

EL AGUA EMBOTELLADA EN AMÉRICA DEL NORTE: UN NEGOCIO JUGOSO EN POCAS EMPRESAS

*Delia Montero C.**

RESUMEN

En este trabajo se analiza la participación del sector privado en las áreas que abarcan los diversos subsectores relacionados con el agua, específicamente el sector del agua embotellada, donde se resalta la gran concentración de estas actividades en pocas empresas, sobre todo europeas, y su modo de actuar en América del Norte a través de las diversas fusiones y alianzas con empresas locales.

En la primera parte del artículo se analiza cómo el proceso de globalización, que ha ido acompañado de la apertura comercial, ha permitido la incursión de grandes empresas a través de sus inversiones en todo el mundo, operando a diversos niveles ya sea en la explotación y la distribución mundial del recurso, y por lo tanto en la concentración de las actividades relacionadas con el agua en pocas empresas. En la segunda parte se examina la participación de estas grandes empresas transnacionales en el sector del

* Profesora adscrita al Departamento de Economía de la UAM-I y Coordinadora del Centro de Documentación Económica y Financiera sobre Norteamérica (CEDFNA). Correo electrónico: del@xanum.uam.mx

agua embotellada, la forma en que han ido ganando terreno en México, Estados Unidos y Canadá, y cómo en poco tiempo esta actividad se ha ido concentrando en el espacio que denominamos América del Norte, donde no hay hasta el momento límites a la participación del capital privado ni a la explotación y distribución de un recurso vital y estratégico.

Palabras clave: agua, empresas transnacionales, América del Norte.

Introducción

En los últimos años el agua, recurso natural imprescindible en la vida diaria, se ha convertido en una mercancía de primer orden para unas cuantas empresas que, aprovechando las políticas de apertura y privatización, han ido ganando espacios en el mercado del agua en México, Estados Unidos y Canadá, zona denominada América del Norte en este trabajo. El agua ha cobrado tanta importancia que en el siglo XXI posiblemente será lo que el petróleo fue en el siglo XX, una preciosa mercancía que determinará una parte importante de la riqueza y el poder estratégico no sólo de los países que la posean, sino de las empresas que inviertan en la explotación de este indispensable recurso.

A diferencia del petróleo, el agua tiene limitaciones en cuanto a la búsqueda de nuevas fuentes de aprovisionamiento, por lo que se torna importante la disponibilidad y la forma en que los gobiernos y empresas manejen sus recursos, así como su administración, ya que esto determinará el éxito de su conservación y explotación.

El 60% del agua dulce del mundo se concentra en nueve países: Brasil, Rusia, China, Canadá, Indonesia, Estados Unidos, India, Colombia y la República Democrática del Congo (antes Zaire). Sin embargo, ni las grandes inversiones ni las tecnologías relacionadas con el agua provienen en forma importante de estos países.

Las disparidades entre la distribución del recurso, el saber hacer y los recursos financieros resultan aquí relevantes ya que todas las actividades humanas, sean de consumo o económicas, requieren de este preciado líquido, por lo que

en los últimos años ha habido gran preocupación por conservarlo, pero también ha crecido el interés de las grandes firmas por administrarlo y distribuirlo.

La desigual disponibilidad de agua dulce, una oferta limitada y un consumo en aumento (vinculado principalmente al incremento de la población, la urbanización y la producción a gran escala) han propiciado grandes problemas tanto de calidad como de cantidad, que hacen que este vital líquido sea, en la época actual, un recurso estratégico y en muchos países un asunto de interés nacional e inclusive internacional.

Hoy día el agua no sólo es un asunto de gobiernos, sino que también constituye un importante negocio calculado en 400 mil millones de dólares, que incluye presas, canales de irrigación, acueductos, agua embotellada, tecnologías de purificación y desalinización, alcantarillados y tratamiento de aguas sucias. Las ganancias de este sector son considerables, y se vislumbra un negocio bastante jugoso.

La participación del sector privado en las áreas que abarcan los diversos subsectores relacionados con el agua se ha incrementado en los últimos años, y llama la atención la gran concentración de estas actividades en pocas empresas. Dentro de estos subsectores, el del agua embotellada ha ganado terreno en virtud del incremento en la producción y el consumo, inclusive en regiones del mundo que disponen de agua de buena calidad y en grandes cantidades, como es el caso de Estados Unidos y Canadá.¹

La participación del sector privado, en particular en lo que se refiere al agua embotellada, se vincula a la experiencia de las grandes empresas europeas que desde hace muchos años han incursionado en el sector, que ligado a la apertura comercial, al incremento de las inversiones extranjeras y a la disponibilidad del recurso, han hecho del sector un espacio muy atractivo, cuyos resultados se reflejan en el incremento de las ventas en los últimos años.

¹ Québec, por ejemplo, posee el 3% del agua dulce a nivel mundial, lo que pone a esta provincia en una situación privilegiada ya que dispone en abundancia de este recurso natural, el cual procura mantener y renovar a partir de la puesta en marcha de toda una serie de iniciativas relativas a su conservación.

En virtud de que el agua abarca muchos sectores como la infraestructura, la distribución, el saneamiento y el agua embotellada, este artículo se orientará en gran parte al último rubro por considerarlo un sector en pleno auge y altamente concentrado en pocas empresas, no sólo en América del Norte sino a nivel mundial.

El objetivo de este trabajo es analizar, en la primera parte, cómo el proceso de globalización, que ha ido acompañado de la apertura comercial, ha permitido la incursión de grandes empresas a través de sus inversiones en todo el mundo. Éstas operan en diversos niveles, desde la explotación hasta la distribución local, regional y mundial del recurso. Este análisis nos permitirá observar la paulatina concentración de las actividades relacionadas con el agua (infraestructura, saneamiento, drenaje, etc.) en pocas empresas y su forma de operar en los distintos niveles. La importancia de considerar este aspecto reside en el hecho de que estas empresas proveen de agua limpia a las municipalidades, las cuales a su vez proporcionan el líquido a empresas privadas para embotellarlo. En la segunda parte se aborda la participación de las grandes empresas transnacionales en el sector del agua embotellada, la forma en que han ido ganando terreno en México, Estados Unidos y Canadá, y cómo en poco tiempo sus actividades se han ido concentrando en el espacio que denominamos América del Norte, donde no hay hasta el momento límites a la participación del capital privado ni a la explotación y distribución de un recurso vital y que puede ser estratégico.

1. El agua en el mundo y las empresas transnacionales

El agua es un elemento natural indispensable para la vida así como para cualquier actividad económica, y en los últimos años se ha convertido en un tema muy importante. El agua dulce constituye sólo el 2.5% del agua que cubre la superficie de la tierra, y su consumo se ha incrementado. Cerca del 70% de esta agua dulce se encuentra en los glaciares del Ártico y el Antártico, y en los mantos acuíferos profundos e inaccesibles. Menos del 1% del agua dulce del mundo, y de ésta aproximadamente el 0.007%, es accesible para el consumo humano bajo la forma de ríos, lagos y aguas subterráneas. Esta agua se renueva con regularidad a través de la lluvia y las tormentas de nieve, lo que la hace un recurso renovable limitado (Gobierno de Québec, 2002, p.3).

Por otra parte, la población mundial crece y los recursos naturales, como el agua, se agotan poco a poco, mientras que las empresas que explotan este recurso incursionan en nuevos países con el objetivo de participar en el servicio concesionado a través de alianzas con empresas locales o de la privatización del sector.

El agua se ha enfrentado a una serie de problemas complejos tanto por su contaminación como por el incremento en el consumo. Este último se multiplicó por siete en el siglo XX en función del aumento de la población mundial, del desarrollo económico y del fenómeno de la urbanización que acentúa las presiones sobre el recurso natural.

En la actualidad el agua dulce es un elemento escaso en algunas regiones del mundo, situación que constituye uno de los grandes desafíos del presente siglo. En los últimos cien años, el consumo de agua ha aumentado dos veces más rápido que la población y, por tanto, hoy día mil millones de seres humanos no tienen acceso al agua potable, dos mil millones no disponen de infraestructura sanitaria, y 80% de las enfermedades que afectan al hemisferio sur están relacionadas con la contaminación del agua.

