
RANKING

de supermercados
según su huella plástica

2019



GREENPEACE



AGRADECIMIENTOS

Agradecemos al equipo de plásticos de **Greenpeace España** su puntual apoyo en la facilitación de la metodología para la elaboración de este Ranking, así como a los alumnos de posgrado del Instituto Nacional de Salud Pública y del Instituto de Matemáticas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) que decidieron sumarse como voluntarios en el proceso de evaluación de los supermercados.

Coordinación y redacción

Ornela Garelli Ríos, Greenpeace México

Responsable del proceso de evaluación

Dr. Igor Barahona, Instituto de Matemáticas,
UNAM

Colaboradores

Dr. Miguel Rivas Soto, Greenpeace México





ADVERTENCIA

Tomatón del Fuerte
el tomatate de la fuerza
Participa y gana con Del Fuerte.

Tomatón del Fuerte
el tomatate de la fuerza

Piloncillo

eva
Crisolones
Tacos

Snyder's
OF HANOVER

Sticks
Bites

JUMEX
Precio
Especial

Popit!

Coca-Cola
Sin Azúcar

CONTENIDO

Introducción ■ P. 8

01

La contaminación plástica en México P. 10

02

Las falsas soluciones vs la Revolución del Reúso P. 12

03

Matriz del Ranking P. 16
¿Qué puntaje obtuvo tu supermercado favorito?

04

P. 18 La elaboración del Ranking

P. 24 · Resultados principales del Ranking

P. 26 · Principales conclusiones del informe y compromisos que deben asumir los supermercados para reducir su huella plástica en México

P. 50 **NOTAS**

P. 51 **ANEXOS**

INTRODUCCIÓN

La contaminación plástica es una problemática que afecta gravemente nuestro planeta y a quienes habitamos en él, trayendo repercusiones ambientales, económicas y sociales. Entre las causas de este problema se encuentra la cultura actual del usar y tirar, así como la producción desmedida de plásticos de un solo uso. Las empresas nos han vendido falsas soluciones para contrarrestar el problema, pero éstas sólo perpetúan el modelo de producción y consumo actual que genera niveles insostenibles de desechos. Por esto, es importante tomar medidas que atiendan este problema de fondo hacia la reducción real en la producción y uso de plásticos de un solo uso.

Los supermercados de México tienen un papel importante en esta solución.

ya que al poner a disposición de los consumidores incontables productos hechos o empaquetados con plásticos de un solo uso están inundando nuestro planeta con este material que tardará cientos de años en degradarse. Por esto, nos preguntamos qué están haciendo las cadenas de supermercados del país para reducir su utilización de plásticos de un solo uso ¿Son éstas falsas soluciones o soluciones reales a la contaminación plástica? ¿Qué supermercado está haciendo más por nuestro planeta? ¿Qué deben hacer los supermercados para reducir realmente su uso de plásticos? Este Ranking busca responder estas preguntas, al mismo tiempo en que hace un exhorto a los supermercados a subirse al barco y emprender acciones reales para atacar la contaminación plástica desde la raíz.



01

La contaminación plástica en México

La contaminación por plásticos de un solo uso es un problema que afecta gravemente nuestro planeta y a todos los que habitamos en él. Cada año se vierten 13 millones de toneladas de basura plástica en nuestros océanos, afectando a más de 700 especies marinas y provocando daños ambientales y económicos. México no es la excepción, un reciente estudio de Greenpeace y el Centro para la Diversidad Biológica encontró microplásticos en los estómagos del 20% de los peces muestreados en el Golfo de California, el Golfo de México y el Caribe mexicano. Un dato relevante considerando que se trata de peces de importancia comercial que consumimos las y los mexicanos.¹

En México se producen 7 millones de toneladas de plástico al año, 48% de las cuales se utiliza para la producción de envases y embalajes de un solo uso, es decir, que se utilizarán únicamente por un par de minutos o un par de veces y serán desechados. Muchos de ellos son reciclables, pero no necesariamente serán reciclados, dado que la capacidad real de reciclaje en México del total de los residuos valorizables llega apenas al 6.07%.²

Esto quiere decir que la mayor parte de estos desechos terminará en rellenos sanitarios o en nuestros océanos.

“En México se producen 7 millones de toneladas de plástico al año”



Las falsas soluciones VS la Revolución del Reúso

Las causas de esta problemática se encuentran en la cultura actual del usar y tirar, en la que nos han hecho creer que necesitamos todo lo que las empresas quieren vendernos y consumimos en grandes cantidades la producción desmedida que nos ofertan, generando un nivel de residuos que no son sostenibles para nuestro planeta. Las empresas son cada vez más conscientes de las demandas de la ciudadanía para que hagan algo contra la contaminación plástica, pero las respuestas que nos están dando son sólo falsas soluciones que no atienden realmente el problema, sino que lo maquillan para hacernos creer que están haciendo algo por el planeta al tiempo en que siguen produciendo y les seguimos comprando, y la cultura del usar y tirar permanece.

Entre estas falsas soluciones se encuentran³:

El reciclaje.

Esta medida es considerada una falsa solución dado que aunque un producto técnicamente sea posible de reciclar, esto no significa que será realmente reciclado. El 90% de los plásticos producidos desde 1950 no ha sido reciclado y se proyecta que la producción de plásticos crecerá en un 40% en la próxima década. Esto quiere decir que los sistemas de reciclaje en la actualidad no tienen la capacidad para reciclar todo el plástico que se produce, además de que algunos empaques o envases son hechos de tal forma que tecnológicamente son imposibles de reciclar. Por lo que si bien es importante reciclar, no es la solución que nos sacará de este problema.

Los empaques de un solo uso hechos de papel o cartón.

Esta opción es una falsa solución dado que cubrir la gran demanda de empaques de papel en el mundo contribuiría a intensificar el problema de la deforestación y aceleraría el cambio climático, trasladando la presión ambiental de la contaminación plástica a este otro sector. Por ello, es necesario transitar de empaques de un solo uso, que terminarán desechados casi inmediatamente, a otras opciones.

Los bioplásticos, biodegradables y compostables.

La mayoría de los plásticos biodegradables derivan de cultivos agrícolas que compiten con cultivos para la alimentación y ponen por tanto en amenaza la seguridad alimentaria e incrementan las emisiones agrícolas. Asimismo, los plásticos biodegradables compostables se degradan únicamente en condiciones de humedad y altas temperaturas que no se encuentran en el ambiente natural, además de que pueden desintegrarse en pequeños fragmentos (como el plástico regular) que representan una amenaza para la fauna marina. De ahí que sus impactos ambientales no son menores que los de los plásticos comunes.





Ante esto, cada vez más personas están de acuerdo en que la solución real a la crisis se encuentra en el rechazo a la cultura del usar y tirar y en el reuso de materiales duraderos, no tóxicos, que sean 100% reciclables localmente, y realmente reciclables en la práctica, y en el uso de materiales sustentables.

Esta realidad hace imperativo que se empiecen a tomar medidas de fondo para hacer frente a la contaminación plástica por parte no sólo de los consumidores sino también y principalmente de la industria que está produciendo la cantidad excesiva de plásticos que inunda nuestro planeta, los supermercados que llevan este plástico a los consumidores y el gobierno, que tiene la obligación de legislar para evitar que esto siga pasando.

En este marco, **Greenpeace México** se ha dado a la tarea de hacer un Ranking de supermercados según su huella plástica para mapear el panorama en México de las medidas y planes, o falta de estos, que se encuentran impulsando los retailers para cumplir con su parte de la responsabilidad en detener esta contaminación plástica que han contribuido a crear. Esto a través de la reducción y eliminación progresiva de los plásticos de un solo uso que emplean en sus operaciones y servicios y que ponen a disposición para su venta de los miles de mexicanos y mexicanas que hacen su despensa en sus sucursales a lo largo del país.

El objetivo de este Ranking es dar conocer la situación actual de avance en estas medidas para incentivar a los supermercados a asumir mayores compromisos que contribuyan a una verdadera eliminación de los plásticos de un solo uso.

A la par, este Ranking sirve como una muestra de la necesidad de que los legisladores mexicanos asuman su parte del trabajo y legislen para regular el manejo de los desechos plásticos que se generan, para que la adopción de mayores medidas para su reducción sea ley y no una decisión discrecional que ha llevado a la inacción, como se verá en los resultados del Ranking, y a los niveles actuales de contaminación plástica.

Matriz del Ranking

¿Qué puntaje obtuvo tu supermercado favorito?

En este apartado presentamos la matriz final del Ranking de supermercados con las puntuaciones y posiciones obtenidas por cada uno de estos. En los siguientes apartados de este informe avanzaremos en la explicación del proceso que llevó a la elaboración de este Ranking, su metodología, el análisis individual de cada supermercado, los principales resultados y los compromisos que debe asumir cada cadena de retailers para avanzar hacia una verdadera reducción en el uso de plásticos de un solo uso y contribuir así a hacer frente efectivamente a la contaminación plástica.

| Posición | Nombre | Plan para eliminar plásticos de un solo uso (2025) 18 PP* | Fomenta envases reutilizables 18 PP* | No fomenta falsas soluciones 18 PP* | Cero plásticos en fruta y verdura 8 PP* | Fomenta la venta a granel 8 PP* | Elimina bolsas de un solo uso 8 PP* | Elimina otros plásticos de un solo uso (no envases) 8 PP* | Transparenta su huella plástica y medidas para reducirla 8 PP* | Trabaja con proveedores para eliminar plásticos 4 PP* | Fomenta envases 100% reciclables 2 PP* | NOTA FINAL (sobre 10) | NOTA AJUSTADA (por número de sucursales) (sobre 10) |
|----------|--------------------|---|--------------------------------------|-------------------------------------|---|---------------------------------|-------------------------------------|---|--|---|--|-----------------------|---|
| 1 | Super Kompras | 8.9 | 14.4 | 9.7 | 5.2 | 5 | 5.2 | 4.8 | 2.6 | 0.6 | 0 | 5.6 | 6.5 |
| 2 | The Green Corner | 9.3 | 9.1 | 8.3 | 5.2 | 4.9 | 5.9 | 4.1 | 3.6 | 3.2 | 1.1 | 5.5 | 6.3 |
| 3 | MERCO | 9.3 | 9.7 | 6.4 | 4.3 | 4.1 | 4 | 3.5 | 2.9 | 1.8 | 0.5 | 4.6 | 5.3 |
| 4 | Super Doña | 7.3 | 7.3 | 6 | 2.8 | 1.1 | 3.5 | 4.1 | 2 | 0.1 | 0.8 | 3.5 | 4 |
| 4 | Aramburo | 6.1 | 7.5 | 6 | 2.2 | 3 | 2.6 | 3.7 | 2.3 | 1 | 0.3 | 3.5 | 4 |
| 5 | Soriana | 6.5 | 8.6 | 6.5 | 3.2 | 5 | 4.6 | 3.8 | 1.9 | 2.7 | 0.5 | 4.3 | 3.9 |
| 6 | Walmart | 13.6 | 4.4 | 6.5 | 3.5 | 1 | 4.5 | 3.8 | 2.7 | 3.1 | 0.5 | 4.4 | 3.7 |
| 7 | Super Willys | 6.5 | 6.2 | 5.1 | 1.3 | 0.5 | 3.8 | 3.8 | 2.5 | 1.8 | 0.7 | 3.2 | 2.9 |
| 8 | Abarrotes Dunosusa | 6.9 | 5.4 | 4.6 | 3.2 | 0 | 1.8 | 2.3 | 2 | 0.6 | 0.2 | 2.7 | 2.4 |
| 9 | La Misión | 4.8 | 0 | 1.5 | 3.8 | 0 | 1.7 | 3.9 | 1.6 | 0 | 0.2 | 1.8 | 2 |
| | Chedraui | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | H.E.B. | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Al Super | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Arteli | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Piticó | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Smart and Final | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | CECOM | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Merza | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | S-MART | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| 10 | Su Plaza | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Super Ahorros | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Waldo's | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Calimax | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | La Comer | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Costco | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Su Bodega | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Súper Gutiérrez | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Casa Ley | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Súper Alan | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| 11 | Súper del Norte | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Súper Aki | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |
| | Zorro Abarrotero | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | 0 | --- | --- | 0 | 0 |

Cuadro 1. Ranking de supermercados según su huella plástica. México, noviembre 2019.

