



## el agua, un negocio poco transparente

Parece incuestionable que el acceso al agua es un derecho de todos los habitantes de la Tierra, pero la realidad es menos "ideal". El Oro Azul es un bien económico-comercial a la altura del petróleo, uno de los motores de la nueva economía y una mercancía que aumenta su valor, según se recrudece el mercado de la sed en los países más pobres. Podemos vivir sin muchas cosas consideradas de primera necesidad, pero es imposible hacerlo sin el agua.



La **ONU** reconoce que el acceso al agua es un derecho de todo ser humano y establece que cada persona necesita un **mínimo de 20 litros** diarios, pero estos objetivos están muy lejos de la realidad y para alcanzarlos hay que llegar a un modelo de mercado en el que no se haga negocio de la necesidad.

Esta premisa es difícil de cumplir por varias circunstancias. La demanda mundial de agua dulce se duplica cada 20 años, un gran problema que se agrava debido a que los recursos híbridos están mal repartidos. El 60 % del agua está localizada en 9 países (Estados Unidos, Rusia, Canadá, Brasil, China e Indonesia). El resto, 80 naciones que reúnen el 40 % de la población mundial, se enfrentan a una desoladora penuria hídrica.

La mala explotación de esos recursos acrecienta el problema. Por ejemplo, en Latinoamérica se da una **paradoja**: hay escasez de agua en una tierra con importantes recursos acuáticos naturales. Más de 130 millones de personas carecen de suministro de agua potable en sus hogares.

Pero es África la que se lleva la peor parte. Según un informe de **Manos Unidas**, tiene un 13% de la población mundial total, el 40% de los conflictos armados se producen allí, **mujeres y niños** tienen que recorrer muchos kilómetros para abastecerse de agua, la mayoría de los gobiernos son corruptos y las ayudas llegan muy mermadas.

En países que están mejorando su nivel económico como China o India el consumo de agua ha **aumentado** alarmantemente; la higiene y la dieta occidental incrementan el consumo de comida y agua. Mientras tanto, en los países derrochadores de agua como EE.UU., el precio del agua es tan barato que no hay conciencia de ahorro. Las grandes industrias la compran a precios muy bajos y cada persona gasta más de 1000 litros al día.

Europa **consume** el 70% del agua del mundo, de la cual la mitad se desaprovecha con sistemas de irrigación poco eficaces, el pésimo estado de las conducciones de agua y las malas costumbres de los usuarios.

### → Los gobiernos y el agua

El agua como **objeto de disputa** entre gobiernos no es algo nuevo. Según datos de **Manos Unidas**, existen 261 cuencas hidrográficas que atraviesan las fronteras políticas de dos o más países, afectan a cerca del 40% de la población del mundo y representan aproximadamente el 60% de las corrientes fluviales del mundo. 145 naciones tienen una parte de su territorio en cuencas internacionales y 21 están metidos dentro de dichas cuencas. Todo esto ha motivado que en los últimos 50 años se hayan tenido que firmar 200 acuerdos para evitar conflictos.

Entre los 15 países con mayor **"estrés de agua"** están Arabia Saudita, Yemen, Egipto, Israel, Corea, Irak, Madagascar, España, Irán, Marruecos, Pakistán, Alemania, Italia, Sudáfrica y Polonia.



Algunos **expertos** afirman que, las futuras guerras por el agua, sólo se producirán si esto forma parte de las aspiraciones políticas de los gobiernos. Un ejemplo es el caso de Palestina, donde Israel ha invadido las cuencas del Jordán como parte de su proyecto colonialista.

Para intentar mejorar este sombrío panorama, la ONU ha proclamado del **2005 al 2015 el Decenio para la Acción "Agua Fuente de Vida"**. En este periodo, el reto es reducir a la mitad el número de personas que viven sin acceso al agua potable y detener la explotación no sostenible de los recursos hídricos.

Pero lograr esos resultados exige una inversión de entre 14.000 y 30.000 millones de dólares por año. Según la **ONU**, se deberían utilizar los recursos financieros del sector privado y ampliar los servicios, a la vez que reducir la carga que pesa sobre los limitados recursos públicos.

### → El agua como mercancía - Partidarios

Como defensores de la privatización de los recursos hídricos están el **Banco Mundial**, el Fondo Monetario Internacional y, por supuesto, las grandes multinacionales del sector.



El Banco Mundial pone, como condición para la asignación de créditos para infraestructuras relacionadas con el agua, que participen empresas privadas que avalen la rentabilidad y los beneficios económicos. Su punto de vista es considerar el agua como un bien económico, a la vez que como un derecho social. En vez de subsidiar el suministro de agua, opinan que hay que cobrar su costo real y luego, ayudar a los pobres a pagar la factura.

