



PRUPUESTA DE CANACOPE PARA APOYAR POLÍTICAS DE ACCESO AL AGUA PURA

Página:

1

La **Cámara de Comercio Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México**, hace públicos los resultados del sondeo de opinión que realizó nuestra institución, para conocer alguno de los hábitos de consumo vinculados a la venta de refrescos en las tiendas de abarrotes, misceláneas y comercio tradicional, el cual se realizó con el fin de obtener un panorama del impacto que tendría en nuestro sector de aplicarse el Impuesto Especial a Productos y Servicios (IEPS) a estas bebidas.

El trabajo realizado nos permitió identificar los siguientes factores asociados al consumo y comercialización dentro del sector minoristas:

CONSUMO:

- Las personas consumen refresco como parte de su dieta diaria, es un hábito arraigado en la población de clase media y popular.
- El 80 por ciento de los consumidores de refresco está conformada por personas mayores de 40 años y clase económica media y baja.
- Entre nuestra clientela el consumo del refresco se ha fomentado desde la infancia como un premio; un producto que otorga como satisfactor. En las celebraciones y momentos de convivencia, el refresco está presente.
- Dueños y encargados de las tiendas de abarrotes señalan que su clientela compra refresco porque el acceso al agua potable de forma económica o gratuita no existe; es casi tan caro comprar una botella de agua, como comprar un refresco, por lo que el consumidor prefiere pagar por un refresco que además, tiene endulzantes y/o saborizantes que le proporcionan una sensación de saciedad.
- Existe un amplio sector de trabajadores y estudiantes que atienden su alimentación diaria con un presupuesto de entre los 15 y 20 pesos, adquiriendo comida preparada (tacos, tortas, quesadillas, sopas instantáneas entre otros), un refresco y galletas. Esto ejemplifica que existen otras causas, diferentes al refresco, que generan obesidad.
- La apertura comercial ha generado la aparición de más marcas que ofrecen diversos sabores, tamaños y precios. Hay refrescos de 600 mililitros a precios de 5.00 pesos o de 3 litros a precios de 12.00 pesos.





- Parte importante de las causas que generan el consumo del refresco tiene su origen en factores culturales y económicos.

Podemos identificar plenamente que se consume refresco porque el consumidor no tiene alternativas que representen una verdadera opción para cambiar su hábito de consumo.

Sí la población tuviera acceso al agua a precios accesibles, podrían decidir entre pagar un peso por un litro de agua, o pagar 10 pesos por un litro de refresco, lo que significaría una verdadera alternativa, impulsando en la población la opción de preferir tomar agua.

Hasta hoy el gobierno no ha propiciado políticas públicas de salud, donde los ciudadanos puedan tener acceso al agua potable en cualquier punto de las ciudades a costos económicos.

PROPUESTA

Ante la perspectiva de la Reforma Hacendaría que contempla el incremento del IEPS, la **CANACOPE Servytur Ciudad de México** propone la siguiente alternativa:

1. **Que el gobierno desarrolle e implemente verdaderas políticas públicas para combatir a la obesidad desde una perspectiva de salud pública y no a base de campañas publicitarias o recetas recaudatorias.**
2. **Apoyamos el establecimiento de un programa de bebederos públicos.**
3. **Otra parte importante será el impulso sistemas de potabilización para el relleno de envases de medio litro, un litro y dos litros, a bajo costo en tiendas de abarrotes, misceláneas y comercio tradicional. El costo de implementación de los sistemas de potabilización podrá ser financiado con un porcentaje de lo que se obtenga del IEPS al refresco. El mantenimiento, supervisión y comercialización le corresponderá al abarrotero, generando un esquema auto sustentable.**

Así, en el mismo lugar donde se comercializa el refresco, se tendrá una opción atractiva para no consumirlo, primordialmente por la diferencia en costo.

Las pérdidas que tenga el sector minorista y comercializador en pequeño, derivada de la disminución de la venta de refresco, se recuperará por la venta de agua pura. Incluso la ganancia obtenida por la venta popular de agua pura, podrá superar los márgenes de utilidad que hoy en día nos ofrecen las empresas refresqueras.



Nota: Sondeo de opinión realizado a 430 personas, hombres y mujeres mayores de 18 años en el Distrito Federal, del 19 al 27 de septiembre 2013.