■ 0- 2 MALO
 ■ 2.1- 4 INSUFICIENTE
 ■ 4.1- 5.9 NECESITA MEJORAR
 ■ 6- 7.9 AVANZA
■ 8- 9.9 BUENO
 ■ 10 MUY BUENO
 PP* puntos posibles

04

La elaboración del RANKING

Entre agosto y octubre de 2019, Greenpeace México, desde su campaña de “Océanos sin plásticos,” buscó contactar a las principales cadenas de supermercados de México, tanto locales y regionales como aquellas con presencia nacional, para solicitarles información referente a su huella plástica. Es decir, sobre la cantidad de plásticos de un solo uso que utilizan en sus diversos departamentos, así como sobre las medidas, acciones y planes concretos con los que cuentan para reducir su uso de plásticos de un solo uso.⁴

Para esto, Greenpeace compartió con los supermercados un cuestionario de 10 preguntas que les solicitó contestar para obtener la información que serviría de base para la asignación de puntajes así como de evidencia de su compromiso con la transparencia hacia las y los consumidores mexicanos y de su disposición para colaborar con la sociedad civil en hacerle frente a la grave contaminación plástica que sufre nuestro planeta y nuestro país.

Por este motivo, la principal fuente de información para la asignación de puntajes a cada supermercado y la elaboración de la matriz del Ranking fue la información proveída por cada uno de ellos a través de dicho cuestionario.⁵ **Este cuestionario de 10 preguntas constituyó así la base para la aplicación de la metodología utilizada en la elaboración de este Ranking,** como se explicará más adelante. Por lo pronto, es importante mencionar que cada pregunta representa a su vez una demanda específica o acción que los supermercados deben emprender para reducir efectivamente los plásticos de un solo uso en sus establecimientos, es decir, que sus acciones y planes vayan más allá de las ya mencionadas falsas soluciones.

En total, se buscó establecer contacto con 32 cadenas de supermercados a lo largo de todo el país⁶, de las cuales 10 respondieron el cuestionario, 17 decidieron no responderlo⁷ y 5 no respondieron a ninguno de los intentos de Greenpeace por establecer contacto con ellas (vía telefónica, email, postal, redes sociales, etc.). La relación de supermercados contactados y sus respuestas puede verse en el cuadro 2.

| Enviaron el cuestionario respondido | Decidieron no responder el cuestionario (por diversas razones) | No respondieron a nuestras comunicaciones |
|-------------------------------------|--|---|
| 1. Walmart | 1. Chedraui | 1. Casa Ley |
| 2. Soriana | 2. H.E.B. | 2. Súper Alan |
| 3. The Green Corner | 3. Al Super | 3. Súper del Norte |
| 4. Abarrotes Dunosusa | 4. Arteli | 4. Súper Aki |
| 5. Merco | 5. Piticó | 5. Zorro Abarrotero |
| 6. Súper Doña | 6. Smart and Final | |
| 7. Súper Willy's | 7. CECOM | |
| 8. La Misión | 8. Merza | |
| 9. Súper Kompras | 9. S-MART | |
| 10. Arámbaro Supermercados | 10. Su Plaza | |
| | 11. Super Ahorros | |
| | 12. Waldo's | |
| | 13. Calimax | |
| | 14. La Comer | |
| | 15. Costco | |
| | 16. Su Bodega | |
| | 17. Súper Gutiérrez | |

Cuadro 2. Relación de supermercados contactados y sus respuestas a Greenpeace. Fuente: elaboración propia

Metodología

La metodología utilizada para la realización del Ranking se basó en la elaborada por el equipo de la campaña de plásticos de Greenpeace España. Dicha metodología, como se mencionó anteriormente, consistió en un cuestionario de 10 preguntas (véase lista completa de preguntas en el Anexo 1) que recibieron una puntuación de 0 a 10 a partir de criterios previamente definidos basados en soluciones hacia una verdadera reducción en el uso de plásticos y no en las llamadas falsas soluciones que ya describimos anteriormente. En el cuadro 3 presentamos una breve explicación del contenido de cada pregunta y los criterios de puntuación asignados a cada una de éstas.

Cuadro 3. Preguntas y criterios de puntuación asociados

| PREGUNTA | CRITERIOS DE PUNTUACIÓN |
|--|--|
| 1. Plan para la eliminación de plásticos de un solo uso para 2025 (18 puntos posibles) | Esta pregunta busca evaluar si los supermercados cuentan con una hoja de ruta bien definida, con fechas concretas y actividades marcadas, tendiendo éstas a una reducción real en el uso de plásticos de un solo uso. |
| 2. Fomenta los envases reutilizables (18 puntos posibles) | Esta pregunta busca evaluar si los supermercados tienen planes con fechas concretas, o implementan ya acciones, para el establecimiento de un nuevo modelo que permita la reutilización de envases. |
| 3. No fomenta falsas soluciones (18 puntos posibles) | Esta pregunta busca evaluar si las medidas, planes y acciones de los supermercados buscan una reducción real en el uso de plásticos de un solo uso (como la promoción de la venta a granel o la reutilización de envases) o favorecen falsas soluciones como la sustitución del plástico por otros materiales de un solo uso, como el papel, el uso de biodegradables o compostables, y el reciclaje como solución final, las cuales llevan a otros problemas ambientales, como en el caso de los dos primeros, o que por sí solos no son suficientes para hacer frente a la contaminación plástica, como ocurre con el reciclaje. |
| 4. Cero plásticos en fruta y verdura (8 puntos posibles) | Esta pregunta evalúa si los supermercados ofrecen fruta y verdura a granel, libre de plásticos. |
| 5. Fomenta la venta a granel (8 puntos posibles) | Esta pregunta evalúa si los supermercados ofrecen una diversidad de productos a granel como frutos secos, legumbres, arroces, etc. y permiten a los clientes llenar envases reutilizables. Además de que se esfuerzan por ampliar esta oferta. |
| 6. Elimina bolsas de un solo uso (8 puntos posibles) | Esta pregunta evalúa si los supermercados han dejado de utilizar bolsas plásticas de un solo uso (o de algún otro material desechable), tienen disponibles bolsas reutilizables y fomentan su uso entre los clientes. |
| 7. Elimina otros plásticos de un solo uso (más allá de envases) (8 puntos posibles) | Esta pregunta evalúa si los supermercados han emprendido acciones o tienen una hoja de ruta concreta para eliminar todos los plásticos de un solo uso que no son envases (popotes, platos, cubiertos, vasos, etc.) de sus establecimientos hacia 2025, sin sustituirlos con productos de otros materiales de un solo uso (como los biodegradables). |
| 8. Transparenta su huella plástica y medidas para reducirla (8 puntos posibles) | Esta pregunta evalúa si los supermercados tienen habilitados canales de comunicación efectivos que permitan a sus consumidores y a la ciudadanía establecer contacto con su personal, incluido el directivo. Además, evalúa si los supermercados cuentan con la medición de su huella plástica y la han hecho pública o tienen planes concretos para publicarla en los próximos años. Así también, si los supermercados están dispuestos a compartir con la ciudadanía las medidas y planes que están tomando para reducir los plásticos de un solo uso. |
| 9. Trabaja con proveedores para eliminar plásticos (4 puntos posibles) | Esta pregunta evalúa si los supermercados cuentan con acciones o planes concretos de trabajo con sus proveedores para eliminar en conjunto los plásticos de un solo uso. |
| 10. Fomenta envases 100% reciclables (2 puntos posibles) | Esta pregunta evalúa si los supermercados tienen planes concretos para eliminar todos los envases que no sean 100% reciclables para 2025. |



Este paso de asignación de puntajes a cada pregunta se realizó mediante un grupo focal y un grupo de réplica que contó con la participación de 13 estudiantes voluntarios de las Maestrías en Salud Pública y Ciencias Matemáticas, del Instituto Nacional de Salud Pública y del Instituto de Matemáticas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), bajo la supervisión del Dr. Igor Barahona, colaborador en estas instituciones. Los nombres de los supermercados fueron omitidos durante este proceso, de modo que los alumnos de posgrado pudieran evaluarlos sin conocer a qué retailer estaban calificando, con el fin de evitar cualquier sesgo al momento de hacer la evaluación. Si bien representantes de Greenpeace estuvieron presentes para explicar a los alumnos el proyecto del Ranking, no participaron en los grupos focales.



Fotos: Apariencia de las sesiones de evaluación en el Instituto de Matemáticas de la UNAM, créditos: Dr. Igor Barahona.

Luego de la asignación de puntajes a cada pregunta (de 0 a 10), la nota obtenida se multiplicó por el valor de ponderación asignado a cada una de éstas. Esto significa que si lo que se busca es eliminar realmente todos los plásticos de un solo uso de un supermercado, no todas las preguntas tendrán el mismo peso en el camino hacia el logro de este objetivo.

Así, la ponderación de las preguntas quedó de la siguiente forma:

- **Al ser claves para una reducción efectiva, las tres primeras preguntas en conjunto representan un 54% del valor total (18% cada una o 18 puntos posibles sobre 100).**
- **Las preguntas 4 a 8 indican que un supermercado está avanzando en la dirección correcta, por lo que de cumplirlas en conjunto se obtendría el 39% del valor total (7.8% cada una u 8 puntos posibles sobre 100).**
- **La pregunta 9, sobre el trabajo con proveedores, implica un trabajo más avanzado para eliminar los envases de un solo uso, por lo que se le asigna un valor menor (5% o 4 puntos posibles sobre 100), extra al resto de las actividades cruciales enmarcadas en las preguntas anteriores.**
- **La pregunta 10 recibe únicamente un 2% del valor total (2 puntos posibles sobre 100) ya que el tener el 100% de envases reciclables no contribuye directamente a una reducción en el uso de plásticos sino más a bien a una gestión más adecuada de los mismos.**

Luego de estos pasos, el cálculo de los puntajes por pregunta (0 a 10) y de la multiplicación por su ponderación respectiva, la nota final se obtuvo mediante la suma de todos los resultados obtenidos y su división por el número total de

preguntas (10). Sin embargo, debido a que en este Ranking se incluyeron supermercados locales y regionales junto a cadenas con sucursales a nivel nacional, lo que implica una variación en el número de sucursales y en su presencia en el país, se buscó obtener una nota final que ajustara estas diferencias y permitiera hacer el Ranking más comparable.⁸ La matriz del Ranking, con las notas finales y ajustadas por cada supermercado, siguiendo esta metodología, fue propuesta por los investigadores del Instituto de Matemáticas de la UNAM.

Luego de este apartado de metodología, en la siguiente sección presentamos los principales resultados que pueden extraerse del Ranking.

