Campaña de Información para Reducir el Uso de Bolsas Plásticas en Supermercados en México

Investigadores/as:

Alberto Chong

Dean Karlan

Jeremy Shapiro

Jonathan Zinman

Sector(s): Environment & Energy

Fieldwork: Innovations for Poverty Action (IPA)

Ubicación: Mexico City

Muestra: 199 supermercados en todo México

Grupo objetivo: Urban population

Resultado de interés: Recycling and plastics

Tipo de intervención: Information

Socios Implementadores: Commercial Mexicana, Inter-American Development Bank (IDB)

Problema de política pública

Entre 500 billones y un trillón de bolsas plásticas son usadas globalmente cada año. Se ha documentado que todas estas bolsas tienen un impacto negativo en el medio ambiente. Hechas a base de petróleo, las bolsas plásticas son una amenaza al ecosistema cuando son desechadas ya que pueden ser ingeridas por animales terrestres o marinos, o bien dejar toxinas en el medio ambiente a medida que se descomponen. La mayoría de bolsas sólo se usan una vez y terminan como basura o desecho. Los gobiernos en varios países han adoptado medidas que prohíben el uso de bolsas no-degradables o han impuesto tarifas por su uso para reducir la demanda de bolsas. Los efectos de estas políticas son, hasta el momento, mixtos. Una pregunta clave en esta área de estudio es entender cómo los consumidores responden a campañas informativas y a regulaciones del gobierno. Sin embargo, a la fecha, existen pocos estudios que han investigado la efectividad de estas estrategias, particularmente en relación a bolsas plásticas que se usan solamente una vez.

Contexto de la evaluación

La Ciudad de México consume un estimado de 20 millones de bolsas por día. En 2009, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal de México prohibió el uso de bolsas plásticas no-biodegradables y empezó a multar a las tiendas que entregaban bolsas plásticas gratuitamente. Aunque el uso de bolsas biodegradables es mejor que usar bolsas que no lo son, estudios de ciclo de vida sugieren que la mejor opción para minimizar el impacto ambiental es usar bolsas reutilizables.



Photo: Anton_Ivanov | Shutterstock.com

Detalles de la intervención

Durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2010, los investigadores unieron esfuerzos con la compañía de supermercados mexicana Comercial Mexicana, para estudiar el impacto de diferentes estrategias de comunicación en sus tiendas. Un total de 199 supermercados participaron en el estudio: 130 recibieron una campaña informativa mientras que 69 sirvieron como grupo de comparación. Se evaluaron dos diferentes tipos de mensajes: uno comunicaba el impacto ambiental de las bolsas plásticas y el otro comunicaba la importancia de cuidar para generaciones futuras. Estos mensajes fueron diseminados aleatoriamente usando dos medios diferentes: banners o pósters graficos en ubicaciones claves en los supermercados o a través del sistema de audio de los supermercados cada 15 minutos. Los investigadores midieron los efectos de estas campañas en 1) el consumo de bolsas plásticas en la caja de pago y 2) la venta de bolsas reutilizables.

Resultados y lecciones de la política pública

Resultados por definir.

---

1. National Geographic. “Are plastic bags sacking the environment?” September 2, 2003. Retrieved March 25, 2015: http://news.nationalgeographic.com/news/2003/09/0902_030902_plasticbags.html

2. European Commission. “Plastic Waste: Ecological and Human Health Impacts.” November 2011. Retrieved March 25, 2015: http://ec.europa.eu/environment/integration/research/newsalert/pdf/IR1_en.pdf

3. Chong, Alberto, ed. Development connections: Unveiling the impact of new information technologies. Palgrave Macmillan, 2011.