y su renovación depende de la autorización de autoridades municipales o federales.

“No podemos asegurar que habrá agua disponible en suficientes cantidades para cubrir nuestras necesidades futuras de producción o que seremos capaces de mantener nuestras actuales concesiones”.

Eso lo sabe muy bien Neville Isdell, ex presidente ejecutivo de la Coca-Cola a nivel global. La revista *Time* publicó en su edición de junio de 2008 una declaración de Isdell: “Sin acceso a sistemas de agua limpia, nuestro negocio simplemente no puede existir”.

Aunque la Ley de Aguas Nacionales estipula que la Conagua puede suspender concesiones “que afecten o pueda afectar fuentes de abastecimiento de agua potable o a la salud pública”, el subdirector de administración de agua de la misma dice que una suspensión sería una medida radical y contraproducente por la actual disponibilidad de agua.

“Las embotelladoras de agua están cubriendo una necesidad cultural, la gente ya no le tiene confianza al agua que viene de los grifos. Lo podríamos hacer, por supuesto, si hubiera necesidad, pero no lo haríamos: quitarles el agua a ellos, que están cubriendo precisamente esa necesidad, para dársela a alguien que requiera esa agua para lavar los trastes o para jalarle al sanitario”.

Anaya explica que en caso de requerir más agua de la que tienen concesionada, las embotelladoras pueden buscar la transferencia de derechos de títulos o permisos de extracción que otros concesionarios ya no utilicen.

Las empresas también pueden hacer uso de bancos de agua de la Conagua donde el recurso que no utilizan otros concesionarios está disponible a la venta. Existen dos bancos en funcionamiento, uno en la región de Torreón, Coahuila y otra en la cuenca Lerma-Santiago-Pacífico en Guadalajara. Para finales de este año, la Conagua planea abrir siete bancos más.

Cada mañana, los vecinos de la colonia San

Juanito, en Texcoco, estado de México, se despiertan con el tartamudeo mecánico de motores entrando en calor. Este ruido

matutino es cortesía del vecino incómodo del barrio. La mención de su nombre provoca muecas y suspiros entre los demás residentes.

No es difícil identificarlo, su propiedad ocupa casi toda una manzana, pone música ranchera a todo volumen y de su portón color rosa durazno salen constantemente cadenas de trailers que bloquean el paso de los autos. Los vecinos le llaman “La Bonafont”, una embotelladora de agua purificada que no sólo les quita el sueño, sino el agua.

La empresa Envasadoras de Aguas en México, creada por Danone y el Consorcio AGA, tiene el mayor volumen de agua concesionado para uso industrial en Texcoco, según datos del Registro Público de Derechos de Agua de la Conagua.

Sus dos concesiones suman una extracción de 308 mil 801 metros cúbicos anuales del acuífero de Texcoco, uno de los más sobreexplotados del Valle de México. Su planta en San Juanito, productora y distribuidora de garrafones Bonafont y Pureza AGA, genera una gran incertidumbre entre los residentes de la zona sobre la disponibilidad de agua.

Consuelo Castillo, presidenta del comité vecinal de San Juanito, recuerda que la mayor crisis de agua sucedió hace dos años. “Nada más había agua en las madrugadas, había que velar para apartarla, pero un tiempo ni siquiera a esa hora había”.

Desde entonces, los vecinos han peleado para que la planta se cierre. Han juntado firmas, mandado oficios al Ayuntamiento y a la Conagua, se han manifestado por las calles de Texcoco, pero la planta continúa trabajando como siempre. “Al Ayuntamiento le vale grillo, le da preferencia a los dueños de la planta en vez de a nosotros”, se queja Consuelo.

Los días en que las tuberías están secas y las cisternas vacías colocan a los vecinos en mala situación: no les queda otra opción más que acudir a la miscelánea a comprar los garrafones que contienen el agua que les falta. Un garrafón de 20 litros de Bonafont cuesta 30 pesos en las tiendas locales.

En estos meses, el agua ha salido de las tuberías con regularidad, pero a los vecinos les preocupa el futuro. No sólo temen que la sobreexplotación los deje sin el líquido sino que el agotamiento de los mantos freáticos provoque hundimientos.

“Además, ya somos muchos en esta colonia y si el agua se agota, se agota. Si eso pasa, vamos a tener problemas”, dice la presidenta vecinal.