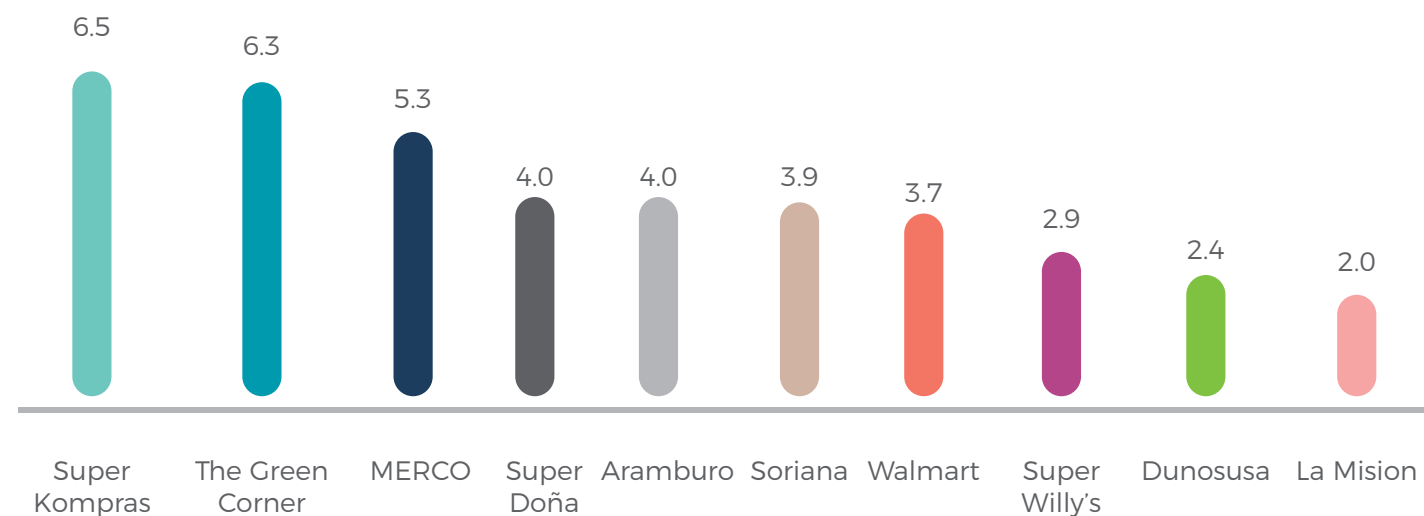


Resultados principales del Ranking

En esta sección retomamos los principales resultados que pueden extraerse de las respuestas dadas a los cuestionarios por los 10 supermercados que accedieron a brindar información sobre su huella plástica (véanse las fichas individuales por supermercado para mayor información), así como de todo el proceso de elaboración del Ranking. Tales resultados son los siguientes:

- **En general, todos los supermercados obtuvieron una puntuación baja y reprobatoria** (menor a 5 puntos sobre 10), únicamente aquellos en las dos primeras posiciones obtuvieron una nota aprobatoria (superior a 6 puntos sobre 10), pero no satisfactoria. La gráfica 1 muestra estos resultados.
- El bajo valor de todas las notas muestra que **el panorama de los supermercados en México en relación al uso de plásticos de un solo uso es desalentador**, dado que la mayoría de ellos no cuentan con una medición de su huella plástica (no saben o no desean hacer transparente la cantidad de plástico que utilizan y desechan). Además de esto, si bien todos los supermercados tienen conocimiento de la gravedad del problema de la contaminación plástica y son conscientes de los llamados de la sociedad para que asuman parte de su responsabilidad en dicho problema, la gran mayoría de las medidas que están tomando para hacerle frente son cosméticas, es decir, se enmarcan dentro de las falsas soluciones. Se trata de medidas que privilegian el reciclaje como solución final, la sustitución del plástico por otros materiales de un solo uso como papel o cartón, y la introducción de productos compostables o biodegradables, entre otras. Otros supermercados, particularmente algunos locales con número reducido de sucursales, incluso carecen de alguna medida más allá de la promoción de la bolsa reutilizable.

RANKING DE SUPERMERCADOS SEGÚN SU HUELLA PLÁSTICA
Nota ajustada (10 puntos)



Gráfica 1. Ranking de supermercados por su nota ajustada

Fuente: Dr. Igor Barahona (2019) a partir de la información proveída por los supermercados.

- En este mismo sentido, **la medida de poner a disposición de los clientes algún modelo de bolsa reutilizable es la única que se encuentra en todos los supermercados que brindaron información a Greenpeace**, una medida muy básica que no necesariamente significa la reducción efectiva del plástico si no se acompaña con la eliminación completa de la oferta a los clientes de bolsas plásticas de un solo uso.
- En relación a la transparencia y el respeto al consumo digo, **únicamente 10 supermercados de 32 contactados accedieron a compartir información con Greenpeace**. El resto decidió no compartirla o no fue posible establecer contacto con ellos debido a su falta de canales funcionales que permitieran establecer comunicación con su personal. Los supermercados de México tienen en esto un área de oportunidad muy importante que atender, ya que el respeto al consumo digno mediante la posibilidad de que los consumidores y ciudadanía podamos establecer contacto con ellos y transmitirles nuestras preocupaciones y demandas de forma efectiva debería ser una prioridad.
- En referencia al punto anterior, **durante el proceso de elaboración del Ranking tres supermercados decidieron no responder el cuestionario** (Chedraui, Su Plaza y Merza) y otro más (H.E.B) decidió no reunirse con nosotros, todos haciendo referencia a instrucciones recibidas en esa dirección por parte de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), según nos informaron directamente estos supermercados en llamadas telefónicas y correos electrónicos que intercambiamos con ellos. Desde Greenpeace lamentamos esta situación e invitamos a la ANTAD a sumar fuerzas con sus agremiados para hacer frente a la problemática de la excesiva producción y uso de plásticos de un solo uso, que genera cada vez más residuos insostenibles para nuestro planeta.
- **Algunos supermercados reportaron que sus acciones para reducir los plásticos de un solo uso fueron implementadas a partir de la aprobación de leyes estatales para regular los plásticos**. Esto demuestra los avances y esfuerzos de los Congresos estatales para gestionar de mejor manera la generación de residuos en sus territorios, así como la importancia de la existencia de leyes, particularmente a nivel federal, que marquen una directriz general que obligue a todos los actores a hacer la parte que les corresponde para lograr una gradual eliminación de los plásticos de un solo uso, particularmente del sector privado como generador de todo el plástico que llega a la gente para su consumo y al planeta como residuo, incluidos los supermercados. Dicha ley permitirá además que las directrices se encuentren homologadas a lo largo del país facilitando la implementación por parte de los supermercados de medidas a mayor escala.

Durante la primera fase del proyecto, cuando buscamos establecer contacto con las cadenas de supermercados, gran parte de los supermercados locales o regionales, que poseen un número reducido de sucursales, externaron a Greenpeace su preocupación por el reducido número de medidas que se encuentran implementado para reducir el uso de plásticos y manifestaron su interés por ampliar dichas medidas. Ante esto, invitamos a los supermercados que respondieron el cuestionario a tomar sus resultados en el Ranking como un punto de partida para la asunción de mayores compromisos, planes y acciones para lograr una reducción efectiva en la cantidad de plásticos que utilizan en sus establecimientos y operaciones, particularmente mediante los compromisos que les invitamos a asumir en el siguiente apartado de este documento. Dicha invitación se extiende también a los supermercados que aparecen en rojo en el Ranking, comenzando con un exhorto a compartir información sobre las medidas que ya se encuentran implementando para ser incluida en el seguimiento que se planea dar al Ranking en futuras ediciones.

Principales conclusiones del informe y compromisos que deben asumir los supermercados para reducir su huella plástica en México

Como fue posible observar en las secciones pasadas de este documento, las acciones y planes que las cadenas de supermercados de México están llevando a cabo para reducir los plásticos de un solo uso son aún incipientes y se enfocan principalmente en falsas soluciones, apuestan por la sustitución de materiales (biodegradables, papel, compostables) y el reciclaje como solución final. Incluso, muchas de estas cadenas no han siquiera comenzado a tomar medidas para eliminar los plásticos desechables de sus establecimientos. Los supermercados de México, sin importar su número de sucursales, deben ser cada vez más conscientes del importante papel que tienen en la reducción real del uso de plásticos y por tanto en poner freno a la contaminación plástica actual.

Por esta razón, en este apartado del informe hacemos un llamado a las cadenas de supermercados de México a asumir mayores compromisos para lograr una verdadera reducción y gradual eliminación de los plásticos de un solo uso de sus establecimientos y operaciones. Así, las cadenas de supermercados deben:

- **Reconocer** su responsabilidad como parte de las causas de la contaminación por plásticos que sufre nuestro planeta, y a partir de ésta comenzar a plantearse nuevas medidas y planes concretos para asegurar una reducción real (y eliminación progresiva) en el uso de plásticos de un solo uso. La innovación ha sido central a su modelo de negocios y pueden valerse de ella para ofrecer a sus consumidores opciones libres de plástico.
- **Invertir** en envases reutilizables, recargables, retornables, y en nuevos sistemas de distribución de sus productos, como en la ampliación de la oferta de productos a granel y la puesta a prueba del uso de dispensadores para productos de marca propia como champús, cremas corporales, jabones líquidos, productos de limpieza, del hogar y bebidas.
- **Asumir** la gran responsabilidad que tienen en respetar y favorecer el consumo digno de los miles de consumidores que visitan sus sucursales en México. Para ello, deben comprometerse con la habilitación de canales efectivos y funcionales que permitan a sus consumidores comunicarse con su personal, incluido el directivo, y que sus demandas y preferencias sean escuchadas, incluida la demanda por opciones que favorezcan un consumo sostenible para nuestro planeta.
- **Aumentar** su transparencia llevando a cabo la medición de su huella plástica e informando sobre su reducción en plásticos y la generación de residuos, y sometiéndose a auditorías y evaluaciones. La medición de su huella plástica les permitirá establecer objetivos y metas medibles de reducción en el uso de plásticos de un solo uso.
- **Establecer** planes concretos y medibles para reducir y eliminar los plásticos de un solo uso de todas sus marcas propias.
- **Elaborar** una política de reducción de plásticos de un solo uso así como un plan de transición.
- **Utilizar** su posición de ventaja y poder de negociación para exigir a los productores que les surten que también establezcan medidas y planes para reducir los envases, embalajes y demás plástico de un solo uso de sus productos. Así como favorecer a productores y proveedores que le apuesten por mercancías libres de plástico.
- **Eliminar** envases que no sean 100% reciclables y cuya cadena de valor no sea conocida y asegurada por el productor.
- **Asumir** su responsabilidad en el ciclo de vida completo de sus productos y envases y exigir lo mismo a sus proveedores.
- **Eliminar** de sus establecimientos todas las bolsas de un solo uso (tanto las que se ofrecen en línea de cajas como aquellas disponibles en frutas y verduras o panadería). Poner a disposición de los clientes bolsas reutilizables y fomentar que estos lleven las suyas propias.
- **Eliminar** todos los plásticos de un solo uso en sus cafeterías y restaurantes (cubiertos, platos, vasos, popotes, tapas, etc.), sin sustituirlos por productos de otros materiales desechables, y permitir y alentar que los clientes lleven sus propios envases o contenedores reutilizables.
- **Eliminar** los plásticos de un solo uso en departamentos como carnes, pescados y mariscos, salchichonería, lácteos, etc. y permitir e incentivar a los clientes para que lleven sus propios contenedores reutilizables.
- **Hacer** estudios reales y concretos sobre si realmente las medidas empleadas por ellos (por ejemplo, uso de empaques plásticos individuales en carnes y otros alimentos) responden a una mayor higienización o son solo una falsa sensación al consumidor.
- **Extender** las medidas y planes adoptados para reducir los plásticos de un solo uso hacia todas sus sucursales, para que estas medidas no se restrinjan únicamente a un número reducido de tiendas o a estados o municipios donde las leyes locales lo exijan.

El Ranking de supermercados

según su huella plástica 2019

fue un primer ejercicio al que

Greenpeace México planea

dar continuidad en próximas

ediciones para dar seguimiento

al avance de las acciones y planes

reportados por los supermercados

en el llenado del cuestionario,

a si han decidido suscribir y poner en marcha los compromisos arriba enlistados, así como para incluir nuevos planes y acciones que hayan decidido implementar, verificar si ya cuentan con la medición de su huella plástica y seguir impulsándolos a ser cada vez más transparentes con sus consumidores y a estar cada vez más comprometidos con asumir la responsabilidad que les corresponde en la protección de nuestro planeta.

