

CRISIS Y RIESGOS

Escasez de agua en México: una conversación digital en aumento

La conversación digital con respecto a las industrias crece un 25% en el último año.

Esta aceleración seguirá en aumento impactando directamente en la reputación de las compañías

**Ciudad de México
21 de marzo de 2024**

El agua es un recurso vital que enfrenta una crisis sin precedentes en México derivada de la falta de lluvias, lo que ocasiona graves desequilibrios hidrológicos y, en consecuencia, la gestión de su cuidado tanto para uso industrial como consumo doméstico se vuelve crucial. En 2015, el mundo se comprometió con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 6, como parte de la Agenda 2030, que pretende lograr un acceso universal y equitativo al agua potable y a servicios de saneamiento e higiene adecuados. Sin embargo, al día de hoy, a escasos cinco años para llegar al año meta para el cumplimiento de los objetivos, la propia ONU asegura que estamos muy lejos de conseguir esta meta.

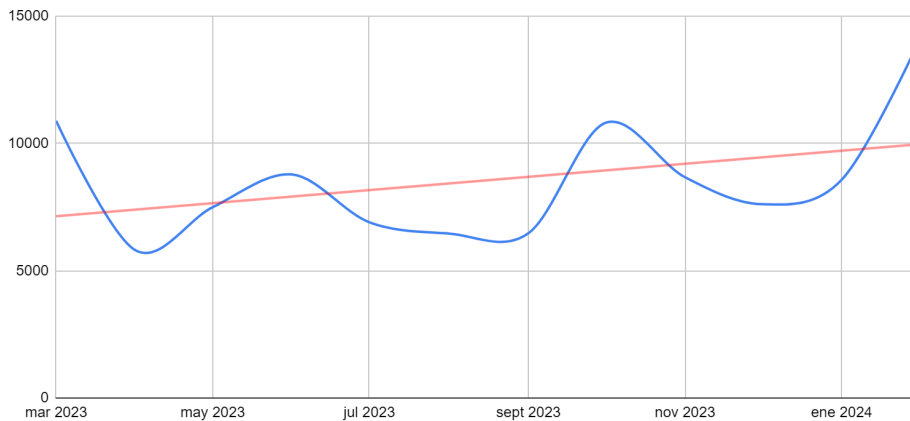
En México, de acuerdo con el Servicio Meteorológico Nacional (SMN), el 83,9% del territorio nacional sufre sequías que se intensifican desde marzo por la disminución del porcentaje de lluvias. Esto sumado a que, varios estados del país han registrado temperaturas superiores a los 40 grados en meses inusuales, como las llamadas zonas húmedas de Campeche, Chiapas, Michoacán, Quintana Roo, Veracruz y Yucatán.

A las consecuencias del cambio climático y la falta de lluvias, debemos sumarle los retos del saneamiento público, la mala calidad del agua, el acceso desigual a este recurso en el país, las limitaciones en mantenimiento a la infraestructura e inadecuada gestión por parte del sector público, que a pesar de este compromiso sostenible, han sido insuficientes las acciones de priorización de la problemática para atender de manera urgente y con una mirada de resolución hacia el corto plazo.

Como reacción a esta grave problemática, el 18 de octubre de 2023, la Comisión de Recursos Hidráulicos del Senado presentó el proyecto de dictamen para expedir la nueva Ley General de Aguas, por lo que, desde esta fecha, senadoras y senadores han revisado y propuesto ajustes al texto, resultando en que a día de hoy, el dictamen aún no ha llegado a discutirse en pleno del Senado. Además, el presidente López Obrador, propuso recientemente una reforma constitucional para prohibir el otorgamiento de concesiones a particulares en zonas con baja disponibilidad de agua en cantidad y calidad, salvo que se asignen para efectos de consumo doméstico.