De vez en cuando, los repartidores de Bonafont visitan la casa de doña Consuelo para ofrecerle sus productos.

Continúa en siguiente hoja

Página 9 de 17

Ella les contesta con una frase ensayada: "No, gracias. Abro la llave y tengo agua de Bonafont, para qué se las pago".

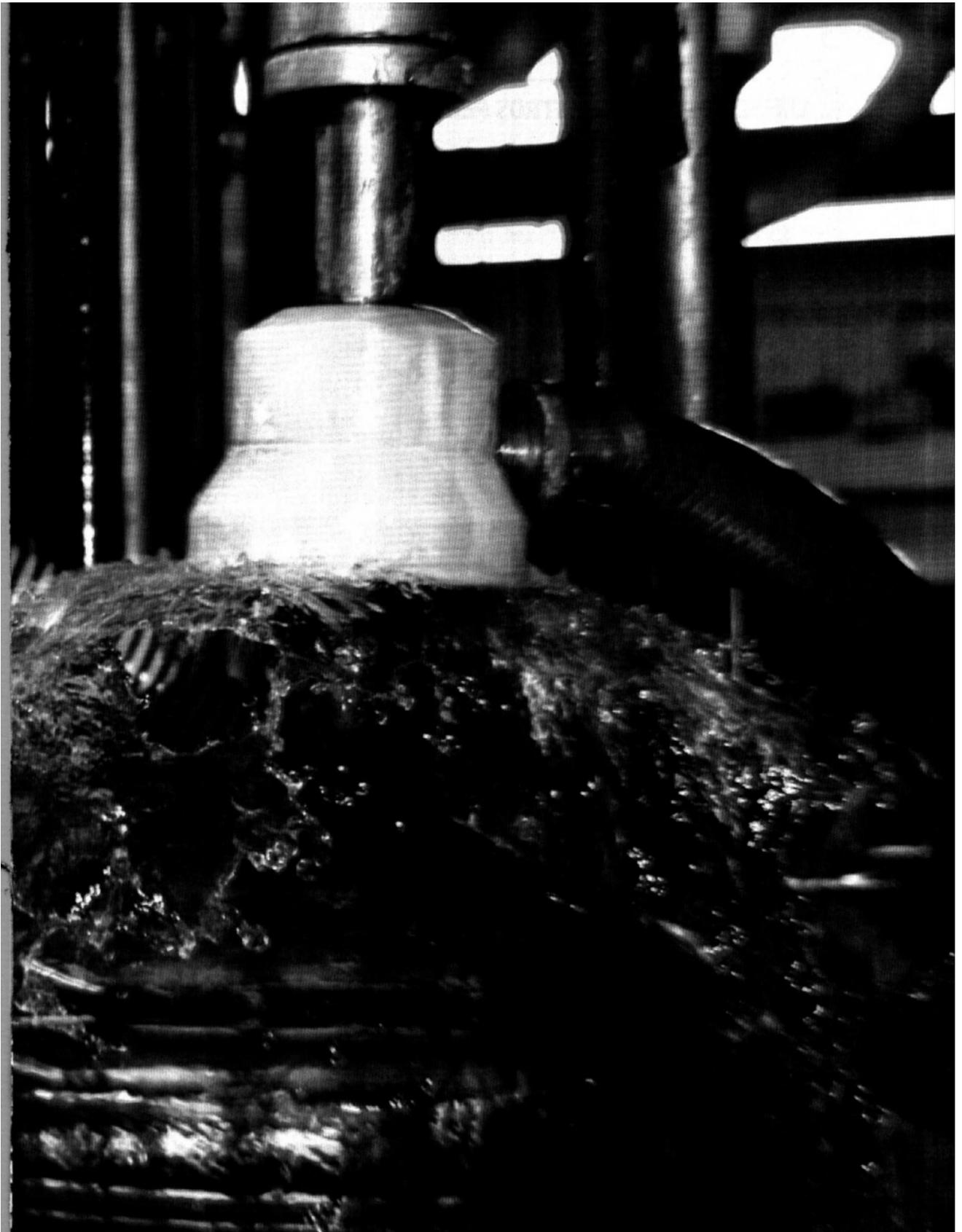
Cierra su puerta de lámina negra. Los repartidores están confundidos. ¶