En este marco, desde Greenpeace hacemos un llamado a la ciudadanía, a los consumidores, a apoyar las medidas que los supermercados del país se encuentran implementado para reducir su uso de plásticos, mediante acciones sencillas como dejar de pedir la bolsa plástica en línea de cajas o departamentos y llevar su propia bolsa reutilizable. Al mismo tiempo que los invitamos a exigirles la adopción de mayores acciones, como ir más allá de las falsas soluciones, para lograr en conjunto una verdadera reducción de la contaminación plástica que tanto afecta nuestro planeta y a quienes habitamos en él.

Al gobierno mexicano, particularmente a las y los legisladores en el Senado y la Cámara de Diputados, les exigimos cumplir la parte que les corresponde en esta ecuación.

Es decir, legislar a favor del planeta y de la gente en lugar de apoyar intereses particulares promovidos por una industria que no desea ver sus ganancias mermadas y que sólo promueve falsas soluciones al problema. Es tiempo de legislar y hacer modificaciones a la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de Residuos que permitan hacer un cambio de fondo a través de la inclusión de las siguientes prioridades:

- La responsabilidad extendida al productor, para que quienes están llenando nuestro planeta de plástico se hagan responsables del manejo de los residuos que sus productos generan;
- El etiquetado de los productos con indicaciones claras sobre el impacto que pueden tener en el ambiente así como la forma correcta en que los consumidores podemos disponer de ellos;
- La prohibición de la incineración de los residuos como una solución fácil al problema que enfrenta el país en su gestión. Por sus implicancias ambientales, sociales y a la salud de las personas.
- La no generación de residuos, fragmentos y partículas residuales que impactan negativamente al medio ambiente y la salud, y que no pueden ser reutilizados y puedan ser sustituidos por productos reusables. Este tipo de residuos son generados por productos como popotes, vasos, platos, cubiertos y globos de plástico, entre muchos otros.

La conjunción de los esfuerzos entre estos tres actores, ciudadanía, sector privado y gobierno, es esencial para lograr hacer frente de forma efectiva al problema de la contaminación por plásticos.

Fichas individuales por supermercado

Como se mencionó anteriormente, los 17 supermercados presentados en el cuadro 2 que decidieron no responder el cuestionario y los 5 supermercados incluidos en el mismo cuadro con los que no fue posible establecer contacto, fueron incluidos en las últimas posiciones del Ranking debido a su falta de transparencia en el caso de los primeros, y a su inhabilitación de canales de comunicación funcionales que permitan a sus consumidores y a la ciudadanía establecer contacto con su personal en el caso de los segundos. Debido a estas razones, no contamos con información (cuestionario respondido) para presentar fichas individuales. Por lo que en esta sección únicamente **se presentarán los perfiles de las 10 cadenas de supermercados que un ejercicio de transparencia decidieron compartir información con Greenpeace.**

Súper Kompras 6.5

Súper Kompras obtuvo una nota final de 5.6 sobre 10 y una nota ajustada de 6.5 sobre 10. Si bien estos puntajes son intermedios y muestran un avance hacia la adopción de mayores medidas para reducir los plásticos de un solo uso, también reflejan importantes áreas de oportunidad, como mejorar el trabajo con proveedores. El cuadro 4 presenta un análisis cualitativo de los puntajes obtenidos por este supermercado en cada una de las 10 preguntas.

Cuadro 4. Ficha Súper Kompras

| PREGUNTA | ANÁLISIS CUALITATIVO | |
|---|--|--|
| 1. Plan para la eliminación de plásticos de un solo uso para 2025 | <p>Super Kompras obtuvo en esta pregunta una puntuación alta de 8.9. Esto debido a que en el cuestionario reportaron que sí cuentan con un plan para la eliminación de empaques de plástico y para cumplir con las disposiciones de las nuevas legislaciones locales, a partir del cual las áreas de Operaciones, Legal y Compras deben reportar avances semanales a la Dirección Ejecutiva. No obstante, no proveyeron información sobre fechas concretas ni metas medibles de reducción, ni sobre las medidas de reducción que implica específicamente este plan.</p> | <p>En esta pregunta, Súper Kompras obtuvo una puntuación de 5.2, ya que reportan medidas significativas como la puesta a disposición de los clientes de redes reutilizables de bajo costo para trasladar las frutas y verduras y el fomento del uso de sus propios recipientes plásticos reutilizables, al permitir su ingreso en la tienda. Para incentivar esto último, han colocado avisos impresos y grabados en las tiendas, y comparten otros en redes sociales. No obstante estas medidas, Súper Kompras no reporta la proporción de la fruta y verdura que venden que se encuentra a granel.</p> |
| 2. Fomenta los envases reutilizables | <p>Súper Kompras obtuvo una puntuación alta de 14.4 en esta pregunta debido a que reportaron las acciones que llevan a cabo empleando envases de reúso y otros reutilizables. Por ejemplo, mencionaron la reutilización de los costales en los que los proveedores les entregan granos y semillas, y el envío de buena parte de estos a una comunidad en Temoaya, Mex. donde mujeres indígenas elaboran bolsas reutilizables para vender a los clientes a precios subsidiados, este trabajo lo realizan en conjunto con Fundación Tláloc. Por otra parte, en la distribución de algunos de sus productos perecederos como pan, fruta, lácteos y tortillería, utilizan embalajes reutilizables que constantemente son retornados de tiendas a centros de distribución. No obstante estas medidas implementadas en algunos productos, es necesario que Súper Kompras avance hacia un plan con fechas concretas que permita el establecimiento de un nuevo sistema de distribución basado en la reutilización de envases en un mayor número de productos y operaciones.</p> | <p>La puntuación para esta pregunta fue de 5 sobre 8, ya que reportaron contar en algunas de sus tiendas del formato Surti-tienda, la oferta de semillas y chiles con venta a granel en barriles de madera donde el mismo cliente se despacha. Asimismo, se encuentran en proceso de cotización de dispensadores a granel tanto para granos como para líquidos que permitan ofrecer esta opción en el resto de los formatos Super Kompras y Super Kompras Micro. Sin embargo, no reportan si se siguen poniendo a disposición del cliente bolsas o contenedores plásticos desechables para llevar estos productos. Además de que los avances deberían darse al nivel de todas las sucursales y no restringirse a ciertos formatos.</p> |
| 3. No fomenta falsas soluciones | <p>En esta pregunta, Súper Kompras obtuvo una puntuación de 9.7, ya que reportaron contar con una estrategia para fomentar que los clientes lleven a las tiendas sus propios contenedores reutilizables, con buen recibimiento por parte de ellos y reduciendo el uso de bolsas de plástico desechables. Sin embargo, no compartieron información que sustente estas afirmaciones. De igual forma, reportaron que han dejado de utilizar charolas de unicele en los departamentos de Carnes y Frutas, pero en su lugar le han apostado por una falsa solución al sustituir el plástico por charolas elaboradas a base de tapioca o fécula de maíz. Si bien mencionan que estos contenedores pueden ser reutilizados varias veces en los hogares de los clientes antes de ser desechados, se trata de igual forma de materiales de un solo uso que trasladan la presión ambiental a otros campos.</p> | <p>Aquí la puntuación asignada por los grupos focales fue de 5.1 sobre 8, dado que Súper Kompras reportó que en la mayoría de sus tiendas ya no ofrece bolsas plásticas desechables en línea de cajas, perecederos y panadería. Además de que ponen a disposición del cliente bolsas reutilizables a precios subsidiados. Sin embargo, siguen ofreciendo la bolsa de papel en panadería, que también es desechable, y aún hay tiendas en donde siguen ofreciéndose bolsas plásticas de un solo uso.</p> |
| 4. Cero plásticos en fruta y verdura | 5. Fomenta la venta a granel | <p>Para esta pregunta la puntuación fue de 4.8, ya que si bien cuentan con vajilla reutilizable para algunos alimentos consumidos en la misma cafetería y han dejado de ofrecer popotes y vasos de unicele en las cafeterías de sus tiendas, los cubiertos, vasos y platos de plásticos han sido sustituidos por otros hechos de materiales orgánicos que continúan siendo desechables.</p> |
| 6. Elimina bolsas de un solo uso | 7. Elimina otros plásticos de un solo uso (más allá de envases) | <p>La puntuación asignada por los grupos focales a esta pregunta fue de 2.6. Ya que si bien cuentan con canales funcionales para que los consumidores puedan comunicarse con ellos, y accedieron a responder el cuestionario, no hacen públicos los datos totales de la cantidad de plástico que utilizan y la información que proveen en el cuestionario es muy breve y general.</p> |
| 8. Transparenta su huella plástica y medidas para reducirla | 9. Trabaja con proveedores para eliminar plásticos | <p>La puntuación a esta pregunta es de 0.6, ya que reportaron no tener trabajo con proveedores en este momento para reducir el uso de plástico.</p> |
| 10. Fomenta envases 100% reciclables | | <p>Esta pregunta obtuvo la puntuación más baja, con un 0, dado que reportaron no contar con avances en este rubro.</p> |

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas proveídas por Súper Kompras en el cuestionario para supermercados.

The Green Corner 6.3

The Green Corner obtuvo una nota final de 5.5 y una nota ajustada de 6.3. Si bien estos puntajes son intermedios y muestran un avance hacia la adopción de mayores medidas para reducir los plásticos de un solo uso, al mismo tiempo también reflejan la priorización de algunas falsas soluciones, como los biodegradables. En el cuadro 5 se presenta un análisis cualitativo de los resultados obtenidos en cada pregunta.

Cuadro 5. Ficha The Green Corner

| PREGUNTA | ANÁLISIS CUALITATIVO |
|---|---|
| 1. Plan para la eliminación de plásticos de un solo uso para 2025 | Si bien The Green Corner no cuenta con una hoja de ruta como tal con fechas concretas para reducir el uso de plásticos, la puntuación que obtuvo en esta pregunta fue de 9.3 debido a que reportaron contar con diversas actividades ya en ejecución para reducir el uso de plásticos. Dichas acciones serán revisadas en las siguientes preguntas. |
| 2. Fomenta los envases reutilizables | En esta pregunta, The Green Corner obtuvo un puntaje de 9.1, ya que reportaron el uso de frascos de vidrio, y que la transportación de frutas y verduras y productos procesados se realiza sin empaques individuales, mediante la utilización de cajas de cartón o rejillas de plástico reutilizables. |
| 3. No fomenta falsas soluciones | El puntaje asignado a esta pregunta fue de 8.3. Si bien The Green Corner promueve medidas como el uso de frascos de vidrio reutilizables, venta a granel, prohibición de popotes, uso de bolsas reutilizables, etc. siguen dependiendo en muchos casos de falsas soluciones, como el uso de empaques biodegradables o compostables. |
| 4. Cero plásticos en fruta y verdura | Si bien el puntaje asignado a esta pregunta por los grupos focales fue de 5.2, The Green Corner presenta avances en cuanto a la reducción del plástico en frutas y verduras, ya que reportaron que la gran mayoría de los productos frescos que ofertan se acopian y venden a granel, evitando empaques individuales. La excepción a esto se da en el caso de productos como berries en las que mencionaron que no es viable ofertarlas sin empaque plástico. Reportaron también que se encuentran en comunicación con los proveedores para ofrecer alternativas biodegradables o reciclables, sin embargo, seguirán siendo de materiales de un solo uso desechables. |
| 5. Fomenta la venta a granel | La puntuación asignada a esta pregunta por los grupos focales fue de 4.9, ya que reportaron vender a granel productos como detergentes y jabones en barra, y planean extender el segmento a alimentos como granos y semillas. Sin embargo, no cuentan con un plan con fechas y medidas concretas para transitar hacia la venta de mayores productos a granel. |

6. Elimina bolsas de un solo uso

El puntaje asignado en esta pregunta fue de 5.9, el cual refleja avances en este rubro dado que reportan que desde hace 13 años no dan bolsas plásticas para transportar la mercancía, piden a sus clientes llevar sus propias bolsas reutilizables y ofertan bolsas de tela. Además de que mencionan estar trabajando por el uso de envases reutilizables como frascos de vidrio. Sin embargo, continúan dando bolsas de papel para frutas y verduras y buscan la sustitución de empaques de un solo uso por biodegradables, es decir, apuestan por falsas soluciones.