En virtud de que el consumo de agua aumenta más rápidamente que la población, se estima, de acuerdo con un informe del Banco Mundial, que para el año 2025 las dos terceras partes de la humanidad vivirán en países que padecerán graves problemas de abastecimiento de agua.

De acuerdo con datos reportados por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2004), en 1999 Canadá era el país que tenía un consumo per cápita anual más alto (1,600 m³/per cápita), seguido de España (1,000 m³/per cápita) y otros países de Europa. Es de hacer notar que los países de Europa que tienen el consumo más bajo son aquellos que han privatizado el servicio, aunque hay que remarcar que México tiene también un bajo consumo que se atribuye más a problemas de distribución, como es el caso de la ciudad de México, donde el abasto es un problema de primer orden (Gobierno del Distrito Federal e INEGI. *Cuadernos estadísticos delegacionales*, 2001).

En virtud de que el agua es un recurso natural de vital importancia, se ha convertido entonces en una mercancía muy atractiva para las empresas que la

comercializan, y actualmente se estudian nuevas oportunidades de inversión en países que están dispuestos a privatizar el sector, ya sea a través de la compra directa de las sociedades del Estado, o indirectamente, a través de alianzas con empresas locales.

En muchos Estados nacionales, los problemas de abasto y distribución han tratado de resolverse por la vía de la participación de empresas privadas, algunas veces a través de trabajos determinados contratados por los Estados y otras veces a través de procesos de privatización del sector, tanto en países desarrollados como subdesarrollados.²

Inglaterra fue el país que dio inicio a la ola de privatizaciones en el sector durante el mandato de Margaret Thatcher, y hay que remarcar que de las 3,500 empresas prestadoras del servicio sólo quedan diez, de las cuales únicamente la empresa Thames Water ha logrado incursionar a nivel internacional.

La privatización basada en el modelo del Reino Unido (privatización rápida y extensiva con una entidad reguladora especializada en cada subsector) no se ha aplicado en ninguna otra parte de Europa en los servicios de suministro de agua, gas o electricidad, y hay que señalar que cuatro años después de la privatización del servicio de agua su precio se ha incrementado 55%, es decir, 11.6% como promedio anual. Por otra parte, después de la privatización del servicio en 1989 el número de interrupciones de éste por falta de pago aumentó drásticamente, además de que el aumento de casos de disentería en un año se vincula con el abasto de agua de mala calidad (Lauzón, Patenaude y Poirier, 1997, p. 19).

En Europa occidental sólo el Reino Unido y Francia tienen servicios de abastecimiento predominantemente privados, aunque existen grandes diferencias entre los dos países. En España, alrededor de un tercio de los servicios de abastecimiento de agua están privatizados; en Italia, aunque existe un número

² De acuerdo con una compilación realizada en 1997, existían en el mundo, en el sector del agua y específicamente de saneamiento, más de 350 proyectos que eran analizados por las instituciones financieras internacionales concentrados principalmente en Asia (100 proyectos con un valor de 24,405 millones de dólares), América Latina (79 proyectos con un valor de 23,636 millones de dólares) y Europa del Este y Rusia (66 proyectos con un valor de 6,238 millones de dólares). *Cfr.* Gobierno de Québec. *Sur la gestion de l'eau au Québec*, Québec, 1997, p. 46.

reducido de concesiones de los servicios de abastecimiento de agua, las privatizaciones no han avanzado en forma significativa. En otros países de Europa occidental el sector está dirigido sobre todo por organismos del sector público; en Canadá el servicio está controlado en su totalidad por el sector público.³

En el caso inglés, el proceso de privatización de este sector ha propiciado la concentración del líquido en unas cuantas empresas. En Francia ha ocurrido lo mismo, ya que dos empresas líderes en diversos aspectos relacionados con el agua (Vivendi y Suez) han operado en el mercado francés desde la segunda mitad del siglo XIX a través del aprovisionamiento del líquido a las municipalidades, y han aumentado su participación y control sobre las pequeñas empresas locales tanto de Francia como de otros países. En dos años, estas compañías francesas han tomado posiciones mayoritarias (más de la mitad de las acciones) en diez empresas de agua y han aumentando también su participación en otras empresas (Lauzon *et al.*, 1997).

Los países en transición de Europa oriental y central también han concesionado en forma gradual el servicio, y en varias ciudades importantes de la República Checa y Hungría se han establecido empresas semiprivadas en los servicios de suministro de agua. Sin embargo, ha habido una tendencia muy marcada hacia la descentralización como parte de una reforma política más amplia, por lo que las responsabilidades de los antiguos organismos estatales y regionales se han transferido a las municipalidades. La creación de empresas múltiples a nivel municipal no siempre se ha traducido en una mayor eficiencia, y se piensa que su insuficiente capacidad financiera y de infraestructura a nivel del municipio podría ser un argumento para proceder a su privatización.

En América del Norte el interés por la privatización es cada vez mayor, sobre todo en Canadá, que dispone ampliamente del recurso. Ya el *Wall Street Journal* anunciaba en 1998 que después del teléfono, la energía y el gas, el agua sería el próximo servicio por privatizar (Paquerot, 2001, p.8).

³ En varias provincias se han concesionado algunos servicios al sector privado; sin embargo, experiencias como la de la contaminación del agua en el caso de la ciudad de Walkerton, al sur de Ontario, en el año 2000, han obligado a reconsiderar este tipo de concesiones. Véase Rapport de la Commission d'enquête sur Walkerton, Ministère du procureur général de l'Ontario, Ontario, 2002

En América Latina la ola de privatizaciones también ha llegado a Bolivia, Perú, Argentina y Chile;⁴ Puerto Rico acaba de firmar con uno de los gigantes franceses (Suez) un acuerdo para la distribución del agua. En el caso de México, el Banco Mundial otorgará, en los próximos seis o siete meses, un préstamo a corto plazo de aproximadamente 250 millones de dólares, que viene acompañado de una serie de recomendaciones para que se intensifique la entrada de capital privado, disminuyan los subsidios y se cobre una tarifa que realmente refleje el costo del recurso (Gómez M., 2002). Cabe señalar que en algunos municipios el agua ha pasado a manos del capital privado.

De acuerdo con el Banco Mundial, el proceso de privatización se ha puesto en marcha prácticamente en los cinco continentes y en regiones que inclusive podrían sorprender, como es el caso de China.⁵ Sin embargo, no debe sorprender que las inversiones en este rubro hayan aumentado, ya que desde mediados de la década de los ochenta se ha llevado a cabo un proceso de apertura a la inversión extranjera directa, particularmente en los países subdesarrollados que han privatizado sectores antes administrados por el Estado (Montero, 2001), lo que explica el incremento de los flujos de inversión en muchos rubros, entre ellos el agua.

El Banco Mundial, las agencias de las Naciones Unidas y un grupo de gobiernos se han adherido al concepto de asociación pública-privada en inversiones relacionadas con el agua. Esto ha animado a las empresas a invertir en sistemas de bombeo, en colectores de agua y en infraestructura necesaria para el aprovisionamiento del agua. Con el objetivo de facilitar la entrada a los capitales privados, el Banco Mundial ha sugerido algunas formas de ayudar a los países en las modificaciones a la infraestructura, que incluyen una variedad de modelos de participación del capital privado nacional e internacional.⁶

⁴ En la mayor parte de los casos, las concesiones a empresas privadas han ido acompañadas de un aumento en los precios, un deterioro en los servicios y el incumplimiento de las reglas mínimas de calidad del agua. Véase Franck Poupeau, "Vivendi, une leçon de choses. Et l'eau de la Paz fut privatisée", *Le Monde Diplomatique*, mayo de 2002, y Leo Lauzon, *op. cit.*

⁵ Se trata de todo un programa de apertura a las inversiones extranjeras directas que China inició a mediados de la década de los ochenta, de tal forma que a principios de la década de los noventa China recibía una parte importante de los flujos mundiales de inversión; a esto habría que agregar la necesidad de llevar agua a las grandes ciudades.