A nivel social, comprobamos cómo esta realidad no es algo desconocido para las y los mexicanos, quienes ven cómo este recurso vital escasea cada día más, afectando no solo a su vida diaria, sino también comprobando cómo el mal reparto de este bien, los problemas de infraestructura y el uso desmedido por parte de las industrias, según apuntan, hacen que no se detecte una solución al corto plazo que garantice su subsistencia.

El uso de este recurso escaso por parte de las empresas privadas se ha convertido en una piedra angular de la conversación posicionándose como un actor clave para ser parte de la solución a través de inversión en infraestructuras y programas de cuidado y mantenimiento del agua o, de no hacer nada al respecto, ser la diana donde apuntan todos los dardos. En consecuencia, se genera un problema reputacional de gran escala con impacto directo en la continuidad de sus operaciones en el país. Atender esta situación en una era de incertidumbre y volatilidad se vuelve crucial en el corto plazo, más atendiendo a que la conversación sobre las diferentes industrias consumidoras de agua, muestra un **crecimiento promedio del 25% de aceleración en los últimos 12 meses** y se estima que siga en crecimiento durante el próximo periodo.



Aceleración de la conversación

A través de distintas técnicas de Inteligencia Artificial (IA), el Aprendizaje Automático (Machine Learning) y el Procesamiento del Lenguaje Natural (NLP), en LLYC hemos sido capaces de extraer y analizar conversaciones relacionadas con la problemática del agua en nuestro país a lo largo de distintas fuentes digitales desde 2019 hasta 2024. Estas tecnologías nos permiten emplear algoritmos y modelos que optimizan procesos y nos ayudan a identificar hallazgos relevantes dentro de la información, permitiéndonos trazar un detallado panorama de la evolución de este tema, identificando los factores detonantes y evaluando su impacto en diversas industrias.

Gracias al análisis de la conversación digital, logramos ver qué opina la sociedad al respecto, cuáles son las industrias más atacadas públicamente por el mal manejo del agua y cómo impacta en la reputación de las mismas. De esta manera, logramos responder a la cuestión crucial que las industrias afectadas deben conocer: **¿Es lo mismo percepción que realidad?**

RADIOGRAFÍA DE LA REALIDAD EN MÉXICO

Antes de entender la percepción social, es fundamental entender la realidad de México con respecto a la escasez del agua.

- Según la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA) y contemplado en su "Monitor de Sequía de México" a fecha de 15 de febrero de 2024, los estados más afectados por la escasez y catalogados como sequía extrema son: Sonora, Chihuahua, Sinaloa, Durango, Tamaulipas, Oaxaca, Guerrero, San Luis Potosí, Guanajuato, Querétaro, Hidalgo, Ciudad de México, Estado de México y Aguascalientes.
- Cerca del 50.5% del volumen total de agua para uso agrícola se concentra en seis entidades federativas: Sinaloa, Sonora, Chihuahua, Michoacán, Tamaulipas y Guanajuato.
- En conjunto, Puebla, Michoacán, Sonora, la Ciudad de México, Tamaulipas y Veracruz concentran el 60.5% del agua para uso industrial.
- Se prevé que para 2030 la disponibilidad anual de agua descienda por debajo de los 3 mil m³ por habitante al año (IMCO, 2023).
- Solo el 53,6% de la población en México tiene suministro diario de agua dentro de las viviendas (CONEVAL, 2020).
- El uso agrícola del agua representa el 75,7% del total nacional concesionado; el abastecimiento público el 14,7%; industrial 4,9% y la electricidad el 4,7%. (CONAGUA, 2020).
- De los 653 acuíferos existentes en el país, 157 están sobreexplotados.
- El 39.4% del volumen total concesionado para uso agrícola, industrial, abastecimiento público y electricidad procede de los acuíferos.

PERCEPCIÓN DE LA SITUACIÓN POR PARTE DE LA SOCIEDAD CIVIL

Durante el periodo temporal analizado de 2019 a marzo de 2024, encontramos un total de 2,686,594 menciones totales, generadas por 342,069 autores únicos y con un alcance de más de 6 billones de personas en todo el territorio nacional.