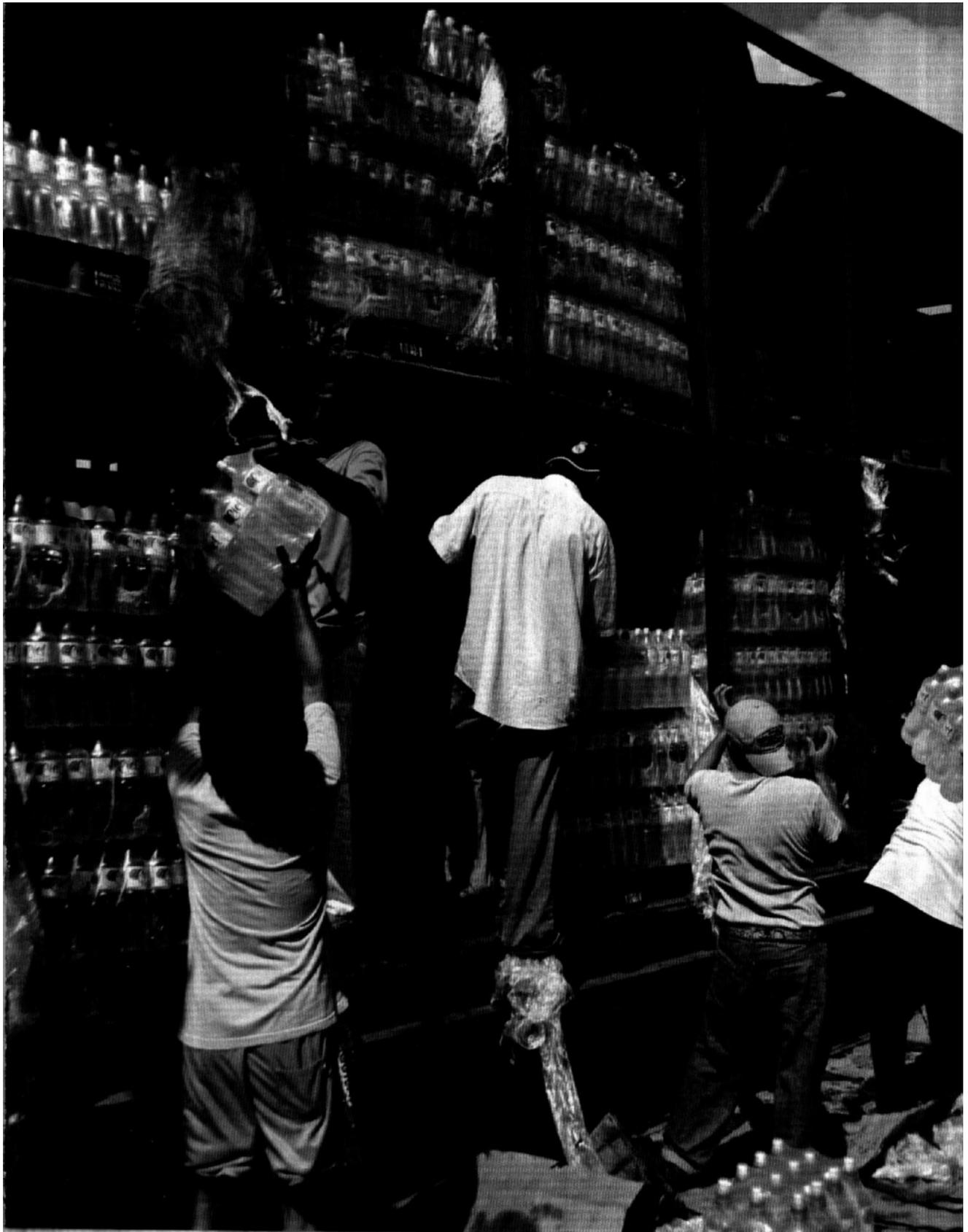
Continúa en siguiente hoja

Página 11 de 17



Continúa en siguiente hoja

Página 12 de 17



Continúa en siguiente hoja

Página 13 de 17

La Beverage Marketing Corporation, empresa consultora del mercado global

de bebidas, reporta cada año los ingresos de la industria mundial de agua embotellada. En su último informe

enlista los países que registraron las mayores ventas y el mayor consumo per cápita de agua embotellada a nivel

mundial en 2008.

