

A pesar de las críticas de los ambientalistas SIGUE CRECIENDO EL NEGOCIO DEL AGUA EMBOTELLADA



14/01/2005, (Ecoestrategia).- El gobierno municipal de la ciudad de Málaga, en la Costa del Sol española, calcula que a partir de este mes de enero disminuirá el consumo de agua embotellada en esta urbe mediterránea debido a la puesta en marcha de una planta desalobradoradora que permitirá que el líquido potable llegue a los hogares limpio de sales de sodio, magnesio y calcio.

Un estudio realizado por la consultora Pricewaterhouse Cooper por encargo de la Alcaldía de Málaga reveló que más del 32% de las familias malagueñas consumían agua de botella en lugar de la del grifo, situación que debe revertirse. Sin embargo, los malagueños deberán pagar de ahora en adelante un 50% más en la factura de este servicio público, lo que ha hecho que el suministro de agua potable de Málaga deje de ser uno de los más baratos de España.

No obstante, la tendencia en el negocio del agua embotellada mundial apunta claramente hacia el alza. Datos del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) muestran que el consumo del agua embotellada ha mostrado un crecimiento constante. Se calcula que en todo el planeta se beben 126 mil millones de litros de agua embotellada al año.

Por su parte el Observatorio de Desarrollo de la Universidad de Costa Rica informa que la industria embotelladora de agua ha crecido a un ritmo vertiginoso. En 2000 las ventas en todo el mundo se cifraban en torno a los 22.000 millones de dólares (unos 17 mil millones de euros), mientras que en 2003 ascendieron a 46.000 millones (unos 35 millones de euros). Hoy en día la firma suiza Nestlé es la líder mundial en presencia, con no menos de 68 marcas de agua en el mercado, seguida de las estadounidenses Pepsi Cola y Coca Cola, y la francesa Danone.

El aumento de las ventas de agua en botella ha sido un tema debatido por las organizaciones no gubernamentales en escenarios como el Foro Social Mundial, donde se argumentó que la gran demanda por este producto causa problemas ambientales y además trae consigo un desembolso considerable, ya que llega a superar el valor del agua de consumo de la red pública entre 500 y mil veces más por ella.

Igualmente las Ongs consideran que el negocio del agua embotellada es uno de los sectores económicos menos regulados del mundo, lo que ha hecho posible su espectacular crecimiento, teniendo en cuenta que en los años 70 el volumen anual de líquido embotellado y comercializado era de tan sólo 1.000 millones de litros anuales.

Los ambientalistas denuncian el saqueo de millardos de litros de agua por parte de compañías multinacionales en acuíferos de la India como un claro ejemplo de cómo se está dejando sin agua a unos (en su mayoría del Sur) para "ofrecerla" a otros (particularmente del Norte) que están dispuestos a pagar por ella.

Finalmente aunque la mayoría de la población pueda creer que el agua en botella es más saludable que aquella que proviene del acueducto público, un estudio realizado por el Fondo Mundial Para la Naturaleza asegura que el agua embotellada no es más saludable o segura para beber que el agua común y corriente, afirmación que es compartida por la Organización de Alimentos y Agricultura de las Naciones Unidas (FAO).



Por su parte, un estudio realizado en 1999 por la estadounidense Natural Resources Defense Council (NRDC por sus siglas en inglés) revelaba que al menos un tercio de las 103 marcas de agua emvasada que habían sido estudiadas, contenían niveles de contaminación; incluyendo residuos de E.coli y arsénico.

A lo anterior se añade el escándalo ocurrido el año anterior en el Reino Unido, cuando se descubrió la venta de agua de grifo (al parecer purificada y enriquecida) por parte de Coca-Cola, lo cual ha considerado más que un simple engaño al consumidor a cerca del tipo y calidad de agua que está comprando, abarcando una serie de aspectos sobre un negocio que se sustenta en la privatización de un recurso vital y público.

El Cartel del agua

Los protagonistas en la lucha mundial por el control del llamado "oro azul" son:

Danone, que se autoconcibe en el primer lugar en ventas de agua embotellada a nivel mundial y en segunda posición en América Latina, aunque hay que indicar que el grueso de su distribución la realiza, nada más y nada menos que Coca-Cola.

Nestlé, que opera en 130 países con 2 marcas globales, 5 internacionales y 70 locales, acaparando el 17% de valor del mercado mundial de agua emvasada, sin incluir las sociedades adquiridas en 2003. La multinacional creció en 2002 un 9.6%, comparado al 4.7% de hace cerca de 10 años, en gran medida como resultado del control mayoritario del mercado norteamericano (a través de Nestlé Waters North America Holdings).

Por su parte, Coca-Cola, haciendo frente a PepsiCo y su Aquafina (lanzada al mercado en 1994), decidió en 1999 participar decididamente en el mercado del agua embotellada con su marca global Dasani. En 2000, datos proporcionados por Barlow y Clarke indican que, Pepsi se adjudicó el 7.8% del mercado estadounidense, mientras que Coca-Cola el 4.9 por ciento; pero en 2001, Pepsi se perfiló en la primera posición, seguida (en segundo lugar) por Coca-Cola. Para 2002, la batalla entre Nestlé, Coca-Cola y Pepsi en EUA y Canadá los desveló como los actores más fuertes del sector. En ese contexto, Coca-Cola viene haciendo contratos con las escuelas de EUA para introducir su marca.

Además, al negocio de la venta de agua en botella se le suma otro de considerable importancia: el de la fabricación de las botellas de plástico. Las consecuencias de arrojar al medio ambiente millones de envases de plástico son considerables, lo que hace necesario poner en marcha estrategias de reciclaje para disminuir el impacto ambiental.