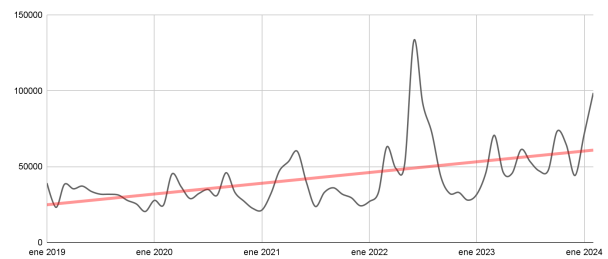
De manera general, se detectan los siguientes hallazgos de partida:

1. La conversación de la crisis del agua alcanza volúmenes de conversación relevantes cuando la sociedad civil, principalmente proveniente de centros urbanos, comienza a manifestarse.
2. La intervención del presidente de la República en el tema lo polariza y tiende a dirigir la conversación hacia la iniciativa privada, como lo hizo en 2022 derivado de la escasez de agua donde se observa un pico de conversación con sentimiento negativo que alcanzó las más de 133,000 menciones. En este momento, los puntos de inflexión que desataron la conversación fueron:
 - 2.1. La intervención de políticos, así como las peticiones de colaboración que el gobernador Samuel García hizo a otros Estados
 - 2.2. Los pronunciamientos del presidente Andrés Manuel López Obrador sobre la intervención federal y su postura hacia la iniciativa privada.

2.3. El hartazgo de la sociedad civil afectada que exigía soluciones al sector público de manera inmediata.

3. La crisis del agua para finales del año 2023 y principios de 2024 está siendo percibida también como consecuencia del cambio climático y sus manifestaciones catastróficas recientes, como las graves consecuencias del huracán Otis a su paso por el estado de Guerrero.

De esta manera, derivado del nivel de aceleración de los últimos meses en la conversación externa digital dirigida hacia las empresas consumidoras de agua con un crecimiento del 25% en el último año -sumado al inicio de las campañas electorales de los diferentes candidatos-, se demuestra que comparando el **pico de conversación de 2022 con el de febrero 2024**, la tendencia de **crecimiento ya lo supera en un 4%**.



Aceleración de la conversación

DISTRIBUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN

Se identifican 4 pilares fundamentales dentro de la conversación analizada, destacando de manera general:

1. Una tercera parte de la conversación (34%) de la crisis hídrica se enfoca en

los problemas de gestión e infraestructura. Los fenómenos climáticos (como fuertes lluvias y sequías) son identificados como otra causa de esta situación, pero se relacionan con la **falta de una eficiente infraestructura** de recolección y mantenimiento del vital líquido. Ante este panorama, sociedad civil y organizaciones locales están emprendiendo acciones para abordar y manifestarse contra la escasez, la contaminación y los servicios deficientes, demostrando una conciencia creciente sobre la urgencia de resolver la crisis del agua y el deterioro ambiental.

2. En el 28,4% de las menciones, el agua se convierte en un **elemento de debate político, con clara polarización** hacia 2 bandos: por un lado, para apoyar al gobierno federal por la integración de empresas extranjeras de manera sustentable y por otro, como crítica hacia su administración, señalando la falta de acciones efectivas para abordar esta problemática y el impacto adverso de algunos proyectos gubernamentales como la construcción del Tren Maya.
3. Las alusiones al **uso doméstico particular y a la crisis global** en general acaparan el 26,8% de las menciones.
4. Por último, **una de cada diez menciones se refieren directamente a las industrias**, resaltando la necesidad de que se enfoquen en mejorar sus cadenas de suministro, el uso de energía y el manejo de recursos híbridos para fomentar prácticas sostenibles.