⁶ Esta forma de asesoría no es nueva, y desde que algunos países iniciaron sus procesos de apertura al capital privado el Banco Mundial, a través de sus agencias, daba asesoría en materia legal, financiera y de organización de las inversiones en los diversos sectores. Véase Banco Mundial, 1997.

Asimismo, esta institución ha trabajado activamente para movilizar el capital privado bajo el principio de mejorar la infraestructura del servicio del agua. En este sentido, el Banco Mundial ha intensificado sus esfuerzos hacia la aplicación de una política y una reforma tendientes a la privatización, a través de su contribución con recursos financieros o de proveer garantías a las grandes empresas para ayudar a fortalecer la infraestructura, en cercana colaboración con la Corporación Financiera Internacional—que brinda financiamiento directo a los inversionistas privados— y con la Agencia de Garantías de Inversión Multilateral (Multilateral Investment Guarantee Agency), la cual inclusive ofrece un seguro de riesgo político (Banco Mundial, 1995).

Hoy día existen nueve empresas activas en el mercado mundial del agua, entre las que se encuentran los tres grupos franceses (Lyonnaise des Eaux, Vivendi y SAUR/Bouygues), una empresa española (Aguas de Barcelona) y cinco empresas del Reino Unido (Northumbrian, North-West, Severn-Trfent, Thames y Welsh Wather). No existe ninguna empresa de Japón ni de Estados Unidos o Alemania entre las empresas líderes. Sin embargo, como resultado de las fusiones entre estos grupos, el mercado mundial de hecho está dividido en dos grandes grupos y un tercero conformado por corporaciones de menor talla (Poupeau, 2002):

- a) El grupo de Suez⁷ Lyonnaise/Aguas de Barcelona, que posee numerosas filiales en Francia y en el extranjero, como Essex and Suffolk (Inglaterra), Infilco, Lysa (Francia), Ondeo, Northumbrian Water, Safege y United Water (Estados Unidos), entre otras, es la número uno a nivel mundial y cuenta con 2,600 empresas afiliadas en rubros como agua, energía, construcción, ordenamiento urbano, cuidados de la salud, etcétera.
- b) El grupo de *Vivendi/Thames*
- c) El grupo SAUR, Severn-Tren y North Wes Wather, que es también un consorcio importante en Francia.

⁷ Suez ha tenido algunos contratiempos, ya que su subsidiaria estadounidense United Water obtuvo en 1999 un contrato de veinte años para operar los acueductos de la ciudad de Atlanta, y los resultados han sido insatisfactorios toda vez que los ahorros que se esperaban con la privatización resultaron insignificantes.

Los dos gigantes franceses y sus múltiples filiales han firmado contratos de privatización muy remunerativos desde hace quince años en diversos países. Los éxitos de Suez Lyonnaise des Eaux en China, Filipinas, Chile, Malasia, Italia, Tailandia, Checoslovaquia, Australia y Estados Unidos no deben hacernos olvidar los de Vivendi, que hizo negocios rápidamente en Buenos Aires en 1993. En los últimos años Vivendi ha invertido en Alemania (Leipzig, Berlín), Checoslovaquia (Pilsen), Corea (complejo de Daesan), en Filipinas (Manila), en Kazajstan (Almaty) y en Estados Unidos afiliándose con Air and Wather Technologies y US Filter, y convirtiéndose en la mayor empresa productora de equipo de tratamiento de agua en Estados Unidos (Poupeau, 2002, pp. 28 y 29).

Las ventas de Vivendi son mayores que las de Suez, ya que cuenta con más negocios y muchos clientes en Francia y, en menor medida, en los países subdesarrollados. Por su parte, Suez tiene una gran cantidad de clientes alrededor del mundo y su participación es principalmente bajo la forma de coinversiones, además de ser el pionero en asuntos de privatización del sector, por lo que se puede considerar como un líder global. Esta última empresa aventaja a otras de su talla en virtud de que conoce el negocio y los riesgos, razón por la cual ha dejado de embotellar el agua Perrier; es experta en cerrar acuerdos que reflejan el riesgo y protegen sus ganancias, además de que conoce todos los aspectos del agua y eso le da un enorme poder. Con la adquisición de United Water Resources en 1999 por un monto de mil millones de dólares, se convirtió en la segunda empresa más grande de sistemas municipales de agua en Estados Unidos, sólo detrás de la líder American Water Works; también compró las empresas estadounidenses Nalco y Calgan por 4,500 millones de dólares. De esta forma Suez se convirtió, de la noche a la mañana, en el mayor proveedor de tratamiento de aguas químicas para la industria y las ciudades en Estados Unidos (Tully, 2000).

El grupo Vivendi-Générale des Eaux era considerado en 1999 la primera empresa mundial de tratamiento y distribución de agua. Posee una experiencia que data de 150 años, cuando se le otorgó por decreto imperial la creación de la Compagnie Générale des Eaux en Francia para irrigar los campos agrícolas y proporcionar el servicio a algunas ciudades (<http://www.waternunc.com/fr/majefr.htm>); para el 2000, esta empresa ocupaba el primer lugar en el mundo.

Vivendi abastece a 25 millones de personas en Francia y a cerca de 40 millones en otras partes del mundo, posee la totalidad de acciones de dos proveedores de agua en el Reino Unido y es la principal accionista de otras tres empresas en ese país, además de contar con distribuidoras de agua en Australia, República Checa y Hungría.

El grupo Vivendi-Générale des Eaux adquirió la empresa USFilter en 1999 (esta última es una empresa de primer orden en Estados Unidos), por lo que el grupo se convirtió en una de las primeras empresas globales de agua, cubriendo la totalidad del mercado y todo tipo de clientes (colectividades locales, empresas y particulares). Sus alianzas se fundan en el *"know-how"* francés y estadounidense, así como en la tecnología e investigación, y está presente en más de 100 países en los cinco continentes.⁸

Entre las sociedades relacionadas con el agua que pertenecen al grupo Vivendi se encuentran US Filter (Estados Unidos), General Utilities (Reino Unido), Compañía General de Aguas (España), Aqual Alliance (Estados Unidos), United Water (Australia), OEWA (Alemania), Operación y Mantenimiento de Sistemas de Agua (OMSA/México), CGE Utilities (Malasia), CG des Eaux Theques, CGE Portugal, Sociedad Mediterránea de Aguas (España), CGE Australia, Société d'Eau et d'Electricité du Gabon (SEEG), por sólo mencionar algunas, ya que este grupo también está asociado con otras empresas de diversos países en el área de la ingeniería, trabajos hidráulicos y saneamiento de aguas (<http://www.waternunc.com/fr/majefr.htm>).

SAUR es un grupo internacional fundado en 1933 que agrupa a 203 empresas, emplea a 23,000 personas, se ha especializado en la gestión de servicios públicos en trabajos de saneamiento de aguas (73%), energía (12%), limpieza (10%) y multiservicios (5%), y para el 2000 su cifra de negocios fue de 2,400 millones de euros. El grupo posee numerosas filiales en Francia y en otros países, como Gran Bretaña, Italia, España, Polonia, República Checa, Rusia, así como en 18 naciones de África y en Canadá, Argentina, China y Vietnam (<http://www.waternunc.com/fr/majefr.htm>).

⁸ Las sociedades del grupo en Francia son de servicios de agua e ingeniería y trabajos hidráulicos, que operan en alianza con diversas empresas en Francia y a través del mundo.

Los tres grandes grupos franceses del agua han diversificado sus actividades y, por tanto, también participan en numerosas actividades como la extracción y saneamiento del agua, la colecta de desechos y la generación de energía. También se desempeñan en otras actividades que no están vinculadas al sector, como: comunicaciones, trabajos públicos, caminos e infraestructuras, cuidados de la salud, administración de parques, jardines e inmuebles, y transporte colectivo.