2008: PAÍSES QUE CONSUMEN MÁS AGUA EMBOTELLADA

(Millones de litros)



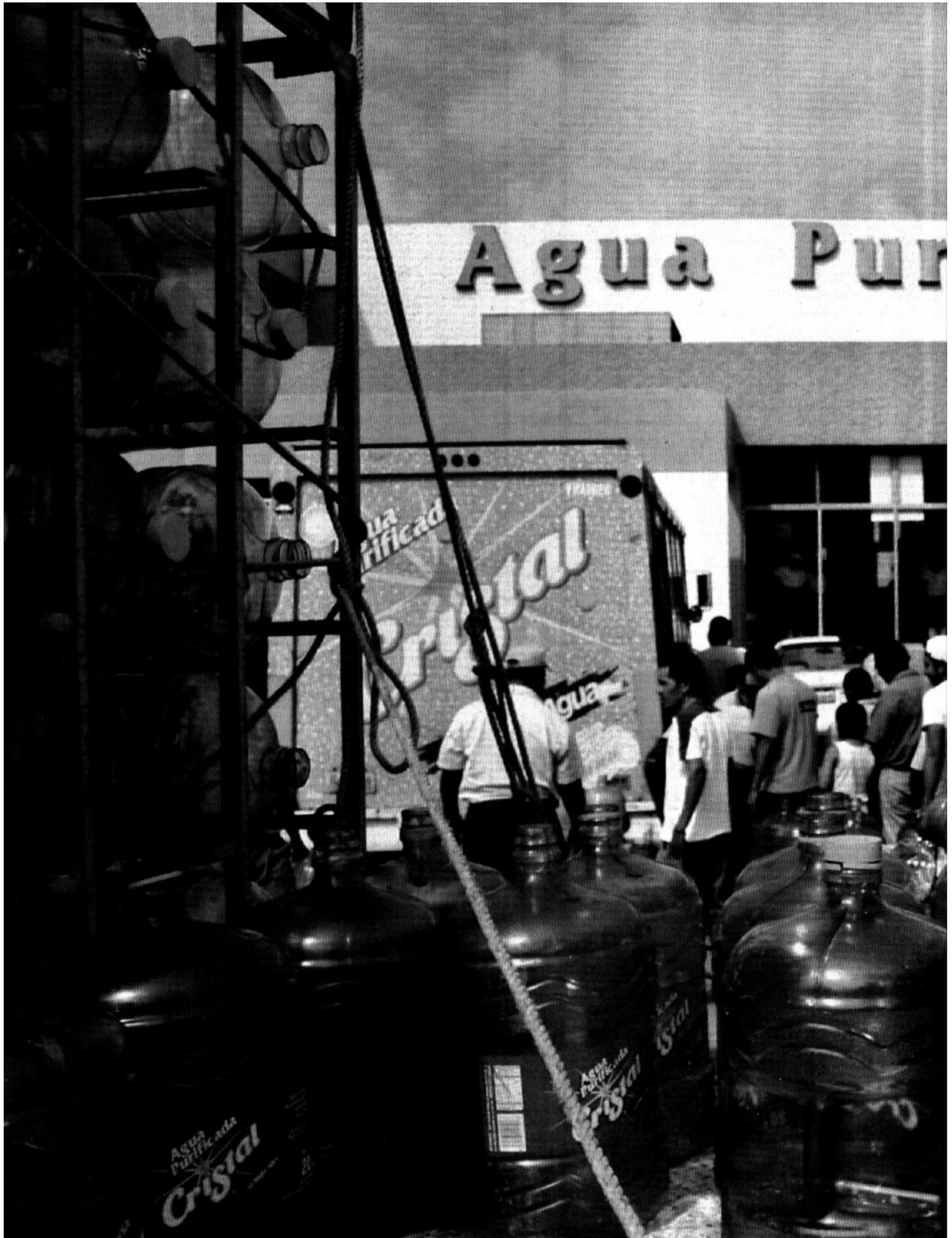
Continúa en siguiente hoja

Página 14 de 17

Fecha 05.10.2009	Sección Revista	Página 2-22
----------------------------	---------------------------	-----------------------



“Bombeamos agua de nuestros pozos y compramos agua de los sistemas de agua municipales según las concesiones que obtenemos del gobierno mexicano, que son por 10 años y pueden ser renovadas con un mínimo esfuerzo y a un mínimo costo”



Continúa en siguiente hoja

Página 16 de 17