Ante esto, y cruzando la data de CONAGUA el que se asegura que el 75.7% del agua es para uso agrícola mientras que el abastecimiento público representa únicamente el 14.7%, ¿dónde está la problemática real de la situación? Existe un 35% del agua que abastece a la zona metropolitana de la Ciudad de México que se pierde por fugas en las redes de distribución y fallas en las infraestructuras hídricas.

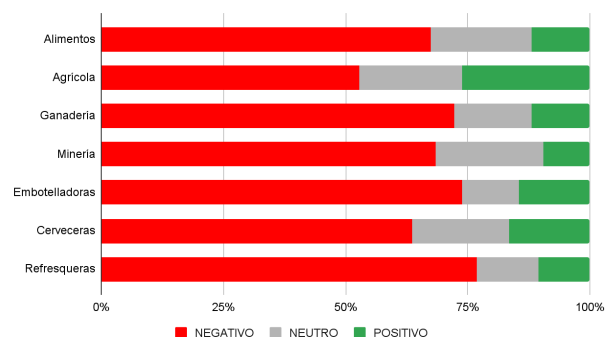
La percepción de la sociedad en este aspecto, coincide con la realidad.

INDUSTRIAS: MAPA DE RIESGO REPUTACIONAL

Si bien, del total de la conversación de la crisis hídrica en el país pone el foco mayoritariamente en cuestiones políticas y gubernamentales; el 10% de las menciones que hacen alusión directa a las industrias es muy reseñable ya que generan un **60% de sentimiento negativo hacia ellas**.

La industria de **consumo** (alimentación) se lleva una tercera parte de estas menciones. En conjunto con el **sector agrícola y ganadero** que son codependientes, copan el **70,5% de la conversación**. Porcentaje que se complementa con su uso para **minería (13,4%)** y **embotelladoras, refresqueras y cerveceras** que si bien, representan juntas un 15,3% de las menciones, destaca que son las industrias con **mayor sentimiento negativo promedio**.

Detalle de sentimiento por industria

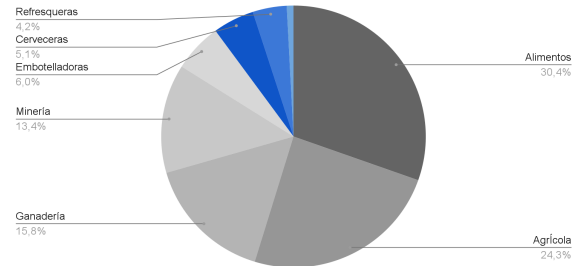


Demos un paso más allá para entender la data por sector afectado:

1. **Alimentos (30,4% de menciones):** si bien, no se critica directamente a la industria, sí se enfatiza la problemática de la escasez de agua y la consecuente falta y encarecimiento de productos, que impactan negativamente en la percepción de este sector en varias regiones del país con un **67,4% de sentimiento negativo**.
2. **Agrícola (24,3% de menciones):** es percibido como uno de los principales afectados de la crisis hídrica. Se habla de la sequía que afecta la producción de cultivos y repercute de manera directa en la calidad y cantidad de alimentos disponibles, destacando la urgente necesidad de enfrentar estas problemáticas de manera integral. Este sector destaca por lograr el porcentaje más alto entre sentimiento **neutro y positivo alcanzando el 47,3%** principalmente generado por los medios de comunicación que retoman el desarrollo de tecnologías sostenibles para preservar el agua.
3. **Ganadería (15,8% de menciones):** a partir de la incorporación de estrategias de adaptación como la rotación de cultivos y mejoras genéticas implementadas por agricultores, la expansión de actividades humanas amenaza la biodiversidad. La conversación principal surge por medios informativos, no de la conversación de la sociedad civil.
4. **Minería (13,4% de menciones):** son criticados de manera directa con un 68,41% de sentimiento negativo por generar un impacto negativo en el medio ambiente, contaminando aguas y ríos. Se señala además que la minería compite por recursos hídricos esenciales, utilizando grandes cantidades de agua que podrían beneficiar a la agricultura y la producción de alimentos. En este sector, la población es más participativa y resalta graves preocupaciones sobre el impacto ambiental.
5. **Embotelladoras (6% de menciones):** en el aspecto negativo que representa un 74,8% de la conversación, se habla de que este sector contamina y se aprovechan de este recurso escaso (especialmente durante la crisis hídrica del norte del país de 2022). Del lado positivo, existe conversación sobre que puede ser una solución para mitigar la falta de agua. Esto incentivado también por medidas del gobierno como la distribución gratuita de agua embotellada y la exención de impuestos relacionados, buscando aliviar la carga sobre la población afectada por la escasez.
6. **Cerveceras (5,1% de menciones):** la industria ha sido fuertemente criticada por la sociedad civil, especialmente provocada por declaraciones e intervenciones por parte del gobierno. Es la industria más atacada desde el lado gubernamental, llegando incluso a que en 2022 el gobierno actual, exhortó a las cerveceras a suspender