Las diversas actividades vinculadas al agua se concentran en muy pocas empresas, tendencia que se observa en otros sectores productivos y que se ha acentuado como resultado de este proceso de apertura comercial, propio del capitalismo, con la característica de que las grandes compañías que administran el agua se conciben actualmente como empresas globales. El éxito en el desempeño de estas empresas se debe por una parte, a las limitaciones tecnológicas, a la falta de experiencia y de capital en los países huéspedes. Por otra, a la dinámica en que opera el sistema capitalista, caracterizada en los últimos años por una ilimitada apertura comercial. La relación entre grandes empresas y organismos financieros es otra característica típica de este sistema, que se apoya en el proceso de apertura a la inversión extranjera directa y en el proceso de privatización de empresas que pertenecían al Estado.

Sin embargo, debe señalarse que en muchos casos los resultados de este tipo de adquisiciones e inversiones en el sector del agua, por parte del sector privado, han tenido repercusiones en el servicio, el cual se ha encarecido además de que no siempre se suministra agua de calidad. Aquí valdría la pena hacer una evaluación minuciosa del funcionamiento de estas empresas en los países huéspedes.⁹

Los grandes monopolios franceses del agua, la política de apertura y las múltiples recomendaciones del Banco Mundial (Banco Mundial, 1997) favorecen la tendencia a la concentración de las actividades de producción, distribución, saneamiento, etc. en pocas empresas, tendencia que no parece cambiar en el corto plazo. Lo interesante de este proceso de privatización es que no sólo se está dando en los países subdesarrollados como una consecuencia muy natural

⁹ De acuerdo con el análisis realizado por Lauzon, Patenaude, y Poirier (1997), los resultados de la privatización no son muy alentadores.

de la apertura de los sectores que antes pertenecían al Estado. Éste proceso también se observa en algunos países desarrollados a través de las diversas alianzas entre empresas.

En el caso de Canadá, y específicamente de Québec, hay una política en contra de la privatización del agua;¹⁰ no obstante, es de destacar la participación del capital extranjero, en parte porque los canadienses no tienen la experiencia que se requiere en este sector. Hasta mediados del siglo XIX, los equipos de agua potable en Québec eran propiedad casi exclusiva de particulares o empresas privadas; no obstante, los problemas de falta de agua, epidemias e incendios propiciaron que las municipalidades tomaran a su cargo la gestión del agua. Actualmente, la administración de los servicios de agua es responsabilidad de las municipalidades, que poseen la casi totalidad de la infraestructura relacionada con la distribución de agua potable y las aguas de desecho. Sin embargo, la asesoría técnica es proporcionada en forma importante por empresas extranjeras, principalmente francesas.

Dentro de todos los trabajos que se llevan a cabo en las actividades relacionadas con el agua, los tres gigantes de Francia intervienen en los procesos de producción, distribución e infraestructura, ya sea en forma directa o a través de concursos o de diversas alianzas estratégicas con empresas locales que operan en el sector. En lo que concierne al agua embotellada, ésta también es operada por un número reducido de empresas. Es importante remarcar que si hemos hecho referencia a diversos aspectos relacionados con el agua, como la infraestructura, el drenaje, etc., es porque estos emporios participan en este proceso para proveer de agua limpia a las municipalidades, que en algunos casos proporcionan el líquido a empresas embotelladoras privadas que no poseen fuentes de abastecimiento naturales, como veremos más adelante.

¹⁰ En esta provincia el asunto de la privatización del agua se discutió ampliamente a través del Bureau d'Audiences Publiques sur l'Environnement, después de una serie de consultas ciudadanas que evaluaron la conveniencia de la privatización del sector. Estas consultas fueron muy importantes en la decisión de no privatizar el sector. Véase Bureau d'audiences publiques sur l'environnement (BAPE). *La consultation publique sur la gestion de l'eau au Québec*, Québec, 2001.

2. Participación y estrategia de empresas transnacionales en América del Norte

El consumo de agua embotellada ha sido una tradición en muchos países de Europa Occidental, y para 1995 era el más alto en el mundo; y a pesar de que dicho consumo disminuyó para 1999, continúa siendo uno de los más altos a nivel mundial. En la región de América del Norte (que en la Tabla 1 sólo abarca a Estados Unidos y Canadá) el aumento en el consumo de agua embotellada en los últimos años ha sido considerable, pues pasó de 8,466 millones de litros en 1995 a 13,331 millones de litros en 1999, que es el incremento más alto a nivel mundial. Este hecho es significativo ya que en el caso de estos países, ambos disponen de agua de buena calidad y abundante, por lo que el incremento está ligado a la participación de las empresas transnacionales que han decidido incursionar en la explotación y comercialización del recurso. Existen otras regiones donde el consumo también ha aumentado aunque no de manera tan importante, como ocurre en América Latina (véase la Tabla 1). Este dato no es tan sorprendente, toda vez que en Latinoamérica encontramos regiones donde el agua no es de buena calidad, como es el caso de México o América Central, a diferencia de Estados Unidos y Canadá (sobre todo el segundo), donde el agua que se recibe al abrir la llave es abundante y de excelente calidad.

TABLA 1
MERCADO GLOBAL DE AGUA EMBOTELLADA
(US MILLION DL)

Región	1995	1996	1997	1998	1999
Europa Occidental	32,589.8	31,695.4	29,438.8	29,741.2	29,841.2
Europa Oriental	1,066.2	1,240.3	1,404.9	1,691.5	1,766.0
América del Norte	8,466.2	9,523.3	10,613.8	11,668.3	13,331.5
América Latina	3,619.5	4,149.3	4,885.1	5,559.5	5,639.9
Asia Pacífico	4,445.5	4,921.9	5,301.3	4,900.0	5,912.4
Australasia	223.2	246.7	249.9	234.0	288.3
Africa	2,915.7	2,993.0	3,072.5	3,332.4	3,664.6
Total mundial	53,326.1	54,769.8	54,966.3	57,126.9	60,443.9

Fuente: Euromonitor Internacional Inc.

En ambas situaciones las grandes empresas han logrado incursionar de manera muy acertada en este segmento de la producción, por lo que en la última década se observa una importante expansión de las actividades de las empresas transnacionales, que no sólo han encontrado un mercado importante sino también la disponibilidad del recurso.

La industria del agua está conformada por tres segmentos:

- Agua de manantial, que es el agua natural más pura y se obtiene de alguna fuente natural, ya sea del subsuelo o de alguna otra donde el agua fluye de manera natural a la superficie de la tierra.
- Agua mineral, que es agua pura producida naturalmente bajo la confluencia de ciertas condiciones geofísicas y contiene niveles constantes de minerales; el contenido de minerales le da un sabor diferente al del agua de manantial.
- Agua purificada o tratada, que se produce de fuentes geográficas dispersas, de fuentes no protegidas e inclusive de las redes municipales de distribución de agua (Market Research.Com Inc., 2004).

Las grandes empresas que operan en el mercado del agua embotellada se desempeñan en los tres segmentos, ya sea porque han hecho alianzas con empresas locales que disponen de agua de manantial o mineral o porque embotellan agua de las redes municipales.

De acuerdo con los datos, dos empresas controlan una parte importante del mercado mundial del agua; se trata de dos empresas europeas con una amplia experiencia en infraestructura, tratamiento, embotellamiento, etc. Esto, aunado a las políticas de apertura comercial, ha propiciado que dichas empresas se muevan hacia otros países a través de diversas estrategias, como la compra de empresas o las coinversiones ya establecidas, o bien a través de lo que se denominan alianzas estratégicas, como se observa con claridad en el caso de Estados Unidos, Canadá y México.