7. Elimina otros plásticos de un solo uso (más allá de envases)

La puntuación obtenida en esta pregunta fue de 4.1, la cual presenta ciertos avances dado que The Green Corner no ofrece popotes en sus restaurantes, de ningún tipo, ni biodegradables. Además de que promueven que los clientes lleven sus propios contenedores para transportar la comida para llevar. Sin embargo, en el servicio de envío de comida continúan utilizando desechables biodegradables y cajas de cartón, aunque reportan que éstas se reutilizan y después se llevan a composta o centros de reciclaje.

8. Transparenta su huella plástica y medidas para reducirla

El puntaje asignado a esta pregunta por los grupos focales fue de 3.6, ya que si bien se muestran dispuestos a compartir los datos de su huella plástica no lo han hecho hasta ahora y no trabajan sus acciones de reducción de plásticos a partir de criterios medibles basados en el cálculo de esta huella.

9. Trabaja con proveedores para eliminar plásticos

La puntuación asignada por los grupos focales a esta pregunta fue de 3.2, ya que The Green Corner es de los pocos supermercados que reportaron mantener un trabajo constante con proveedores y haber logrado que algunos de ellos hayan dejado de utilizar empaques de plástico, sin embargo, estos han sido sustituidos por cartón o biodegradables. Mencionaron también que continúan trabajando con los proveedores para lograr que se extienda el uso de envases reutilizables a productos alimenticios y de autocuidado. Con respecto a los productos de marca propia, han buscado que la mayor parte se envasen en frascos de vidrio, que luego se acopian para su reutilización.

10. Fomenta envases 100% reciclables

La nota obtenida en esta pregunta es la más baja para The Green Corner, 1.1, dado que no cuentan con una hoja de ruta para eliminar todos los envases que no sean 100% reciclables hacia 2025.

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas proveídas por The Green Corner en el cuestionario para supermercados.

Merco 5.3

Merco obtuvo una nota final de 4.6 y una nota ajustada de 5.3, las cuales representan puntajes bajos, con avances relevantes pero con importantes áreas de oportunidad por atender. El cuadro 6 sintetiza el análisis de los puntajes obtenidos en cada pregunta.

Cuadro 5. Ficha Merco

| PREGUNTA | ANÁLISIS CUALITATIVO | PREGUNTA | ANÁLISIS CUALITATIVO |
|---|--|---|--|
| 1. Plan para la eliminación de plásticos de un solo uso para 2025 | En esta pregunta, Merco obtuvo uno de los puntajes más altos (9.3 puntos) debido a que reportaron contar con un plan de reducción de plásticos de un solo uso con acciones y fechas definidas hacia 2020. Las cuales se revisarán en las siguientes preguntas. Sin embargo, la puntuación no fue más alta debido a que algunas de estas medidas son restringidas y no abarcan todas las sucursales de la cadena. | 6. Elimina bolsas de un solo uso | La puntuación obtenida en esta pregunta fue de 4, ya que reportaron tener varias medidas en ejecución para eliminar las bolsas de un solo uso, como la sustitución de las bolsas de compra (tipo camiseta) por una bolsa elaborada con material compostable biodegradable; la suspensión de la entrega de la bolsa de compra en sus tiendas a partir del 10 de mayo del año 2020; la comercialización de bolsas ecológicas reutilizables, incluyendo eventos donde éstas se regalan a los clientes y la comercialización de la malla reusable para empacar frutas y verduras. Si bien estas medidas pueden contribuir a una eliminación de las bolsas de un solo uso, algunas de ellas apuestan por falsas soluciones, como la sustitución de bolsas plásticas por compostables, que también son de un solo uso. |
| 2. Fomenta los envases reutilizables | El puntaje en esta pregunta fue de 9.7, dado que reportaron tener planes hacia 2020 para ampliar el área y exhibición (equipo y muebles) de productos a granel, Además de que para el envío de ciertos productos eliminaron el uso de contenedores de cartón y se sustituyeron por rejillas metálicas reutilizables, y algunos productos a granel también se envían en contenedores de plástico reusables. | 7. Elimina otros plásticos de un solo uso (más allá de envases) | En esta pregunta, Merco obtuvo un puntaje de 3.5, ya que si bien reportaron que no ofrecen popotes en sus áreas de comida, cuentan con planes hacia 2020 para ofrecer en cafeterías bebidas de fuente en vasos de cartón y utilizar otros productos desechables de este mismo material y papel. Además de que planean agregar al catálogo de venta productos desechables de papel y cartón. Como puede observarse estas últimas medidas hacen referencia a falsas soluciones. |
| 3. No fomenta falsas soluciones | La puntuación para esa pregunta fue de 6.4, ya que aunque siguen apostando por falsas soluciones, como el uso de bolsas biodegradables o productos de papel y cartón, han impulsado medidas que sí promueven una reducción real, como la bolsa reutilizable y sus planes para aumentar la venta a granel. | 8. Transparenta su huella plástica y medidas para reducirla | La puntuación para esta pregunta fue de 2.9, ya que si bien fueron transparentes en el envío del cuestionario respondido, no tienen el cálculo de su huella plástica, únicamente de la cantidad de plásticos que reciclan. |
| 4. Cero plásticos en fruta y verdura | Merco obtuvo un puntaje de 4.3 en esta pregunta, debido a que planean ofrecer a los clientes de todas sus tiendas una malla de tela lavable, reusable y reciclable para empacar su compra de frutas y verduras hacia mayo de 2020, además de que mencionaron que exhiben la mayor parte de las frutas y verduras que venden sin empaque individual. Sin embargo, confirmaron que por el momento seguirán disponibles bolsas plásticas desechables en esta sección, aunque esperan eliminarla gradualmente. | 9. Trabaja con proveedores para eliminar plásticos | 1.8 fue la puntuación obtenida por Merco en esta pregunta, ya que si bien reportaron trabajar en un programa para invitar a los proveedores a reducir el uso de plástico en productos de empaque individual no cuentan con fechas específicas ni avances al respecto. |
| 5. Fomenta la venta a granel | En esta pregunta Merco obtuvo un puntaje de 4.1, dado que reportaron contar con diversos planes hacia 2020 para aumentar su venta a granel de frutos secos (que los clientes podrán llevar en su propia vasija) y abarrotes, así como la implementación del programa "Trae tu vasija" en salchichonería y área de quesos. | 10. Fomenta envases 100% reciclables | Merco obtuvo su puntuación más baja en esta pregunta con 0.5 puntos. Dado que sólo reportaron estar en planeación de un programa para sustituir todos sus envases y productos de foam [sic] por productos de material reciclable. Sin proveer mayores detalles ni fechas concretas. |

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas proveídas por Merco en el cuestionario para supermercados.

Súper Doña obtuvo una nota final de 3.5 y una nota ajustada de 4, los cuales, sin bien la ubican en la cuarta posición de este Ranking son puntajes reprobatorios. En el cuadro 6 se muestra un análisis de sus resultados.

Cuadro 6. Ficha Súper Doña

| PREGUNTA | ANÁLISIS CUALITATIVO |
|---|---|
| 1. Plan para la eliminación de plásticos de un solo uso para 2025 | En esta pregunta, los grupos focales asignaron a Súper Doña un puntaje de 7.3, ya que la cadena reportó contar con un plan para incidir en un cambio cultural en sus clientes para reducir la basura plástica. Sin embargo, este plan, a iniciarse según reportaron en los próximos meses, se basa en la introducción de empaques biodegradables, es decir, en falsas soluciones. |
| 2. Fomenta los envases reutilizables | En esta pregunta, Súper Doña obtuvo un puntaje de 7.3 ya que reportaron que el traslado de las frutas y verduras se hace en contenedores plásticos reutilizables. Sin embargo, no reportaron contar con actividades o planes adicionales. |
| 3. No fomenta falsas soluciones | El puntaje asignado por los grupos focales a esta pregunta fue de 6, ya que gran parte de las medidas que están adoptando es sustituir el plástico por otros materiales de un solo uso, sin resolver así el problema de la generación de desechos. |
| 4. Cero plásticos en fruta y verdura | En esta pregunta, el puntaje obtenido fue de 2.8, ya que reportaron no tener avances importantes en esta área. Reportaron que en frutas y verduras utilizan una bolsa de polipapel, pero que se encuentran buscando una nueva opción para eliminar el plástico, sea una bolsa de tela reutilizable o una biodegradable. El puntaje se mantiene bajo dado que no presentan planes concretos y algunos de ellos se orientan a falsas soluciones. |
| 5. Fomenta la venta a granel | La puntuación para esta pregunta fue baja, de 1.1, dado que no reportaron avances significativos más allá del incentivo a los clientes para que lleven sus propios contenedores reutilizables en el departamento de carnicería. |
| 6. Elimina bolsas de un solo uso | El puntaje aquí fue de 3.5, ya que reportaron que actualmente cuentan con una bolsa de tela reutilizable disponible para su venta, además de que tienen planes para que comenzando el 2020 ya no se entreguen bolsas plásticas en línea de cajas y en las secciones se cambie la bolsa de plástico por bolsa de papel biodegradable. De nueva cuenta, algunas medidas efectivas para la reducción como la eliminación de entrega de bolsas en línea de cajas se mezclan con falsas soluciones, como el viraje a biodegradables. |

| | |
|---|---|
| 7. Elimina otros plásticos de un solo uso (más allá de envases) | La puntuación para esta pregunta fue de 4.1 ya que reportaron su campaña para impulsar a los clientes a llevar sus propios contenedores reutilizables para evitar el uso de desechables. Sin embargo, no reportaron contar con otras alternativas más allá de esto. |
| 8. Transparenta su huella plástica y medidas para reducirla | El puntaje de Súper Doña en esta pregunta fue de 2 puntos, ya que si bien respondieron el cuestionario en un ejercicio de transparencia y participación, no cuentan con una medición de su huella plástica, aunque se mostraron interesados en llevarla a cabo. |
| 9. Trabaja con proveedores para eliminar plásticos | El puntaje de Súper Doña en esta pregunta fue de 0.1, ya que reportaron no contar con ningún trabajo con proveedores en marcha. |
| 10. Fomenta envases 100% reciclables | El puntaje obtenido en esta pregunta fue también muy bajo, 0.8, dado que la cadena no respondió adecuadamente, únicamente reportó que planean sustituir envases plásticos por otros de materiales biodegradables, como platos de bagazo de trigo o vasos de papel, trasladando la presión ambiental de la contaminación plástica a otras áreas. |

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas proveídas por Súper Doña en el cuestionario para supermercados.

Al igual que Súper Doña, Aramburo Supermercados cuenta con una nota final de 3.5 puntos y una nota ajustada de 4, ubicándose también en la cuarta posición. Sin embargo, como ya se mencionó, estos puntajes son reprobatorios e indican importantes áreas de oportunidad que se deben atender. El cuadro 7 muestra los principales resultados de esta cadena.