temporalmente su producción en regiones del norte coincidiendo con la crisis de la zona. Esto provoca de manera directa el aumento de las menciones negativas sobre el sector (63,59% de sentimiento negativo). Otra consecuencia de estos ataques directos al sector, es que provoca protestas y conflictos con las comunidades locales por el acceso y uso del agua, resaltando la complejidad de conciliar los intereses industriales con los derechos y necesidades de las comunidades afectadas.

- 7. Refresqueras (4,2% de menciones):** contrario a las embotelladoras, no se le toma en cuenta como una solución debido al impacto que también generan en la salud los refrescos, tema también recurrente durante el gobierno de López Obrador. Ante esta crisis hídrica, también ha habido un llamado directo a detener su producción para dar prioridad al consumo doméstico de agua. Representa un 76,86% del sentimiento negativo de la conversación general y puede verse aumentada durante la campaña política en la que ya estamos inmersos en el país.



Detalle de distribución de la conversación por industria

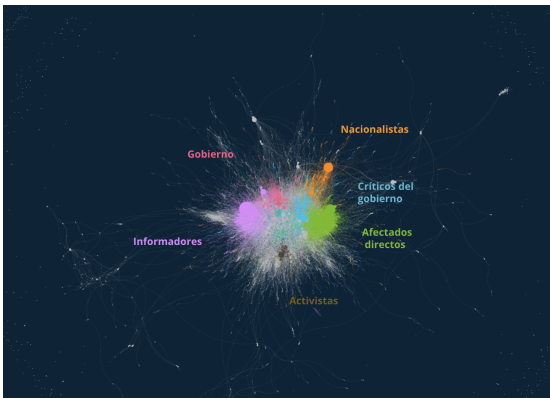
QUIÉNES GENERAN LA CONVERSACIÓN | COMUNIDADES COHESIONADAS CON INTERESES INDIVIDUALES

Una vez analizada la distribución de la conversación, se comprueba cómo la tendencia es a la alza durante los próximos meses, por los factores ya mencionados anteriormente. Pero dando un paso más allá en la investigación de la data digital, encontramos quiénes son los generadores de la conversación con respecto a la problemática del agua y que hablan directamente sobre las industrias mexicanas consumidoras de este recurso.

En 2023, observamos a la comunidad de afectados por la falta de agua están rodeadas tanto por otras comunidades que tratan de responder a la problemática desde distintas posturas polarizadas, como nacionalistas, activistas y críticos al gobierno. Mientras que los medios y organismos institucionales se muestran alejados de quienes experimentan la carencia del recurso.

Observamos así un panorama en donde una población enojada puede ser blanco fácil de promesas o campañas que disparen o amplifiquen la conversación de

manera rápida y con alto alcance en el entorno digital.