Este tipo de inversiones provoca cambios importantes: por una parte, priva a la economía nacional de una fuente de acumulación lucrativa, en particular si los nuevos inversionistas envían sus beneficios al extranjero; por otra parte, el Estado tiene menos margen de maniobra toda vez que el sector privado no está atento a rendir cuentas a los poderes públicos, ya que depende exclusivamente de los intereses privados (Petras, 2001, p. 152). Estos aspectos son fundamentales en el caso del agua, ya que hablamos de un recurso natural indispensable en la vida de todo individuo. Por ejemplo, en el caso de Canadá, y en particular de Québec, si bien es cierto que los diversos sectores relacionados con el agua no se han privatizado, lo es también que existe una amplia participación de las grandes empresas extranjeras en estos sectores y poca regulación en cuanto a la explotación del recurso. Estas empresas han adquirido activos de compañías que se desempeñan en el sector, situación que no resulta muy clara dentro de la política canadiense de no privatización, a pesar de una larga discusión que se llevó a cabo en esta provincia, en la cual se determinó que el agua no se privatizaba (BAPE, 2001; y Gobierno de Québec, 2002). Asimismo, es importante señalar que en esta misma provincia algunas empresas como Coca-Cola o Pepsi-Cola embotellan agua que toman directamente de la red municipal sin pagar sumas importantes a la municipalidad por este consumo (Montero, 2004).

En el caso de México, la mayoría de las empresas embotelladoras consumen agua de las redes municipales—algunas de ellas operadas por empresas privadas—después de un tratamiento y la distribuyen. En su mayoría son las mismas empresas que operan en Canadá.

Las empresas transnacionales que participan en este sector tienen una estrategia global, esto es, se mueven hacia la región del mundo donde pueden encontrar una ganancia. La participación del capital privado no es un fenómeno aislado, sino el resultado de una estrategia mundial—vinculada a la lógica de la expansión comercial—y local, cuyo resultado es una mayor concentración de la producción y distribución en pocas empresas. El ritmo y la amplitud de las privatizaciones en el sector se define por los cambios en las economías nacionales, los cuales se vinculan principalmente con la apertura económica y la participación del capital privado ya sea nacional o internacional, cambios que en el corto plazo parecen irreversibles.

El agua se ha convertido en un recurso importante para las empresas transnacionales, y es por ello que éstas han participado de manera decisiva en diversos países a través de alianzas estratégicas con compañías locales.

Las empresas transnacionales que operan en el sector tienen una estrategia global de relocalización que es resultado de una estrategia que se vincula a los mercados en expansión, lo que ha dado como resultado una mayor producción y distribución y, por lo tanto, una mayor concentración de sus actividades.

Dentro de las estrategias del capital privado encontramos varios niveles (Chesnais, 1997, p. 122):

- El primer nivel es el de las ventajas propias del país de origen, lo que cada empresa obtiene a nivel nacional (las ventajas comparativas), es decir, la ventaja que un país puede ofrecer, en este caso invertir en un producto como el agua.
- El segundo nivel es el de la adquisición de empresas productivas a nivel mundial, ya sea que se trate de materias primas estratégicas o de conocimientos técnicos o científicos. Las grandes empresas como Nestlé y Danone, además de producir en sus países de origen, han ido adquiriendo o haciendo alianzas estratégicas en todo el mundo como una práctica común dentro de sus operaciones, incluida la región de América del Norte.
- El tercer nivel es el de las actividades corrientes pero decisivas de producción, pero sobre todo de comercialización. En el caso de las dos empresas antes mencionadas, éstas han comprado empresas productoras de agua y se han asociado también a empresas que distribuyen el agua.

El desempeño actual de las grandes firmas transnacionales a través de la compra de empresas en todo el mundo ha impulsado la construcción de emporios regionales. La participación de las empresas embotelladoras de agua a nivel mundial, y en particular en América del Norte, es un buen ejemplo de concentración de las actividades de producción y distribución en pocas empresas transnacionales.

En el mercado participan tres tipos de empresas:

- Internacionales
- Nacionales
- Locales

Asimismo el mercado del agua, independientemente de la empresa, tiene una estructura de cuatro ramas:

- Rama de importadores
- Rama regional
- Rama local
- Empresas distribuidoras

Este tipo de estructura les ha permitido no sólo instalarse en un país o una región, sino establecer una serie de relaciones productivas y comerciales a diversos niveles, y por supuesto tener un dominio del mercado bastante importante. En este sentido, además de participar en la producción del recurso también lo hacen en su distribución, que comprende a su vez el mercado externo gracias a las redes de distribución que van construyendo en virtud de las diversas alianzas estratégicas que realizan.

A nivel mundial existen cinco grupos importantes:

- Nestlé-Perrier,¹¹ que es el líder mundial y la primera empresa vendedora de agua en Estados Unidos con una tercera parte de las ventas. Esta empresa exporta también agua de otras fuentes naturales de Europa como Vichy Célestins (Francia), Vittel (Francia) y Aqua Panna Natural Spring Water (Italia). Esta empresa posee muchas filiales para el embotellamiento de agua en Estados Unidos, Canadá y México.

¹¹ Cabe señalar que Nestlé posee aproximadamente 30% del mercado mundial de agua embotellada. Danone controla el 15% del mercado mundial y, junto con Coca-Cola, ocupa el segundo lugar. La industria de agua embotellada vale actualmente 22 mil millones de dólares, y algunos expertos le estiman un crecimiento potencial del 30% anual. <http://www.citizen.org/cmep/Water/us/articles.cfm?ID=8972>

- Grupo Danone de Francia, que es el segundo vendedor de agua embotellada a nivel mundial. Controla marcas como Evian, Volvic y Danone Natural Spring en Estados Unidos y también vende la marca Sparkletts, que es muy popular en ese país. Esta empresa se asoció con Coca-Cola en 2002, por lo que su participación es principalmente en *marketing*, distribución y control gerencial, lo que ha permitido un incremento en sus ventas. Coca-Cola también es una empresa líder en Québec y México.
- Coca-Cola, que ha adquirido diversas empresas locales en todo el mundo y recientemente ha celebrado diversas formas de asociación con el Grupo Danone.
- Pepsico, que ha adquirido diversas empresas en todo el mundo.
- Suntory Water Group, que se asoció con Nestlé.

En el caso de América del Norte, como se observa en el mapa 1,¹² los grupos más importantes son:

Nestlé (Suiza), que compró Perrier, y Vittel, que entre otras adquirió la empresa Arrowed en Estados Unidos y Aquapura en México.

- Grupo Danone (Francia), que adquirió Evian y Volvic; en Estados Unidos se hizo de empresas importantes como Sparklets, Aqua Pen y Alhamabra, y en México de Bonafont y Aga de México. En Québec adquirió empresas como Naya y Labrador.
- Coca-Cola (Estados Unidos), que en Estados Unidos y Canadá maneja la marca Dissani; en México, esta última realizó alianzas con Electropura
- Pepsi-Cola (Estados Unidos), que en Estados Unidos y Canadá maneja la marca Aquafina y en México la marca Ciel.

¹² En el mapa 1 también se observa la participación de los grandes consorcios por regiones en los tres países.

La entrada de Pepsi-Cola y Coca-Cola en el mercado del agua cortó la expansión de Nestlé, y fue entonces que se iniciaron las alianzas Coca-Danone y Nestlé-Suntory. Estas nuevas alianzas con las dos grandes refresqueras se deben, por una parte, a que después de las bebidas gaseosas el agua se encuentra en segundo lugar de consumo y, por lo tanto, representa un mercado importante y en expansión. Por otra parte, se deben a que, en virtud de que estas dos refresqueras carecen de fuentes naturales de abastecimiento pero poseen una red de distribución importante, las alianzas con las empresas europeas ha resultado complementarias en ambos casos.

Algunas empresas, como Nestlé-Perrier, han comprado empresas regionales para tener control de una rama completa del mercado, como ha sucedido en los Estados Unidos y México; es decir, no sólo exportan sus productos al país receptor sino que se asocian con empresas locales, regionales y de distribución, lo que ha dado como resultado cambios en la estructura de la industria. Las grandes empresas han adquirido a las pequeñas, con lo que han reducido los costos y han aprovechando el mercado local.