Cuadro 7. Ficha Aramburo Supermercados

| PREGUNTA | ANÁLISIS CUALITATIVO | |
|---|---|---|
| 1. Plan para la eliminación de plásticos de un solo uso para 2025 | Aramburo Supermercados obtuvo un puntaje de 6.1 en esta pregunta. Si bien no reportaron contar con un plan específico para la eliminación de plásticos, mencionaron que en respuesta a la Ley de Desplastícame, que entró en vigor en agosto 2019, dejaron de entregar bolsas plásticas a sus clientes y pusieron a su disposición bolsas reutilizables. Además de que transitaron de envases plásticos a biodegradables. Si bien es positivo que se hayan dejado de entregar bolsas plásticas, esta cadena pudo haber aprovechado el impulso de la ley para formularse un plan más ambicioso de reducción, en lugar de transitar a falsas soluciones, como los biodegradables. | El puntaje obtenido en esta pregunta fue de 2.6, ya que si bien transitaron a la eliminación de bolsas plásticas debido a la ley ya mencionada, no reportaron tener avances adicionales al respecto ni si estas medidas se tomaron sólo en línea de cajas o fueron extendidas a todos los departamentos del supermercado. |
| 2. Fomenta los envases reutilizables | Si bien los grupos focales asignaron un puntaje de 7.5 a esta pregunta, Aramburo Supermercados no reportó actividades que realmente abonen al uso de envases reutilizables, ya que únicamente hicieron referencia a la venta de bolsas reutilizables y a la adquisición de recipientes biodegradables, sin incluso mencionar para qué se utilizan estos. | La puntuación obtenida fue de 3.7 dado que reportaron haber retirado definitivamente el uso de popotes, mientras que se encuentran en transición para introducir cubiertos biodegradables y compostables en el servicio de cafetería. Sin embargo, esta medida se enfoca en falsas soluciones. |
| 3. No fomenta falsas soluciones | El puntaje obtenido en esta pregunta fue de 6, ya que si bien apuestan mucho porque los clientes lleven a tienda sus propios contenedores reutilizables, en algunos casos continúan valiéndose de falsas soluciones, como el uso de envases o productos biodegradables. | El puntaje obtenido en esta pregunta fue de 2.3, ya que si bien esta cadena respondió el cuestionario, no reportan contar con la medición de su huella plástica y las respuestas e información proveída a Greenpeace fue general e imprecisa. |
| 4. Cero plásticos en fruta y verdura | El puntaje asignado por los grupos focales a esta pregunta fue de 2.2, ya que no reportaron ninguna acción específica para reducir los plásticos de un solo uso en el área de frutas y verduras, más allá de permitir a los clientes el uso de sus propios contenedores. | El puntaje obtenido en esta pregunta fue de 1, dado que no reportaron estar llevando a cabo algún trabajo específico con sus proveedores. |
| 5. Fomenta la venta a granel | En esta pregunta el puntaje obtenido fue de 5, dado que reportaron el exhorto que hacen a los clientes a que lleven sus propios contenedores reutilizables para trasladar sus productos y evitar cualquier contenedor desechable. Asimismo, reportaron su intención de implementar un sistema de venta a granel de granos y semillas, pero no mencionaron fechas precisas. De igual forma, no reportaron en qué departamentos de la tienda es posible que los clientes lleven sus propios contenedores, qué productos abarca su venta a granel o si brindan algún incentivo para que los clientes lo hagan realmente. | Esta cadena obtuvo su puntaje más bajo en esta pregunta, de 0.3, dado que no proveyeron una respuesta clara que respondiera lo que la preguntaba solicitaba. |

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas proveídas por Aramburo Supermercados en el cuestionario para supermercados.

Soriana 3.9

Soriana obtuvo una nota final de 4.3 y una nota ajustada de 3.9, puntajes bajos que reflejan la existencia de algunas medidas que promueven falsas soluciones, y de algunos planes cuyo contenido no fue compartido con Greenpeace con mayor detalle. Esto a pesar de contar con avances fuertes en el rubro de eliminación de bolsas plásticas y venta a granel. El cuadro 8 muestra un análisis más detallado de los resultados de este supermercado.

Cuadro 8. Ficha Soriana

| PREGUNTA | ANÁLISIS CUALITATIVO | | |
|---|--|---|---|
| 1. Plan para la eliminación de plásticos de un solo uso para 2025 | Soriana obtuvo una puntuación de 6.5 en esta pregunta, ya que si bien reportaron contar con un plan, la nueva Campaña Institucional, para el último trimestre de 2019, no especifican de qué manera dicho plan contribuirá a la eliminación de los plásticos de un solo uso más allá de las bolsas plásticas. Mencionaron que la Campaña implica la búsqueda de opciones “ecológicas” y “sustentables” para el empaque de alimentos preparados en las tiendas y para los productos de marca propia. Sin embargo, no brindaron mayores detalles sobre qué entienden por “ecológico” o “sustentable”, ya que podría tratarse de falsas soluciones como el uso de materiales biodegradables. | 6. Elimina bolsas de un solo uso | En esta pregunta, los grupos focales asignaron a Soriana un puntaje de 4.6. Sin embargo, este rubro es uno en los que la cadena presenta sus mayores avances en el camino por reducir el uso de plásticos. Reportaron que desde 2005, en el marco de su campaña “Por el México que todos queremos”, comenzaron a impulsar las bolsas reutilizables non woven en todas sus tiendas, a las que se sumó la venta de bolsas de yute. Asimismo, reportaron que en 78 de sus tiendas se ha eliminado el uso de la bolsa plástica de un solo uso. También reportaron contar con el programa “Voy y vengo con mi carrito de mercado” en algunos de sus formatos de tienda, pero no brindaron mayor información al respecto. Finalmente, especificaron que para diciembre del año 2022 eliminarán el uso de la bolsa de plástico en las líneas de cajas y promoverán en los clientes el uso de la Bolsa Ecológica Reutilizable. Además de que plantean integrar la venta y promover el uso de Bolsas de malla para frutas y verduras, Hielera Isotérmica para frescos y Bolsas adaptable para carro de autoservicio. |
| 2. Fomenta los envases reutilizables | El puntaje para esta pregunta fue de 8.6, aunque no mencionaron específicamente qué medidas planean adoptar para fomentar envases reutilizables, únicamente hicieron referencia a la búsqueda de “opciones ecológicas” para sus empaques, pero no brindaron mayor información sobre lo que esto significa y de nuevo podría tratarse de falsas soluciones. | 7. Elimina otros plásticos de un solo uso (más allá de envases) | La puntuación obtenida en esta pregunta fue de 3.8, dado que han implementado medidas como la eliminación por completo del uso de vasos de unicel en las estaciones de café y cafeterías de la Oficina de Apoyo a Tiendas Monterrey, además de que dentro de los planes por lanzarse en el último trimestre de 2019, la nueva Campaña Institucional, buscarán nuevas propuestas de popotes ecológicos para catalogarlos y sustituir la oferta actual de popotes de plástico por popotes de cartón de marca propia o por popotes reutilizables. Sobre la primera medida, Soriana no proveyó información sobre si planean extender esto a sus tiendas en todo el país para amplificar el impacto de la acción, mientras que la segunda propuesta, la sustitución de popotes por popotes ecológicos puede ser cuestionable si al final se decantan por falsas soluciones, como el uso de otros materiales desechables, como el cartón. |
| 3. No fomenta falsas soluciones | La puntuación obtenida en esta pregunta fue de 6.5, ya que si bien Soriana cuenta con varias medidas orientadas hacia una verdadera reducción en el uso de plásticos desechables (bolsas reutilizables, eliminación de unicel, eliminación total de la bolsa plástica, etc.), en algunos casos también impulsa o corre el riesgo de impulsar falsas soluciones, como la posibilidad de sustituir los popotes de plásticos por popotes de cartón y el reciclaje como solución (ver más en las siguientes preguntas). | 8. Transparenta su huella plástica y medidas para reducirla | Soriana obtuvo un puntaje de 1.9 en esta pregunta, dado que si bien fueron transparentes al compartir públicamente las medidas que implementan para reducir su uso de plásticos, no cuenta con una medición de su huella plástica que les permita establecer objetivos y metas medibles de reducción. |
| 4. Cero plásticos en fruta y verdura | El puntaje obtenido en esta pregunta fue de 3.2. Reportaron el plan de impulsar la venta y uso de bolsas de malla para frutas y verduras, como iniciativa del Programa Desarrollo de Proveedores PYME. Sin embargo, no brindaron información sobre si se mantendrá la disponibilidad de bolsas plásticas de un solo uso en esta sección, sobre si las frutas y verduras se venderán a granel o seguirán teniendo sus empaques individuales de plástico desechable, ni sobre en qué consiste el Programa mencionado. | 9. Trabaja con proveedores para eliminar plásticos | El puntaje obtenido en esta pregunta fue de 2.7, ya que si bien no reportaron específicamente el trabajo que realizan con sus proveedores, comentaron que sí planean analizar con ellos productos de menor impacto ambiental y que los productos de sus marcas provengan de fuentes sustentables certificadas a partir de 2020 (reciclado, empaque optimizado, orgánicos e hidropónicos, biodegradables y no contaminantes, ahorradores de energía y agua). Esto podría representar una oportunidad para efectivamente eliminar los plásticos de un solo uso, sin embargo, se corre el riesgo de caer en falsas soluciones, como ya lo adelantan haciendo referencia a biodegradables. |
| 5. Fomenta la venta a granel | Esta pregunta obtuvo un puntaje de 5, presentando los mayores avances en este rubro de entre los 10 supermercados que compartieron su información. Esto se debe a que todos sus formatos de tienda cuentan con una gran variedad de productos a granel (productos cárnicos, lácteos, frutas y verduras, semillas y granos, etc.). En uno de sus formatos de tienda, City Club, es posible reutilizar envases plásticos para recargarlos con detergente, suavizante o limpiador multiusos. Sobre esta última medida, Soriana no brindó información sobre si cuentan con planes para extender este servicio a otros formatos de la tienda. De igual forma, Soriana reportó sus esfuerzos por fomentar el consumo de productos a granel desde sus canales de comunicación externa. No obstante, esta cadena no brindó información sobre si tienen planes para expandir la cantidad de productos que se venden a granel. | 10. Fomenta envases 100% reciclables | El puntaje para esta pregunta fue de 0.5, ya que no mencionaron específicamente qué medidas planean adoptar para fomentar envases 100% reciclables, únicamente hicieron referencia a la búsqueda de “opciones ecológicas” para sus empaques, pero de nueva cuenta no brindaron mayor información sobre lo que esto significa. |

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas proveídas por Soriana en el cuestionario para supermercados.

Walmart 3.7

Walmart obtuvo una nota final de 4.4 y una nota ajustada de 3.7. Si bien esta cadena de supermercados ha adoptado compromisos que le permiten reaccionar ante las demandas sociales por una reducción en el uso de plásticos, dichos compromisos priorizan el reciclaje como solución final, una falsa solución, y carecen de opciones dirigidas a la promoción de productos que sean recargables, retornables y reutilizables. El cuadro 9 presenta el análisis de los resultados obtenidos por este retailer.