Sociograma de comunidades

Encontramos 6 principales comunidades interrelacionadas:

- **Informadores (13.5K usuarios):** medios, comunicadores y periodistas quienes destacan la falta de suministro en diversas regiones, las consecuencias humanitarias y ambientales resultantes de la operación de las distintas industrias.
- **Afectados directos (12.5K usuarios):** miembros de la sociedad civil que abordan el problema de la escasez de agua en diversas regiones. Como afectados directos se quejan del desperdicio de este recurso en la producción de las bebidas embotelladas y la industria cervecera, además de la falta de acciones gubernamentales.
- **Críticos del gobierno (5.3K usuarios):** críticas hacia el gobierno por su gestión de la crisis, mencionando la falta de recursos

básicos como el agua. También se mencionan propuestas para abordar la crisis, sugiriendo detener la producción de refrescos y cervezas para priorizar el abastecimiento de agua en zonas afectadas como el norte del país.

- **Gobierno (3.6K usuarios):** políticos y el propio López Obrador que visibiliza sus propuestas para enfrentar la crisis y detona la conversación negativa hacia las industrias en general y alguna empresa en particular. Menciones y sugerencias y medidas para ahorrar agua por parte de autoridades.
- **Nacionalistas (3.4K):** personas que expresan frustración por el desperdicio de agua en actividades como el consumo de la industria de refrescos y cerveza. Esta comunidad apela a atributos de los diferentes sectores que califican como negativos. Por ejemplo, siembran dudas sobre el origen de estas, sus ganancias o sus políticas de producción. Se destaca el abuso de recursos y de las personas por parte de la iniciativa privada.
- **Activistas (3.1K usuarios):** publicaciones de activistas y personas que promueven la conciencia ambiental y el uso responsable del agua. Cuestionan la responsabilidad de las empresas en esta crisis y brindan información de utilidad sobre todas las industrias y el ahorro de agua en el hogar.

PRINCIPALES RIESGOS PARA LAS INDUSTRIAS

Con una aceleración de la conversación que ya supera al pico más alto de 2022, aunado al inicio de las campañas políticas previas a la elecciones del próximo mes de junio en el país, se estima que la conversación va a ir en aumento durante las próximas semanas, provocando un impacto directo en la reputación de las industrias más afectadas en la conversación.

Algunos de los riesgos asociados más relevantes y de urgente atención por parte de las empresas son:

- **Politización de la problemática** durante las campañas electorales de las dos principales candidatas: Claudia Sheinbaum y Xóchitl Gálvez. Ambas abordan el tema en sus agendas, por lo que entender en profundidad las diferentes aristas de cada programa y tener claro que pueden dirigir la conversación hacia las industrias consumidoras, será clave para que las empresas comúnmente atacadas desde gobierno puedan sobrevivir reputacionalmente a estar en la diana del debate político.
- **Cambios en las concesiones** del uso del agua: las disposiciones del dictamen de la nueva Ley General de Aguas incluyen restricciones y condicionantes para nuevas concesiones, así como limitar la duración a un máximo de 25 años, invertir en acciones de conservación, renovación de concesiones y consultas a los pueblos indígenas para medir impacto poblacional, entre otras.
- **Regulaciones que establezcan impuestos, cuotas o restricciones para el uso industrial:** las cuales pueden derivar en costos adicionales que impacten en la rentabilidad y competitividad del mercado.
- **Priorización del consumo doméstico VS concesiones privadas:** cuestión que ya se enmarca dentro de la nueva Ley General de Aguas y en la reforma propuesta por López Obrador, lo cual conlleva un riesgo potencial inmediato a tomar en cuenta si se retoma este dictamen en la nueva legislatura.
- **Riesgos para la cadena de suministro:** las empresas que dependen de recursos hídricos para sus operaciones o para la producción de materias primas pueden enfrentar interrupciones en la cadena de suministro debido a la escasez de agua. Esto puede resultar en retrasos en la producción, aumentos de costos y una mala reputación entre los clientes y socios comerciales.