Estas alianzas han ampliado su participación, en particular a partir de la década de los ochenta, que está marcada por una serie de políticas neoliberales que propiciaron un proceso de apertura en la mayoría de los países del mundo, en particular Canadá y México. Esto ha propiciado no sólo el incremento de las inversiones vía la privatización, sino también una relocalización de la producción y el incremento de alianzas estratégicas entre las grandes empresas con el capital local.

Estas alianzas estratégicas les han permitido incrementar sus actividades, así como afrontar las rivalidades frente a sus competidores —como es el caso de las alianzas realizadas por Pepsi y Coca— para procurar vencer la amenaza de la competencia comercial.

Actualmente, la participación de estas empresas no sólo es importante en la producción sino también en las redes de distribución, lo cual ha constituido una estrategia de una de las dos más grandes embotelladoras que recientemente han incursionado en el mercado del agua embotellada, y que a su vez ha sido una de las mayores innovaciones de las empresas europeas que han incursionado en México, Estados Unidos y Canadá.

En el caso de Québec, más del 80% del agua embotellada pertenece a tres multinacionales extranjeras: la francesa Danone, la suiza Nestlé y la italiana Parmalat.

La producción y distribución del agua poco a poco ha pasado a manos de estos tres emporios transnacionales, toda vez que han ido adquiriendo las principales firmas canadienses y de Québec. Las aguas subterráneas de Québec¹³ son accesibles en cuanto a cantidad, calidad y costo en la mayor parte del territorio. Fuera de los centros urbanos, el agua subterránea es la única fuente de agua potable y abastece a 20% de la población. Aproximadamente 80% de la población de Québec consume agua de las corrientes superficiales de agua.

De esta forma, los gigantes de la industria no solamente se dedican a la producción sino también a la venta del producto aprovechando las ventajas locales de producción y las redes de distribución establecidas por estas empresas. Hay que señalar que la producción de agua embotellada es una industria de reciente creación que data de la década de los ochenta, y no obstante que se trata de una industria relativamente joven en Canadá, la participación de consorcios extranjeros ha sido bastante rápida porque la disponibilidad de agua de manantial es importante y de excelente calidad, pues el agua que utilizan algunas embotelladoras de la red municipal también es de buena calidad y a muy bajo costo, y finalmente porque el consumo de agua embotellada se ha incrementado en los últimos tiempos. Es por ello que estas empresas también visualizan su incursión en las exportaciones hacia el mercado norteamericano.

Danone posee 70% del mercado canadiense a través de las firmas de este país que ha adquirido en poco tiempo, como Evian, Volvic, Naya y Labrador (esta última en un 50%). Por su parte, Nestlé es propietaria de Montclair y Eaux Vives de Harricana, que pertenece en un 60% a Parmalat.

Las principales empresas que operan en Québec¹⁴ son:

¹³ Actualmente la extracción total no sobrepasa el 3% de la recarga anual. Cabe señalar que este tipo de fuente en general es de buena calidad y puede ser utilizada tanto por el sector público como por el privado, y esto puede traer conflictos en su explotación, como veremos más adelante.

Las aguas comerciales o embotelladas sólo representan el 0.08% de la extracción total.

¹⁴ Estas empresas se concentran en gran medida en la región de Montreal, donde el agua es de muy buena calidad (Laval, Lauredites, Montérégie y Lanaudière), aunque también se encuentran en otras partes de la provincia, a excepción del norte de Québec.

- El grupo Danone, que además controla empresas locales como Naya (que adquirió en el 2000¹⁵ y comprende la embotelladora de Mirabel, que fue fundada en 1986 en el norte de Montreal), Labrador (que posee dos embotelladoras en Québec y una en Ontario), Boischatel y Cristalline (que se distribuyen en la mayor parte de Québec), Naturo, Aqua Nature, Aqua Terra, Cristal Spring y Larochele.
- Nestlé, que controla empresas como Montclair y Esker.
- Pepsico, que maneja la marca Aquafina.
- Coca-Cola, que maneja la marca Disani.

Amaro es la única empresa con 100% de capital de Québec, pero recientemente ha tenido problemas financieros.

La industria del agua tiene un alto valor agregado y ha cobrado importancia en los últimos años; su producción aumentó 13.4% de 1994 a 1996, situándose en 370.7 millones de litros. Québec cuenta con un número pequeño de grandes empresas que dominan el 80% de la producción, cuya fuente principal son las aguas subterráneas.¹⁶ Este tipo de agua tiene la característica de ser de muy buena calidad, y al parecer no existen limitantes a su exportación; por otra parte, la actual legislación no aclara si existen o no cuotas a la exportación del agua embotellada. De acuerdo con el derecho civil de Québec, si el propietario de un terreno tiene acceso a un manantial, el agua le pertenece y en principio no existe limitante para su explotación, situación que posiblemente explique el reciente auge las empresas embotelladoras de agua.

La industria del agua embotellada en Québec es de tres tipos: el agua subterránea (93% de la producción), el agua mineral (3% de la producción) y el agua tratada (4% de la producción) (Gobierno de Québec, 1999).

¹⁵ Con esta adquisición el grupo Danone duplicará su capacidad de producción en Canadá y constituirá reservas disponibles para desarrollar una estrategia en el noroeste americano. En el mercado canadiense, el Grupo Danone se refuerza como líder con las marcas Labrador, Cristal Springs, Volvic, Evian y Naya.

¹⁶ Ministère de l'agriculture, Pecherie et Alimentation, L'industrie des eaux embouteillées au Québec, 1998, Véase: http://www.agr.gouv.qc.ca/ae/publicat/resumes/eaux/r_eaux.html

La industria quebequense de aguas embotelladas ha mostrado su dinamismo en los últimos años, particularmente en lo que se refiere a las exportaciones internacionales, las cuales reportaron un incremento del 103.2% en 1997 en relación con 1996 (Gobierno de Québec, 1997).

El volumen de ventas ha aumentado; en particular, las ventas al extranjero crecieron diez veces: pasaron de 10 millones de litros en 1990 a 101.7 millones de litros en 1996, mostrando para este periodo un mayor incremento en las exportaciones entre 1992 y 1996, lapso de tiempo que coincide con la firma del Tratado de Libre Comercio. El comercio entre las provincias de Canadá también se ha incrementado, aunque en menor proporción (Gobierno de Québec, 1997). A pesar de que el consumo de agua embotellada en Québec se ha incrementado, el aumento no ha sido importante. Esto se explica, en parte, por la buena calidad del agua en esta provincia y posiblemente también a que el precio de un litro de agua en Québec es casi igual al de un litro de gasolina.

En lo que respecta a Estados Unidos, también se puede hablar de una fuerte concentración de la producción en pocas empresas. La forma en que se ha llegado a esta situación en los últimos años es a través del mismo patrón de fusiones y adquisiciones. Como se observa en la tabla 2, la empresa más importante en este país es Nestlé, la cual controla el 26.6% del mercado norteamericano, seguido por Danone/Coca-Cola, que controlan el 11,7% y luego por Pepsico, que controla el 11.3% para 2003, lo que nos muestra que sólo tres empresas controlan casi el 50% del total de la producción.

Nestlé/Perrier está establecida en Connecticut y vende seis de las ocho principales marcas en Estados Unidos, dentro de las cuales Poland Spring es una de las más importantes. En marzo de 2001, Nestlé/Perrier anunció sus planes de venta de agua en hogares y empresas, y lanzó toda una gama de aguas aromatizadas con frutas e ingredientes exóticos como ginseng, ya que la empresa lo considera como un mercado en desarrollo (Ministère des Affaires Etrangères et du Commerce International, 2001, p. 9).