Cuadro 8. Ficha Walmart

| PREGUNTA | ANÁLISIS CUALITATIVO |
|---|--|
| 1. Plan para la eliminación de plásticos de un solo uso para 2025 | <p>Walmart obtuvo en esta pregunta la nota más alta entre los 10 supermercados que compartieron información con Greenpeace, obteniendo un puntaje de 13.6. Esta puntuación se debe a que reportaron ser signatarios de la Declaración Global sobre plásticos, promovida por la Fundación Ellen McArthur, en el marco de la cual cuentan con objetivos específicos para la reducción de plásticos en los empaques y envases de los productos de sus marcas para el año 2025:</p> <ol style="list-style-type: none"> 100% de empaques y envases reciclables, compostables o reutilizables. 20% de material reciclado en los empaques y envases. Eliminar plásticos difíciles de reciclar como PVC y poliestireno expandido. Eliminar el plástico innecesario en los empaques y envases. <p>Además de que reportaron contar con un plan con fechas y acciones para reducir los plásticos de acuerdo con los objetivos antes mencionados, disponible públicamente en una hoja de ruta en el Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2018. No obstante, si bien estas medidas son importantes, su enfoque se centra particularmente en el reciclaje como la solución final, lo cual es una falsa solución al no contribuir a una reducción real en la producción y uso de plásticos de un solo uso.</p> |
| 2. Fomenta los envases reutilizables | <p>El puntaje en esta pregunta fue de 4.4 dado que reportaron no contar con planes concretos en este rubro, únicamente discusiones iniciales con algunos proveedores.</p> |
| 3. No fomenta falsas soluciones | <p>La puntuación obtenida por Walmart en esta pregunta fue de 6.5 dado que reportaron haber adoptado el concepto de "economía circular", que según reportan se aleja de un enfoque de "extraer-hacer-disponer" y privilegia uno que valora la reutilización y regeneración de materiales y energía. Por eso su aspiración de residuos cero va más allá de sus propias operaciones para incluir toda la cadena de suministro. Dicha estrategia cuenta con tres ejes para abordar el tema de los plásticos en la cadena de valor:</p> <ol style="list-style-type: none"> Usar menos plástico: encontrar alternativas viables al plástico y trabajar con proveedores para reducir o eliminar envases de plástico cuando sea posible. Reciclar más mediante el trabajo con proveedores para alentar el uso de empaques y envases que sean 100% reciclables y para aumentar el contenido de material reciclado. Apoyar mejoras en el sistema de reducción de desechos plásticos a través de interactuar con otras organizaciones para ayudar en el desarrollo de opciones ambientalmente preferibles para plásticos y promover la reutilización y ampliar las capacidades de reciclaje. <p>No obstante, como se podrá observar en las siguientes preguntas, en el momento de implementación de la estrategia, ésta puede traducirse en la sustitución del plástico por otro tipo de materiales que continúan siendo de un solo uso, además de que se enfoca principalmente en el reciclaje como solución final, otra falsa solución.</p> |
| 4. Cero plásticos en fruta y verdura | <p>La puntuación obtenida en esta pregunta fue de 3.5, ya que si bien reportaron estar trabajando en un plan y acciones concretas para eliminar envases de plástico de un solo uso en fruta y verdura y estar llevando a cabo un piloto para sustituir envases de plástico en una línea de producto, no brindaron mayor información que pueda dar una perspectiva más clara sobre el impacto de estas medidas en la reducción efectiva de plásticos, dado que la sustitución de los envases que mencionan podría llevar a la adopción de falsas soluciones, además de que no se tiene claridad sobre el alcance de las medidas en los productos que ofertan, es decir, cuántos de ellos quedarían libres de plástico.</p> |

| | |
|---|---|
| 5. Fomenta la venta a granel | <p>Esta pregunta representó uno de los puntajes más bajos para Walmart (1), dado que reportaron no contar con planes o acciones para aumentar la venta de productos a granel. Sin embargo, indicaron que dentro de sus tiendas no se aplica ninguna restricción a los clientes que deseen llevar sus propios contenedores reutilizables para colocar los productos que compran.</p> |
| 6. Elimina bolsas de un solo uso | <p>En esta pregunta, Walmart obtuvo un 4.5 como puntaje, dado que reportaron que se encuentran impulsando el uso de bolsas reutilizables en todas sus tiendas, lo cual incluye la oferta de la Bolsa verde en diferentes presentaciones y precios como opción a las bolsas plásticas de un solo uso. Asimismo, están trabajando para ampliar la gama de bolsas reusables, las cuales estarán disponibles en tiendas hacia finales de 2019. Además, se encuentran evaluando opciones de bolsas reutilizables en el departamento de frutas y verduras y los clientes pueden llevar sus propios envases para guardar el jamón y productos varios en salchichonería. No obstante estas medidas, Walmart no reportó contar con un plan para eliminar de forma completa las bolsas plásticas de un solo uso de forma gradual en todas sus tiendas.</p> |
| 7. Elimina otros plásticos de un solo uso (más allá de envases) | <p>La puntuación obtenida en esta pregunta fue de 3.8, dado que no cuentan con ninguna acción ya en ejecución dirigida a la eliminación de otros productos plásticos más allá de envases y bolsas. Sin embargo, reportaron contar con planes para sustituir objetos de un solo uso como cubiertos, platos o popotes por opciones que sean reciclables o compostables. Si bien es positiva la existencia de planes para eliminar estos productos, el que busquen sustituirlos por materiales compostables es una falsa solución, dado que continuarán siendo productos desechables.</p> |
| 8. Transparenta su huella plástica y medidas para reducirla | <p>Walmart obtuvo un puntaje de 2.7 en esta pregunta, dado que si bien accedieron a responder el cuestionario y transparentar esta información con los consumidores, aún no tienen el cálculo de su huella plástica. No obstante, fueron el único supermercado que mencionó que se encuentra en proceso de cuantificarla.</p> |
| 9. Trabaja con proveedores para eliminar plásticos | <p>Walmart obtuvo un puntaje de 3.1 sobre 4 en esta pregunta dado que es de los pocos supermercados que cuentan específicamente con acciones de trabajo con sus proveedores para reducir el uso de plásticos. Aunque se relaciona con la gran presencia que tiene este retailer en el país. Reportaron que promueven entre sus proveedores la adopción de mejores prácticas para el rediseño de sus empaques y envases, para lo que les han compartido la guía de Walmart para la reciclabilidad de empaques (Walmart Recyclability Playbook). Mencionaron que se encuentran trabajando con un grupo de proveedores la iniciativa Reciclamanía para el reciclaje de envases en sus tiendas y compartir con sus clientes información sobre el manejo correcto de los empaques y envases para facilitar su reciclaje. La iniciativa Reciclamanía se hizo en alianza con proveedores como Colgate Palmolive, L'Oréal México, AlEn, Mustela México, Bimbo, Nestlé y Modelo; con aliados como Ecolana, TetraPak, Dow Química, Plastic Oceans y Azul Viviente, y con acopiadores y recicladores como ECOCE, BIOBOX, Biopappel, IMER, Alen, Modelo Teknopellets y Recicley. El trabajo con proveedores es muy importante para lograr una verdadera eliminación de los plásticos de un solo uso desde su origen, sin embargo, Walmart no está capitalizando su cercanía y poder de negociación con los proveedores hacia este objetivo sino que se centra en el reciclaje como solución final, lo cual no contribuye realmente a una reducción de los plásticos de un solo uso sino más bien a un mejor aprovechamiento y manejo del residuo.</p> |
| 10. Fomenta envases 100% reciclables | <p>Walmart obtuvo en esta pregunta un puntaje de 0.5 ya que reportaron no contar con planes para que los envases de todos los productos que venden sean 100% reciclables.</p> |

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas proveídas por Walmart en el cuestionario para supermercados.

Súper Willy's 2.9

Súper Willy's obtuvo una nota final de 3.2 y una nota ajustada de 2.9, puntajes sumamente bajos que resultan insatisfactorios para lograr una reducción efectiva en la utilización de plásticos de un solo uso. El cuadro 10 presenta un breve análisis de sus resultados.

Cuadro 10. Ficha Súper Willy's

| PREGUNTA | ANÁLISIS CUALITATIVO |
|---|--|
| 1. Plan para la eliminación de plásticos de un solo uso para 2025 | Súper Willy's obtuvo un puntaje de 6.5 en esta primera pregunta, dado que reportan que como parte de sus programas anuales para 2019 se establecieron la meta de lograr la concientización de todo el personal de Willys, así como reducir el uso de bolsas plásticas de un solo uso entre los clientes, ofreciendo como alternativa el uso de bolsas biodegradables y bolsas ecológicas de tela. Además de eliminar de su catálogo los popotes y desechables no biodegradables. Si bien esta respuesta reconoce la existencia de un plan, no proveyeron de mayores detalles sobre el mismo, como si posee metas medibles de reducción o si se han logrado avances. Además de que algunas de sus medidas apuestan por falsas soluciones. |
| 2. Fomenta los envases reutilizables | El puntaje asignado por los grupos focales a esta pregunta fue de 6.2, aunque Súper Willy's realmente no proveyó información que respondiera adecuadamente esta pregunta. La respuesta fue vaga e incluyó comentarios que no correspondían a lo preguntado. |
| 3. No fomenta falsas soluciones | Aquí, el puntaje asignado por los grupos focales fue de 5.1, ya que si bien promueven el uso de bolsas de tela reutilizables, siguen apostando por el uso de bolsas y otros artículos biodegradables. |
| 4. Cero plásticos en fruta y verdura | Super Willy's no maneja frutas y verduras en tienda. |
| 5. Fomenta la venta a granel | No cuentan con estrategia de venta a granel |
| 6. Elimina bolsas de un solo uso | En esta pregunta la cadena obtuvo un puntaje de 3.8, ya que si bien incentivan el uso de bolsas de tela reutilizables, incluso mediante una campaña pública, y han implementado un costo por la bolsa plástica para inhibir su uso, siguen buscando catalogar bolsas con microorganismos que aceleran la desintegración, es decir, bolsas que continuarán siendo desechables sin retar la cultura actual de consumo desmedido y generación de residuos. |

| | |
|---|--|
| 7. Elimina otros plásticos de un solo uso (más allá de envases) | En esta pregunta el puntaje asignado por los grupos focales fue de 3.8, dado que únicamente reportaron que se encuentran descatalogando artículos desechables como popotes, vasos y platos que no son 100% biodegradables, lo cual mantiene su postura dentro de las falsas soluciones. |
| 8. Transparenta su huella plástica y medidas para reducirla | La puntuación a esta pregunta fue de 2.5, dado si bien no han hecho públicos los datos de su huella plástica, accedieron a responder el cuestionario, Sin embargo, las respuestas proveídas fueron vagas y generales, sin entrar en detalles que permitan conocer de mejor manera las medidas que Súper Willy's está implementando para efectivamente reducir su uso de plásticos. Además de esto, no respondieron nuestra petición de información complementaria. |
| 9. Trabaja con proveedores para eliminar plásticos | El puntaje para esta pregunta fue de 1.8, dado que no reportaron estar trabajando con sus proveedores para eliminar los plásticos. Únicamente mencionaron que sus proveedores se encuentran participando en las campañas para reducir el consumo de bolsas plásticas de un solo uso, pero no informaron de qué manera. |
| 10. Fomenta envases 100% reciclables | El puntaje a esta pregunta fue de 0.7, ya que reportaron que no realizan auditorías de los productos que les entregan sus proveedores y mencionaron que dan un acceso privilegiado para catalogación y mayores espacios en anaqueles a productos desechables que sean 100% biodegradables. Es decir, no fomentan envases reciclables y continúan privilegiando artículos desechables biodegradables. |

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas proveídas por Súper Willy's en el cuestionario para supermercados.

Abarrotes Dunosusa 2.4

Abarrotes Dunosusa obtuvo una nota final de 2.7 y una nota ajustada de 2.4, puntuaciones sumamente bajas que indican la necesidad de cambios significativos para caminar hacia una verdadera eliminación de los plásticos de un solo uso. El cuadro 11 muestra un análisis detrás de los puntajes obtenidos por esta cadena de supermercados.