Estos riesgos operativos impactan de manera directa en la percepción de las compañías, enfrentándose a diversos riesgos reputacionales que es importante tener en cuenta:

- **Señalamiento directo hacia industrias o empresas:** durante la campaña electoral, las dos principales candidatas a la presidencia no pueden quedarse al

margen de esta problemática nacional. Es así como existe una alta probabilidad de que vuelvan a producirse ataques directos a algunas industrias y, en el peor de los casos, a empresas comúnmente señaladas; especialmente por Claudia Sheinbaum, siguiendo con la línea discursiva del presidente López Obrador.

- **Crecimiento de la conversación digital** por parte de la sociedad civil: en consecuencia a estos señalamientos, una constante en los picos de conversación de ataque hacia las compañías en particular ha sido a raíz de señalamientos directos por parte de entes gubernamentales; por lo que aumenta el riesgo de ser vistos como empresas no responsables y que abusan del uso del agua en pro de sus beneficios particulares frente a la población en general.
- **Percepción de irresponsabilidad corporativa:** las empresas que no implementan prácticas de gestión del agua sostenibles o que no comunican de manera transparente sus esfuerzos para abordar la escasez de agua pueden ser vistas como irresponsables desde el punto de vista corporativo. Esto puede llevar a una pérdida de confianza por parte de los consumidores, inversores y otros grupos de interés.
- **Pérdida de la licencia social para operar:** como ya ha sucedido en repetidas ocasiones en el país, la escasez de agua puede exacerbar tensiones y conflictos con las comunidades locales que dependen

del suministro de agua para sus necesidades básicas. Esto produce graves problemas para las empresas que se vean inmersas en este tipo de situaciones que pueden ver paralizadas sus operaciones si no tienen un plan establecido y anticipado de acercamiento con los pobladores donde tienen presencia.

- **Llamado a boicots comerciales** hacia alguna marca en concreto: tienen el potencial de dañar gravemente la imagen de marca, perdiendo la confianza del consumidor, afectando las relaciones con los stakeholders clave y, en consecuencia, pueden enfrentar repercusiones legales y regulatorias.
- **Disminución de la confianza** por parte de los colaboradores: ellos tienen el potencial de ser nuestros mejores aliados o nuestros peores enemigos. Es fundamental trabajar hacia el interior de la compañía para mantener la confianza y el compromiso del personal a través de una comunicación abierta y transparente, que actúen genuinamente como amplificadores de mensajes de responsabilidad y bienestar social, convirtiéndolos en comunidades aliadas y cohesionadas.

ES MOMENTO DE TOMAR ACCIÓN

En un contexto caracterizado por la constante incertidumbre que impacta en la sociedad y en los negocios, es fundamental que las empresas sepan navegar en esta realidad y poder así, no solo sobrevivir, sino **hacer prosperar y crecer a sus empresas en contexto de volatilidad.**

Para lograrlo, es vital que se establezcan dos estrategias de gestión: la **resiliencia**, entendida como la capacidad para adaptarse y anticiparse en situaciones de adversidad y la **antigrafilidad**, capacidad de prosperar y crecer en contextos de volatilidad.

La clave de esta nueva era de permacrisis en la que vivimos inmersos es **hacer y cambiar para prosperar**. Hoy en día con innumerables riesgos endógenos y exógenos que tienen el potencial de afectar a la reputación de las empresas, mantenernos en un estado de inacción ya no es una opción viable.

En un México con un claro contexto de incertidumbre y alta volatilidad, crecer a raíz de la adversidad y afrontando de manera rápida y eficaz la situación actual de la problemática del agua en el país, pasa por tener un plan estratégico definido que afronte la realidad desde la resiliencia y la antifragilidad:

- Análisis de la **opinión pública**: con una velocidad de aceleración del 25% que señala a las empresas de manera directa en cuanto a la situación del agua, es fundamental prever de manera inmediata los picos de conversación que se van a producir para detectar posibles fluctuaciones que lleven a una industria o a una empresa en particular a verse atacada públicamente.
- Seguimiento de las **propuestas electorales**: las principales candidatas tienen obligación de hablar de la situación de sequía en México durante su campaña

electoral. Contar con un análisis detallado de sus programas políticos y anticipar escenarios es vital para comprender cuáles pueden ser las repercusiones empresariales.