De cualquier forma, los recursos financieros y la capacidad de distribución descansan principalmente en las empresas Coca-Cola y Pepsico, lo que posiblemente a largo plazo les permita convertirse en las empresas líderes en el

TABLA 2
PARTICIPACIÓN DE LAS 10 MAYORES EMPRESAS EN EL MERCADO DEL AGUA
EMBOTELLADA EN 2002 Y 2003 (ESTADOS UNIDOS)
(PORCENTAJES)

Empresas	Grupos	2003	2002
Aqua Fina	Pepsico	11.3	10.8
Dissani	C.Cola/Danone	10.0	9.9
Evian	C.Cola/Danone	1.7	6.7
Poland Spring	Nestlé/Perrier		
Arrowhead	Nestlé/Perrier		
Deer Park	Nestlé/Perrier	26.6	23.2
Ozarca	Nestlé/Perrier		
Zephyrhills	Nestlé/Perrier		
Ice Mountain	Nestlé/Perrier		
Cristal Geyser	Cristal Geyser	4.0	3.5
Otros		46.4	45.9

Fuente: Euromonitor Internacional Inc.

mercado norteamericano. La marca Aquafina de Pepsico es el agua embotellada que se vende más en Estados Unidos, con 11% del mercado. Coca-Cola lanzó su marca de agua embotellada en 1999 y, a pesar de que es bastante reciente, ha logrado una buena expansión de su producto con el nombre de Dissani.

A través de las fusiones con las dos grandes refresqueras y con empresas locales, los dos gigantes europeos han logrado captar una parte importante del mercado en poco tiempo. Aunque el nombre comercial no es tan importante en el caso del agua, como pudieran serlo en el caso de las bebidas gaseosas, Pepsi y Coca tienen la ventaja de ser marcas conocidas.

En cuanto a México, el mercado de agua embotellada creció 11.5% en 2002 en relación con el año precedente, y se dice que este mercado tiene cierta madurez y que permanecerá estable en los próximos años (Ministère des Affaires Etrangères et du Commerce International, 2003).

Entre 1999 y 2000 se observó un reagrupamiento considerable en el mercado, ya que los gigantes mundiales de las bebidas como Pepsico, Coca-Cola, Nestlé/Perrier y Danone/Bonafont incrementaron la gama de productos y

luchan entre sí para ganar una mayor parte del mercado, apoyados desde luego con campañas importantes de *marketing* muy elaboradas que resaltan la salud y el deporte.

El mercado del agua en México está dividido en tres segmentos: agua simple, que comprende el 75%; agua mineral, con el 24,3% del mercado; y agua aromatizada, que significa apenas el 0.7% (este último producto es relativamente nuevo en México) (Ministère des Affaires Etrangères et du Commerce International, 2003).

Al igual que en Estados Unidos y Canadá (véase el Mapa 1), en México los gigantes mundiales del agua, como son Coca-Cola, Pepsico, Nestlé y Danone, han adquirido gradualmente empresas productoras y distribuidoras locales ya existentes, obteniendo un margen de beneficio importante y creando redes más amplias de distribución. Esto ha hecho que las principales marcas de agua embotellada se distribuyan inclusive en las regiones más alejadas del país, situación que ha ido bien acompañada de buenas campañas de publicidad, y desde luego de la falta de agua de calidad.

En México la empresa Electropura, una de las más importantes ya que tiene una buena parte del mercado nacional, pertenece a Pepsico/Gemex. La segunda en importancia es la empresa Pureza, cuyos productos son fabricados por Aga de México, perteneciente al Grupo Danone; en seguida se encuentra la empresa Bonafont, que también tiene una distribución importante a nivel nacional y pertenece a Danone; y finalmente Ciel, que pertenece a Coca-Cola/Femsa.

El mercado mexicano es muy importante para estos grupos, no sólo porque el agua para beber en México es de mala calidad, sino porque además representa un mercado de 100,000,000 de habitantes.

Al igual que en los casos anteriores, los gigantes europeos del agua han ido creando redes de producción y distribución, lo que hace que en México también tengan un dominio muy importante del mercado.

Conclusiones

El agua se ha convertido en un recurso de gran valor en los últimos años, ya que en algunos países es escasa y también porque se trata de un producto de primera necesidad cuyo consumo se ha incrementado. Las empresas privadas han entendido bien el mensaje y se orientan cada vez más a invertir en el sector, que representa jugosas ganancias.

El mercado del agua embotellada está dominado por dos gigantes europeos que cuentan con una amplia experiencia en el negocio del agua embotellada. También se han ido incorporando a este negocio dos empresas que no son productoras de agua, pero que tienen una amplia experiencia en la distribución de bebidas gaseosas, como son Coca-Cola y Pepsico. Estas refresqueras han aprovechado la coyuntura de un nuevo mercado y han hecho alianzas diversas con los dos gigantes y con empresas locales en los tres países. Esta reagrupación de empresas a nivel internacional, regional y local aprovecha una nueva flexibilidad respecto a las inversiones que se han manifestado en forma de fusiones, adquisiciones o coinversiones, además de vincularse a una estrategia de expansión de un mercado ampliamente prometedor, ya que el consumo del agua embotellada ha ido en aumento en los tres países.

Sin embargo, la participación de estos consorcios internacionales en un sector tan importante como es el agua embotellada plantea una serie de interrogantes en cuanto a su extracción, exportación, etc., por varias razones.

La primera es que en Canadá, específicamente en la provincia de Québec, por ejemplo, las empresas que no producen agua de manantial pueden abastecerse de las redes municipales (también con fuerte participación de los grandes consorcios europeos) sin pagar un costo extra, con lo cual las empresa tienen un amplio margen de utilidades. En cierta forma, el gobierno provincial no puede cambiar esta situación en el corto plazo ya que ello implicaría imponer un impuesto a todos los usuarios, lo que generaría severos conflictos. Aunado a eso, también tenemos que a pesar de que el agua de la llave en Québec es de excelente calidad, las ventas se han incrementado.

En la misma provincia las exportaciones en barricas están prohibidas,¹⁷ no así el agua embotellada, y por el momento no se ha previsto ninguna reducción en las cuotas, situación que en el corto plazo podría plantear algunos problemas frente a lo negociado en el TLC, ya que el agua no está contemplada en el Tratado.

En México los grandes consorcios se han aprovechado de un mercado importante y en expansión, en un país donde el agua es un recurso de mala calidad y en muchos casos limitado, por lo que la intervención de los grandes consorcios es estratégica. Aquí la participación de las empresas se ha dado bajo el principio de la escasez y la maximización de ganancias, y no necesariamente con base en la sustentabilidad a largo plazo y la distribución del recurso bajo un principio de equidad.

El incremento en el consumo del agua embotellada llama la atención, inclusive en regiones como Québec, que disponen de agua de buena calidad, o Estados Unidos. En México el incremento en el consumo de agua embotellada se explica principalmente debido a la falta de distribución de agua de buena calidad.

Por lo que toca a Estados Unidos, si bien es cierto que las grandes empresas europeas han dominado, empresas embotelladoras como Pepsico o Coca-Cola han ido ganando terreno y han realizado diversas alianzas en los tres países. Con esto han mostrado que no es importante disponer del recurso, sino de capital, redes de distribución y una legislación favorable para realizar alianzas estratégicas.

En los tres países la industria del agua embotellada es un sector de muy rápido crecimiento, y se observa en ellos una tendencia muy fuerte a la concentración de este sector en pocas empresas, bajo el principio de alianzas a nivel local y regional.