Fredrik Segerfeldt, académico sueco autor del libro "**El agua a la venta**", apoya estas teorías y las ilustra con ejemplos concretos. Según el autor, la **experiencia** obtenida en Camboya, Guinea, Gabón y Casablanca revela que se pueden obtener buenos resultados de la participación privada en la provisión del agua.

Según estas ideas neoliberales, el paso siguiente en la privatización de la explotación de los recursos hidráulicos pasaría por fijar **derechos de propiedad sobre el agua**, es decir, acotar quién tiene el título de propiedad sobre el agua.

Los bancos de agua se plantean como el sistema idóneo para gestionar estos derechos de agua. La primera ventaja que aportan es que ponen un precio real y fijo al agua y, aunque no crean recursos, ayudan a cuidar los que existen. Ya lo hay en Chile, Australia o Canadá. En Europa no son aún muy utilizados. En España se están implantando.

### → El agua como mercancía - Detractores

En contra de esta política de privatización, ha surgido un **nuevo movimiento social** integrado por campesinos, indígenas, trabajadores, consumidores y un amplio rango de organizaciones ciudadanas comprometidas con la lucha por el agua. Se constituyó oficialmente en Florencia, paralelamente al **Foro Mundial en Kyoto**, bajo el nombre **Foro Alternativo del Agua**.

**Consideran** que estas ideas liberalizadoras son injustas con los recursos naturales. La ley de la oferta y la demanda se basa en que a mayor consumo, mayores ganancias, con lo que se prima el derroche y no el ahorro.



En una política de privatización, el **acceso al agua** es considerado una necesidad vital, pero no un derecho humano esencial. Poner un precio a este servicio significaría dejar en manos de unas pocas multinacionales la gestión de este recurso.

Muchos ejemplos avalan estas teorías. En EE.UU., la privatización empeoró la calidad del agua potable. En Uruguay, la mala gestión de compañías privadas ha obligado a reconocer, mediante referéndum, el agua como bien necesario para los ciudadanos. En Bolivia hubo un auténtico **levantamiento popular** en el 2000 para conseguir quitar la gestión del agua a las empresas privadas.

### → Soluciones intermedias

¿ Existe término medio entre estas posturas tan alejadas? La **ONU** se atreve a sugerir que una solución sería transformar el papel de los gobiernos, que pasarían de financieros exclusivos y proveedores de servicios de infraestructura a facilitadores y reguladores de los servicios proporcionados por empresas privadas. En todos los casos, los gobiernos deberán participar en la supervisión y la reglamentación general, ajustar los precios y garantizar el abastecimiento.



En algunos países, el estado está subvencionando parte de la facturación de agua a ciudadanos necesitados, mientras se tarifa por tramos el consumo de agua para uso doméstico, grabando a los que gastan más de lo necesario. Ésta podría ser una solución a la polémica iniciativa del gobierno español de grabar el consumo superior a 60 litros de agua por persona y día.

Otra medida intermedia es la de la concesión. Por ejemplo, en **España** es la manera más extendida y suele funcionar en ayuntamientos que ceden la explotación a empresas privadas durante un tiempo de entre 15 y 25 años.

### → ¿En manos de quién está el agua?

Con el continuo proceso de privatización y la perspectiva del reparto de grandes beneficios en un medio aún poco explotado, el agua pasa a ser, en el mercado mundial, un bien muy cotizado sobre todo para las grandes multinacionales que se convierten en "cazadores de agua".

Del mismo modo que el petróleo fue el «oro negro» del siglo XX, el agua será el oro del siglo XXI, pero esta vez de color azul.



Dos empresas **dominan** el agua privada en el mundo y las dos son francesas: **Veolia** y **Ondeo/Suez**. Estas empresas, a su vez, se han asociado con otras más pequeñas para abastecer de agua a más de 100 millones de personas en el mundo. Veolia, en el 2005, ya **facturaba** más de 25,2 billones de euros. Ondeo Suez, con sus dos divisiones agua y energía, ha obtenido 41.5 billones de **beneficios**. Más nombres importantes en el mundo del agua son la alemana **RWE** y su filial inglesa **Thames Water**, además de la estadounidense **Bechtel**.

Otro grupo de grandes empresas que comercian con el agua son las multinacionales del **agua embotellada**, uno de los negocios más rentables y menos regulados del mundo. Su **venta** genera ganancias de entre 50 y 100 billones de dólares y aumenta un 10% al año.