- Contar con un **mapa de priorización de riesgos** reputacionales: no todas las industrias están afectadas por igual, ni todas las empresas tienen los mismos programas de ESG. Es por eso, que la individualización y adaptación a cada una es la clave para el consecución del *business continuity plan* en situaciones de crisis reputacionales.
- Contar con programas de **purpose-ESG Driven**: que lideren estrategias y acciones para impulsar el propósito corporativo y la estrategia de ESG de la compañía con todos sus stakeholders que, a su vez, impacte en las comunidades detectadas para generar conversación positiva al respecto que equilibre la percepción negativa.
- Visibilizar su **compromiso con el cumplimiento** a través de programas de *compliance* que conecten con el negocio y eviten percepciones erróneas por desconocimiento o incumplimiento, situación que se está produciendo actualmente en la conversación digital detectada que ataca de manera directa a determinadas empresas y sectores.
- Cuidar **acciones y comunicaciones** que puedan verse como *greenwashing*: antes de contar al exterior es fundamental haber tomado acción de impacto real ante la problemática actual. Cuidar los

momentos coyunturales en los que es mejor mantenerse en silencio o salir a comunicar, es crucial para no caer en riesgo de ser atacado por la sociedad civil.

- Desarrollar proyectos de **employee advocacy** que conecten el talento con el negocio para crear así comunidades naturales de aliados que hagan frente a la comunidades detractoras y logren posicionar de manera genuina mensajes sobre la empresa y que ejerzan como fuerza de defensa hacia el exterior.

NO ES LO MISMO PERCEPCIÓN QUE REALIDAD

La realidad de la problemática existente en torno a la escasez de agua, es innegable. La necesidad de atender esta grave crisis es responsabilidad de todos. El cuidado del agua desde nuestras propias casas, la inversión de las industrias en la preservación y cuidado de este bien recurso, y la toma de acciones reales por parte de los entes gubernamentales, son clave para proteger este bien básico y necesario. Trabajar conjuntamente y con responsabilidad comunitaria, es lo único que puede garantizar que la agricultura y la industria continúen siendo motores de crecimiento económico y desarrollo social en nuestro país, al mismo tiempo que se asegure el derecho humano que tienen todas las personas al acceso al agua.

México, en un momento coyunturalmente complejo, tiene el potencial de enfrentar la situación desde la toma de conciencia y acción conjunta entre industria, gobierno e instituciones. Si la inacción por su parte sigue

únicamente en la mesas de diálogo, la sociedad civil va a seguir teniendo una percepción negativa con respecto al uso que las empresas dan a este bien de vital importancia, catalogándolas como abusivas y no comprometidas con las y los mexicanos.

Cambiar la percepción y virar la conversación social hacia la realidad y el reto conjunto, es el asunto principal que las empresas afectadas deben afrontar de manera urgente.

Se autoriza la difusión y reproducción del material contenido en esta Nota técnica para fines comerciales y no comerciales, citando la fuente de los de los materiales utilizados.

Para más información y presentación de data completa por industria:

Catalina Barragán
Directora
LLYC
TEL: +52 55 3966 7087
catalina.barragan@llyc.global

Janire Muñoz
Gerente
LLYC
TEL: +52 55 3051 1361
jmunoz@llyc.global

Zelfa Ayala
Gerente
LLYC
TEL. +52 55 8619 8464
zelfa.ayala@llyc.global

Tania Navarrete
Consultora Deep Learning
LLYC
TEL. +52 55 8619 8464

LLYC

zelfa.ayala@llyc.global

LLORENTE Y CUENCA

llyc.global