

SUNASS DESARROLLARÁ CAMPAÑA EDUCATIVA

DURANTE CARNAVALES PARA EVITAR DERROCHE DE AGUA

- ✓ *Usuarios de Francia, Suiza y Alemania consumen mucho menos agua que los peruanos.*
- ✓ *En carnavales se derrocha agua más que en otras épocas.*

La Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS) realizará diversas campañas de sensibilización sobre el cuidado del agua durante los carnavales, en coordinación con las municipalidades de Ate, San Isidro y la empresa de agua Sedapal.

Para el mes de febrero Sunass desarrollará ferias educativas en Ate y San Isidro y una campaña itinerante en el centro de servicios de Sedapal en Breña, desarrollando charlas, conferencias y facilitando información a los ciudadanos. Lo importante es que la población tenga un papel más activo y comprometido con este importante tema.

Un indicador claro de que tenemos que mejorar en el consumo responsable es que en promedio un ciudadano suizo, francés y alemán consume entre 120 y 140 litros de agua por día, mientras que el promedio peruano es de 268 litros por día. Esta diferencia se explica además, de los malos hábitos de consumo, por las conexiones clandestinas y la falta de micromedición. La Sunass, a través de los planes maestros optimizados, exige a las empresas de agua elevar sus porcentajes de micromedición y la reducción de agua no facturada.

Es muy importante que los usuarios tengan una nueva visión sobre este tema, puesto que existe un serio problema de reducción de fuentes de agua dulce como consecuencia del Calentamiento Global, lo que complica la tarea de hacer el servicio de agua de acceso universal. Más todavía, si tenemos en cuenta que la población en el Perú y el Mundo crece constantemente. Para el futuro, se vislumbra una difícil ecuación por resolver: menos agua para más personas.

EL AGUA POTABLE ES UN BIEN QUE CUESTA

Como se sabe, durante el mes de febrero el juego de carnavales está asociado a una práctica irresponsable por parte de algunas personas, quienes desperdician el agua potable arrojándola contra otras en calles, vehículos de transporte público y hasta en centros de trabajo.

Uno de los objetivos de la campaña es que las personas entiendan que el agua potable que llega a sus casas es un producto con valor económico, que supone la captación, procesamiento y distribución de este producto. Por consiguiente el servicio de agua potable tiene un costo que es el que paga el usuario en su recibo mensual. Arrojar agua potable contra las personas es un acto muy irresponsable si tenemos en cuenta que es un bien que cuesta y es escaso. A nadie se le ocurriría derrochar leche, aceite y/u otro bien por el que se ha pagado.