El país que más botellas de agua **consume** es EE.UU., con 26 billones de litros en 2004. México es el segundo, con 18 billones, seguido de China y Brasil con 12 billones. Países en vías de desarrollo como India o Emiratos Árabes son los que más están incrementando su consumo por año.

**Nestlé**, con 68 marcas, es el líder del sector, seguido de **Pepsi Cola**, **Coca Cola** y **Danone**. La principal división de productos Nestlé es **Nestlé Pure Life** que, según estudios, es en realidad agua del grifo purificada a bajo coste con adición de minerales. Lo mismo pasa con **Aquafina**, de Pepsi, que se limitan a sacar agua del grifo y a añadir minerales antes de venderla envasada.

El agua embotellada es más cara que el petróleo. En Estados Unidos, el galón de gasolina se compra por 2,92 dólares, mientras que el galón de agua se adquiere en el supermercado a 4 dólares. Esto está claro para empresas como Coca Cola. Basta recordar la polémica suscitada en el Reino Unido en la que la propia empresa reconoció estar envasando agua potable de Londres, para venderla como agua mineral a 3 euros el litro.

Según un **estudio** sobre aguas embotelladas, realizado por la asociación americana **Natural Resources Defense Council**, el agua embotellada ha aumentado su venta en América en los últimos años gracias a la imagen saludable que venden estas empresas. Analizadas más de 100 marcas se vio que, aunque la mayoría eran sanas, algunas estaban contaminadas con química, bacterias y arsénico. A nivel internacional, por ejemplo en 1999, algunos envases de **BonAqua** de Coca-Cola en Brasil tuvieron que ser retirados porque contenían moho y otras bacterias.

En muchos países se están emprendiendo acciones contra el envasado de agua y otros productos derivados. En **México** e **India** se han prohibido los productos de Coca-Cola y Pepsi por ser dañinos para la salud y el medio ambiente. Además, cada litro de refrescos contamina 10 litros de agua y en los lodos tóxicos producidos se han encontrado altos niveles de cadmio y plomo.



Pero en el **negocio** del agua embotellada no sólo se consume agua, sino también mucho combustible. Mientras el agua del grifo gasta poca energía para su distribución, el agua embotellada consume gran cantidad de petróleo en su transporte.

Además, una cuarta parte de esta agua cruza fronteras para llegar a consumidores de otros países. Por ejemplo, en 2004, 1 millón y medio de litros de agua embotellada de los grifos de Finlandia fue vendida a Arabia Saudita. Este transporte, además de consumir recursos, afecta al propio agua embotellada, que debe soportar cambios de temperatura que repercuten en las condiciones de los envases haciendo que el agua pierda propiedades.

También se utilizan combustibles fósiles para el envasado del agua. El material más utilizado para estas botellas de plástico es el PVC derivado del petróleo. En todo el mundo se fabrican 2,7 millones de toneladas de plástico para botellas. Este PVC es **tóxico** cuando se fabrica y cuando se consume.

Y ¿qué pasa con las botellas después de usadas? Deberían ser recicladas, pero en la práctica, por ejemplo en EE.UU., el 86 por ciento van a la basura o son incineradas. La incineración suelta a la atmósfera gases contaminantes y las botellas, como basura, tardan 1000 años en biodegradarse.

En el artículo "**Geopolítica del agua embotellada**" publicado por la **revista FP**, se habla del marketing y la venta de agua embotellada. Las campañas de publicidad han convencido a muchos occidentales de que el agua embotellada es de mucha más calidad y su consumo está bien visto socialmente.

Mientras, surgen campañas de marketing en contra de su uso. El Ayuntamiento de París, para disuadir del uso del agua embotellada, creó la campaña **Eau de Paris**. Con una botella de lujoso diseño, pero vacía, recordaba a la gente que el agua del grifo es igual de buena que la **Evian** o **Perrier**, las más consumidas en París.

**Neau**, (no en Inglés) es una botella que se vende vacía para que la llenes de agua del grifo. Es una campaña de la holandesa Neau Foundation, que tiene un doble objetivo: concienciar sobre el uso del agua del grifo y recaudar fondos para abastecimiento de agua potable en el Tercer Mundo.

¿Qué pasará con este negocio si, como vaticinan, en el futuro, el agua pasa a manos de un Gran Hermano del Agua encargado de administrarla según su criterio? ¿Seremos de los afortunados en seguir disfrutando de estos privilegios?

Mientras esto llega o no, un consejo: agua que no has de beber... no la dejes correr.



Flylosophy se reproduce con permiso de sus autores. Copyleft bajo licencia [Creative Commons](#)