Cuadro 11. Ficha Abarrotes Dunosusa

| PREGUNTA | ANÁLISIS CUALITATIVO |
|---|---|
| 1. Plan para la eliminación de plásticos de un solo uso para 2025 | Abarrotes Dunosusa obtuvo en esta pregunta un puntaje de 6.9. El cual refleja algunas de las medidas que se encuentran impulsando para reducir el uso de ciertos productos plásticos. Reportaron que antes de finalizar el año dejarán de utilizar unicelel en piso de venta y el usado para empacar frutas y verduras. Sin embargo, reportaron algunas falsas soluciones como parte de este plan, como es el caso de la sustitución de las bolsas plásticas por bolsas biodegradables y desechables plásticos por desechables hechos de ácido poliláctico, fécula de maíz, coco y bambú. |
| 2. Fomenta los envases reutilizables | La puntuación obtenida en este pregunta fue de 5.4, una puntuación baja dado que no reportaron ninguna actividad para fomentar el uso de envases reutilizables, únicamente reportaron la eliminación de empaques en tarimas por fundas reutilizables; una medida que se encuentra en fase piloto y que esperan implementar al 100% en mayo 2020. |
| 3. No fomenta falsas soluciones | La puntuación en este rubro fue de 4.6, dado que la mayor parte de las medidas que promueven para reducir el uso de plásticos son falsas soluciones orientadas a la sustitución del plástico por otros materiales de igual forma desechables, como cartón y ácido poliláctico. |
| 4. Cero plásticos en fruta y verdura | El puntaje asignado a este pregunta fue de 3.2, ya que si bien están trabajando para eliminar el uso de unicelel, le apuestan a la falsa solución de sustituir este material por bandejas hechas de ácido poliláctico y cartón, que continuarán siendo desechables. |
| 5. Fomenta la venta a granel | Su formato no contempla la venta a granel. |
| 6. Elimina bolsas de un solo uso | El puntaje asignado a esta pregunta fue de 1.8, ya que si bien les han asignado un costo para desincentivar su uso y lanzado comunicados en medios hacia esta misma dirección, continúan ofreciendo bolsas plásticas de un solo uso. |

| | |
|---|---|
| 7. Elimina otros plásticos de un solo uso (más allá de envases) | La puntuación obtenida en este rubro fue de 2.3, ya que la medida que reportaron en realidad no elimina los productos de un solo uso, sino más bien sólo sustituye aquellos que son de plástico por otros de ácido poliláctico. |
| 8. Transparenta su huella plástica y medidas para reducirla | La puntuación aquí fue de 2, ya que si bien accedieron a compartir información con Greenpeace, no cuentan con la medición de su huella plástica y las respuestas dadas al cuestionario de supermercados son muy breves y generales, lo que no nos permite conocer realmente lo que se encuentra realizando la cadena. |
| 9. Trabaja con proveedores para eliminar plásticos | La puntuación obtenida en esta pregunta fue de 0.6, ya que no reportaron estar trabajando en la actualidad con sus proveedores para eliminar los plásticos, únicamente mencionaron estar transitando hacia compostables, una falsa solución. |
| 10. Fomenta envases 100% reciclables | Aquí, el puntaje obtenido fue de 0.2, ya que no se encuentran realizando ninguna medida hacia el fomento de envases 100% reciclables. |

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas proveídas por Abarrotes Dunosusa en el cuestionario para supermercados.

La Misión 2

La Misión obtuvo una nota final de 1.8 y una nota ajustada de 2, obteniendo los puntajes más bajos entre las 10 cadenas de supermercados que accedieron a compartir información con Greenpeace sobre su huella plástica. Si bien es importante la transparencia, La Misión carece aún de medidas realmente efectivas para reducir los plásticos de un solo uso. El cuadro 12 presenta el análisis correspondiente a sus resultados.

Cuadro 12. Ficha La Misión

| PREGUNTA | ANÁLISIS CUALITATIVO | | |
|---|---|--|---|
| 1. Plan para la eliminación de plásticos de un solo uso para 2025 | La puntuación que La Misión obtuvo en esta pregunta fue de 4.8, ya que reportaron no contar con un plan específico para la eliminación de plásticos de un solo uso, más allá de la promoción de bolsas reutilizables y de la planeación de descuentos (a implementar hacia finales de 2019) a los clientes que lleven a la tienda sus propias bolsas. | 7. Elimina otros plásticos de un solo uso (más allá de envases) | La puntuación obtenida en este rubro fue de 3.9, uno de los más altos para La Misión, gracias a su medida de eliminar el uso de cubiertos desechables en sus cafeterías y sustituirlos por cubiertos de aluminio reutilizables. |
| 2. Fomenta los envases reutilizables | El puntaje obtenido en esta pregunta fue de 0, dado que reportaron no contar con ningún plan o medida en este rubro. | 8. Transparenta su huella plástica y medidas para reducirla | La puntuación aquí fue de 1.6, dado que aunque decidieron ser transparentes y compartir información de sus acciones a través del cuestionario, no cuentan con la medición de su huella plástica. |
| 3. No fomenta falsas soluciones | 1.5 fue la puntuación obtenida en esta pregunta. El puntaje es bajo porque aunque no refieren en su reporte a la apuesta por falsas soluciones, cuentan todavía con muy pocas medidas o planes para hacerle frente al problema del excesivo uso de los plásticos de un solo uso. | 9. Trabaja con proveedores para eliminar plásticos | La Misión obtuvo un puntaje de 0 puntos en esta pregunta dado que reportaron no contar con ningún plan de trabajo con proveedores. |
| 4. Cero plásticos en fruta y verdura | El puntaje aquí fue de 3.8, dado que La Misión únicamente reportó el plan de introducir hacia finales de 2019 bolsas de malla para empacar frutas y verduras a granel, pero no proveyeron más información sobre si dejarán de tener frutas y verduras en exhibición empacadas en plástico o si dejará de estar disponible la bolsa plástica de un solo uso. | 10. Fomenta envases 100% reciclables | El puntaje obtenido en esta pregunta fue de 0.2, dado que no reportaron ninguna medida para fomentar envases 100% reciclables. |
| 5. Fomenta la venta a granel | El puntaje obtenido en esta pregunta fue de 0, dado que reportaron no contar con ningún plan o medida en este rubro. | Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas proveídas por La Misión en el cuestionario para supermercados. | |
| 6. Elimina bolsas de un solo uso | La puntuación a esta pregunta fue de 1.7, dado que únicamente reportaron como medida en este rubro los descuentos que planean hacer a los clientes que lleven a tienda sus propias bolsas reutilizables, pero no brindaron más información sobre si seguirán dando o no la bolsa plástica. | | |

1 Greenpeace México, Centro para la Diversidad Biológica. 2019. Estudio sobre el Impacto de la contaminación por microplásticos en peces de México. Disponible en: https://storage.googleapis.com/planet4-mexico-stateless/2019/10/01f918b5-estudio-sobre-el-impacto-de-la-contaminacion-por-microplasticos-en-peces-de-mexico.pdf?_ga=2.81123679.935391633.1572120418-1598701673.1564077722

2 Greenpeace México, Alianza México sin Plástico. 2019. Reciclar, La falacia de la Industria en la lucha contra la contaminación plástica. Estado de reciclaje en México. Disponible en: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2617486/Greenpeace/templates/pages/alianza/estado-del-reciclaje-reporte-completo.pdf>

3 Para más información sobre falsas soluciones véase Greenpeace. 2019. Tirando el futuro: Las empresas ofrecen falsas soluciones a la contaminación por plásticos. Disponible en: https://storage.googleapis.com/planet4-mexico-stateless/2019/10/b660803a-fs-report-spanish.pdf?_ga=2.111014349.935391633.1572120418-1598701673.1564077722

4 Esta solicitud de información se hizo bajo la premisa de que la transparencia de las empresas, incluidos los supermercados, es necesaria para que los consumidores puedan "acceder a información adecuada que les permita hacer decisiones bien fundadas conforme a sus deseos y necesidades de cada cual", acorde a lo previsto en las Directrices para la Protección del Consumidor de las Naciones Unidas, además de que dentro de los principios básicos de las relaciones de consumo se encuentra el "otorgamiento de información y de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos", de acuerdo a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

5 Algunas cadenas compartieron con nosotros documentos adicionales y ligas para acceder a sus páginas web o redes sociales donde exponen algunas de sus medidas para reducir el uso de plásticos. Si bien el cuestionario es la base de la metodología del Ranking, dicha información adicional fue considerada en el análisis cualitativo vertido en las fichas individuales por supermercado presentadas hacia el final de este informe.

6 Cabe mencionar que la información se solicitó al nivel de la cadena de supermercado, es decir, incluyendo en esta misma a los diferentes formatos de tiendas que la componen. A modo ilustrativo, presentamos el ejemplo de la cadena de supermercados de Soriana, la cual incluye sus diferentes formatos como Soriana Hiper, Soriana Súper, Soriana Mercado, Soriana Express, Mega, City Club, Súper City, etc.

7 Las 17 cadenas de supermercados que decidieron no responder el cuestionario presentaron diversas razones al momento de tomar esta decisión, algunas alegaron falta de tiempo por su carga de trabajo habitual, otras no le otorgaron importancia a nuestra petición y cortaron la comunicación con nosotros sin dar una respuesta final, otras se comprometieron a enviar el cuestionario pero no lo hicieron, mientras que algunas más por orden directa de sus mandos decidieron no responder las preguntas.

8 La nota ajustada se obtuvo a través de la división de las 10 cadenas de supermercados que respondieron el cuestionario en tres grupos a partir de su número de sucursales: 1) De 1 a 999 sucursales, 2) De 1000 a 2000 tiendas, 3) Más de 2000 sucursales. A la nota final del primer grupo se le hizo un ajuste de más 10%, a la del segundo grupo de menos 10% y al tercer grupo de menos 15%. Si bien consideramos que un supermercado con un menor número de sucursales posee ventajas a la hora de implementar nuevas medidas, aquellos supermercados con un mayor número de sucursales (arriba de 1000) y por tanto con una mayor presencia en el país, tienen una mayor responsabilidad en hacer frente al problema de la contaminación plástica. Lo anterior debido a su mayor impacto en la sociedad mexicana, influencia política y económica y capacidad para promover cambios, incluso cambios que vayan más allá de sus establecimientos, como que las marcas que fungen como sus proveedores se sumen a la revolución del reúso y amplifiquen el impacto de la reducción en el uso de plásticos.

Anexo 1. Cuestionario para supermercados

1. ¿Su cadena de supermercados posee una hoja de ruta (un plan) con fechas y acciones concretas a desarrollar para reducir los plásticos de un solo uso de sus productos y establecimientos mediante la eliminación progresiva de los mismos?
2. ¿Su cadena de supermercados posee planes para invertir en envases reutilizables y en nuevos sistemas de distribución de productos que permitan reducir la cantidad de envases de un solo uso empleados para sus productos?
3. ¿Su cadena de supermercados se basa en estrategias que van más allá del reciclaje para resolver el problema (contaminación por plásticos)? ¿Qué estrategias desarrolla o planea para resolver este problema? Este punto resalta la importancia de ir más allá de la cultura del usar y tirar para promover una nueva cultura que favorezca la reducción de la misma producción de plásticos (enfrentar el problema desde el origen) y la reutilización de todos los productos.
4. ¿Su cadena de supermercados posee planes concretos para eliminar los envases de un solo uso en fruta y verdura de forma progresiva?
5. ¿Su cadena de supermercados posee planes concretos o acciones ya en ejecución para aumentar su venta a granel? ¿Su cadena de supermercados posee planes para fomentar el consumo de productos a granel en sus establecimientos, y el uso de objetos reutilizables?
6. ¿Su cadena de supermercados posee planes concretos o acciones ya en ejecución para eliminar las bolsas de un solo uso de sus establecimientos, tanto en caja como en departamento?
7. ¿Su cadena de supermercados posee planes para eliminar objetos de un solo uso no reciclables como cubiertos, platos, o popotes?
8. ¿Su cadena de supermercados ha hecho públicos o pretende hacer públicos los datos de consumo de plástico en sus productos y establecimientos para ser transparente sobre su huella plástica?
9. ¿Su cadena de supermercados posee planes para trabajar y/o acciones ya implementadas con los proveedores de productos que no son de marca propia con el objetivo de reducir los plásticos de un solo uso de la cadena de distribución? (especificar si son proveedores de fruta y verdura u otros)
10. ¿Su cadena de supermercados posee planes para eliminar todos los envases que no sean 100% reciclables de sus establecimientos? (nos referimos a que en la práctica sea realmente reciclable, no a que únicamente tenga el punto verde).