

Ayer, Oceana instaló una caja de 27 metros cúbicos en la explanada del Palacio de Bellas Artes para generar conciencia sobre la contaminación por plásticos innecesarios.



Necesaria, opción sin plástico

#ComercioElectrónico

INDIGO STAFF

Oceana dio a conocer que la mayoría de clientes de comercios electrónicos considera necesaria la opción de que las empresas habiliten una opción para enviar los productos sin plástico, además de la disposición para pagar un cargo extra en caso de requerir el envoltorio.

De acuerdo con una encuesta realizada por P Studios, 97 por ciento de habitantes de la Ciudad de México están de acuerdo con que las empresas de comercio electrónico acaten las regulaciones sobre plástico que aplican a otros comercios.

Además, 90 por ciento considera que las compañías deberían dar alternativas a sus consumidores para elegir envíos sin plásticos, mientras 74 por ciento está de acuerdo con que se cobre un impuesto por la contaminación que generan.

“Los gobiernos destinan recursos públicos para la gestión de los residuos, si se regulara el plástico innecesario ese di-

Usuarios del comercio electrónico consideran que las empresas deben activar una herramienta para pedir envíos sin plástico o cobrar un cargo extra por hacer uso de ellos

nero podría utilizarse en proyectos sociales y ambientales”, señaló en un comunicado Nick Leopold, gerente de Océanos sin plásticos de Oceana México.

Con el fin de generar conciencia sobre el plástico innecesario que se utiliza para envolver los productos que se compran a través del comercio electrónico, Oceana expuso una instalación en la explanada del Palacio de Bellas Artes: una caja gigante llena de plásticos.

La instalación, de 27 metros cúbicos, se colocó con la intención de que la ciudadanía reflexione sobre la cantidad de plásticos innecesarios que se utilizan en los envíos, tome decisiones de compra informadas y pida a la jefa de Gobierno de la Ciudad de México,



Escanea el QR

para sumarte a la campaña de creación de legislaciones para regular el uso indiscriminado de los plásticos en el comercio electrónico que impulsa Oceana

Claudia Sheinbaum, que regule este material.

En su último reporte, Oceana reveló que Amazon generó aproximadamente 321.5 millones de kilos de desechos plásticos en

2021, lo que representa un aumento de 18 por ciento de plástico con respecto a 2020, el cual equivale a dar la vuelta a la Tierra más de 800 veces con las almohadillas de aire de los envíos.

Por su parte, el comercio electrónico en México generó 10 millones de kilogramos de basura plástica por empaquetado durante el año pasado, de acuerdo con el reporte *Plástico y comercio electrónico, una crisis que la CDMX puede resolver*, dado a conocer por Oceana en octubre pasado.

En noviembre pasado, Nick Leopold señaló que la problemática de los plásticos no solo conlleva temas de infraestructura, también tiene consecuencias en la salud de las personas.

“Hay que recordar que estos plásticos tienen la tendencia a fragmentarse más o menos en 12 horas en microplásticos, por lo cual, luego de llegar al relleno sanitario los levanta el aire y empiezan a contaminar nuestros ríos, nuestros bosques, incluso nuestra salud cuando los respiramos”.

Un estudio realizado entre investigadores y la Secretaría

En países como Alemania e India se ha prohibido el uso de plástico en el comercio electrónico. Las empresas se han adaptado a las legislaciones y ofrecen alternativas de envíos sin plásticos a sus consumidores, lo que demuestra que es posible dejar de usar plásticos innecesarios”

Nick Leopold

Gerente de Océanos sin plásticos de Oceana en México

del Medio Ambiente (Sedema) revela que en la Ciudad de México los habitantes inhalan alrededor de 900 piezas de microplásticos al año.