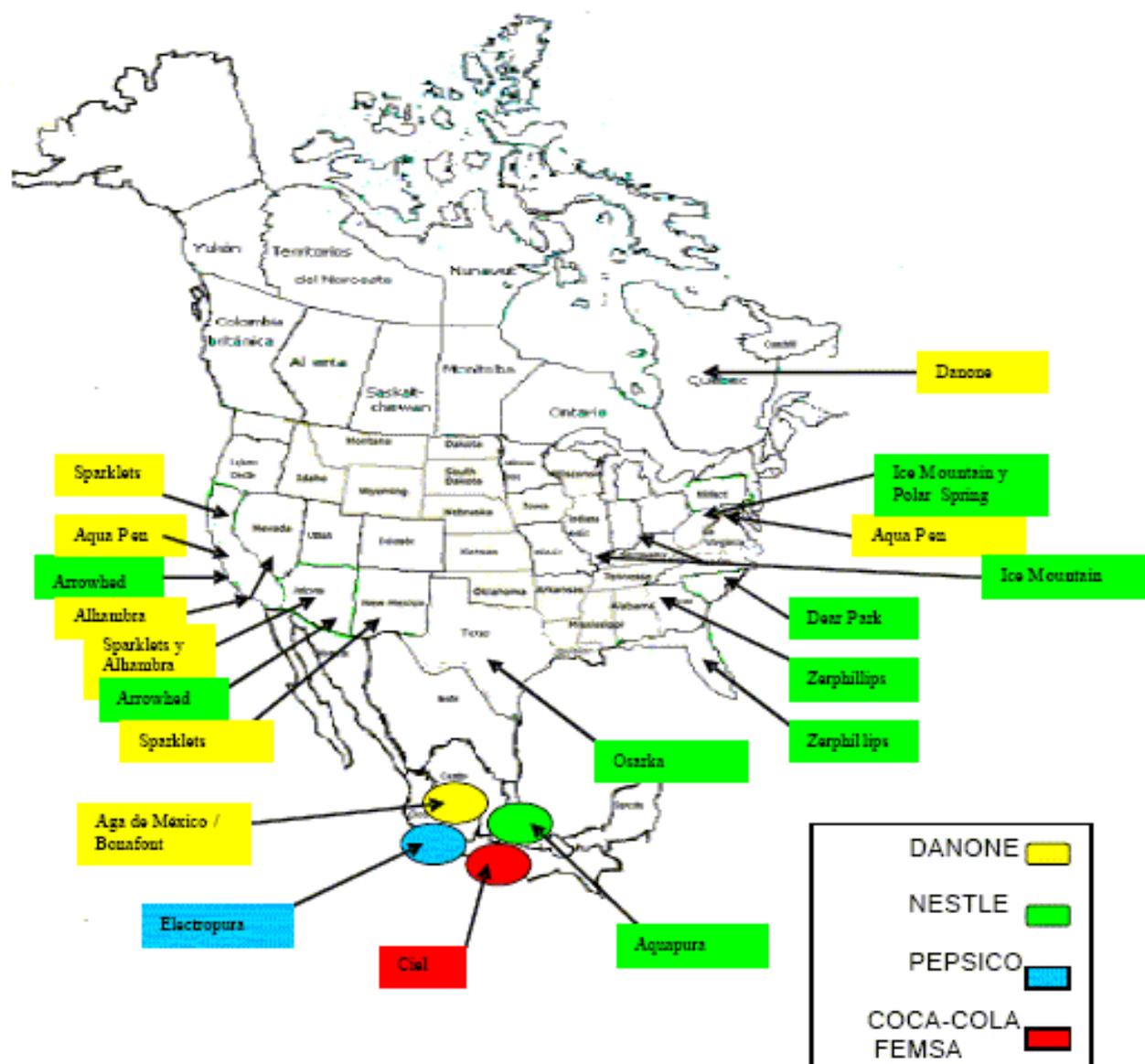
Hay que señalar que ante este nuevo producto que es el agua las grandes refresqueras, como son Pepsi y Coca, han sabido aprovechar la oportunidad y, valiéndose de sus redes de distribución, han llevado a cabo alianzas con los gigantes

¹⁷ Además de la prohibición de exportar de agua en toneles, los costos de transporte, el mantenerla en buen estado, el control de calidad y la falta de infraestructura para recibirla, especialmente en los países en desarrollo que la reciban, constituyen los principales problemas y limitantes para la exportación de agua por mar.

Europeos; éstos, a su vez, han sabido aprovechar estas alianzas no sólo para distribuir el agua que se embotella a nivel local, sino también para distribuir el agua importada producida en Europa. En este sentido, los grandes consorcios extranjeros han hecho un importante trabajo ya que su actuación ha sido a nivel internacional, local y regional en los tres países.

Los grandes consorcios han ido ganando espacios en América del Norte respecto del agua embotellada, por lo que queda latente que estas empresas esperan nuevas oportunidades para administrar una de las riquezas incalculables para en el siglo XXI, como lo es el agua.

MAPA 1
PARTICIPACIÓN DE GRANDES CONSORCIOS Y EMPRESAS LOCALES EN EL SECTOR DEL AGUA EMBOTELLADA EN AMÉRICA DEL NORTE



Fuente: Elaboración propia de varios documentos

BIBLIOGRAFÍA

Andreff, W. *Les multinationales globales*, Repères, La Decouverte, Paris, 1996.

Banco Mundial. *Involving the Private Sector in Water and Sanitation Services*, Washington, 1997.

Banco Mundial. *Meeting the infrastructure challenge in Latin America and the Caribbean*, Washington, 1995.

Banco Mundial. *Inversión extranjera directa. Experiencias de la CFI*, núm. 5, Washington, 1997.

Bureau d'audiences publiques sur l'environnement (BAPE). *La consultation publique sur la gestion de l'eau au Québec*, Québec, 2001.

Chesnais, F. *La mondialisation du capital*, Syros, Paris, 1997.

Idelovitch, E. y K. Ringskog. *Private sector participation in water supply and sanitation in Latin America*, Banco Mundial, Washington, 1995.

Comisión Nacional del Agua. *Agua en México*, México, 2003.

Gobierno de Québec. *L'eau, la vie. L'avenir. Politique National de l'eau*, Québec, sábado 12 de octubre, 2002.

Gobierno de Québec. *La gestion de l'eau au Québec*, Document de consultation publique, Québec, 1999.

Gobierno de Québec. *Sur la gestion de l'eau au Québec*, Québec, 1997.

Gómez M., Carolina. "Crédito del BM por 250 mdd para la red hidráulica", *La Jornada*, México, 2002.

- Lauzón, L., F. Patenaude y M. Poirier. *La privatización de l'eau au Québec. Les expériences dans le monde*, primera parte, *Chaire d'études socio-économiques*, UQAM, Montréal, 1997.
- Market Research.Com Inc. *US market for bottled water and relative water*, Estados Unidos, 2004.
- Ministère de l'agriculture, Pêcherie et Alimentation. *L'industrie des eaux embouteillées au Québec*, 1998.
- http://www.agr.gouv.qc.ca/ae/publicat/resumes/eaux/r_eaux.html
- Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. *Le marché de l'eau embouteillée dans la région des trois États*, Centre des études de marché et le Service des délégués commerciaux du Canada, Ottawa, 2001.
- Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. *Le marché de l'eau embouteillé au Mexique*, Centre des études de marché et le Service des délégués commerciaux du Canada, Ottawa, 2003.
- Ministère du conseil exécutif et Ministère de l'environnement. *Sur la gestion de l'eau au Québec*, Québec, 1997.
- Ministère du procureur général de l'Ontario. *Rapport de la commission d'enquête sur Walquenton: les événements de 2002 et les questions connexes*, Ontario, 2002.
- Montero, Delia. "La inversión extranjera directa en América Latina", en Gregorio Vidal. *México y la economía mundial*, Porrúa/UAM, México, 2001.
- Montero, Delia. "Water in Quebec: a Transnational Business", en *Securitu/ Isecurity, Journal of Canadian Studies*, núm. 29, Canadá, 2005.
- OCDE. *Indicateurs clés d'environnement*, Paris, 2004.

Paquerot, Sylvie. “Vers une zone de libre-échange des Amériques. Mise a l’écran de l’eau du Canada”, *Le Monde Diplomatique*, abril de 2001.

Petras, James y Henry Veltmeyer. *La face cache de la mondialisation*, Parangon, Paris, 2001.

Poupeau, Franck. “Vivendi, une leçon de choses. Et l’eau de la Paz fut privatisée”, *Le Monde Diplomatique*, mayo de 2002, pp. 28-29.

Riviera, Daniel. *Private sector in the water supply and wastewater sector*, Banco Mundial, Washington, 1996.

Tully, Shawn. “Water, Water Everywhere”, *Fortune*, 15 mayo de 2000.

<http://www.watmunc.com/fr/majefr.htm>

¿Quiénes son las mayores compañías embotelladoras de agua?
<http://www.citizen.org/cmep/Water/us/articles.cfm?ID=8972>