



**MILLION**  
**ACTS OF BLUE**

**UN MANUAL DE  
HERRAMIENTAS PARA UN  
FUTURO SIN PLÁSTICO**

ACCIÓN

**#3**

**Haz que los supermercados  
no usen plástico**

# ¡GRACIAS POR DESCARGAR UN MILLÓN DE ACTOS AZULES:

UN MANUAL DE HERRAMIENTAS ¡PARA UN FUTURO SIN PLÁSTICO!

**LA CONTAMINACIÓN  
PLÁSTICA ESTÁ EN  
TODAS PARTES,  
Y ¡TODOS DEBEMOS  
AFRONTARLA!**

Todos y todas hemos visto imágenes desgarradoras de playas cubiertas de desechos plásticos y de animales con plástico en sus estómagos. Es fácil sentirse abrumado y frustrado porque en nuestra vida cotidiana estamos rodeados de productos de plástico de un solo uso y no tenemos otras alternativas. Nuestros esfuerzos por reducir nuestra huella de plástico y reciclarlo son admirables e importantes, pero, a menudo, nos imponen popotes, bolsas, botellas y envases de plástico antes de que tengamos oportunidad de rechazarlos; también a veces necesitamos productos que sólo se ofrecen en paquetes de plástico. **Somos una máquina descompuesta, atascada con plástico, ¡y las personas que la controlan no la apagarán!** La buena noticia es que juntos podemos arreglarlo. Y este es el plan:

Greenpeace, junto con muchas otras organizaciones del movimiento #BreakFreeFromPlastic, está realizando una campaña mundial para detener el problema de la contaminación por plástico desde su origen: las empresas que lo producen y los gobiernos que no regulan dicha producción.

**CREEMOS EN UN  
MUNDO LIBRE DE  
PLÁSTICOS DE UN  
SOLO USO,  
Y ESTAMOS  
UNIDOS PARA  
CONSTRUIRLO.**

Hay un movimiento cada vez más grande de personas que rechazan la vieja narrativa de que los plásticos desechables son inevitables y que depende de cada individuo hacer cambios en sus vidas diarias para resolver la epidemia de plástico. En cambio, **nos estamos uniendo a través de «Un millón de actos azules» en defensa de nuestro hermoso planeta azul, para generar el verdadero cambio que necesitamos para asegurar un futuro libre de plagas, uno más saludable para nuestras familias, para nuestras comunidades y para las especies que llaman «hogar» a este planeta.** Estamos responsabilizando a las compañías, instando a los gobiernos a tomar medidas enérgicas y defendiendo un estilo de vida que nos reconecte entre nosotros y con la belleza del planeta que queremos proteger.

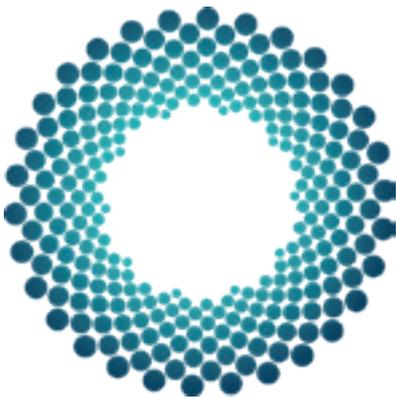
**¿QUÉ ES UN  
ACTO AZUL?**

Cambiamos el rumbo de la contaminación plástica tomando medidas que, en primer lugar, eviten la producción de plástico de un solo uso. Inspirados en el amor por nuestro increíble planeta azul y en la necesidad urgente de proteger nuestros océanos, cursos de agua, paisajes y comunidades.

**Nos alegra que te hayas unido y queremos apoyarte en el cambio que harás en tu espacio del mundo.**



## HAZ QUE LOS SUPERMERCADOS NO USEN PLÁSTICO



Los supermercados, grandes y pequeños, son un punto de venta de plásticos de un solo uso. En la mayoría de las tiendas de abarrotes o bodegas, es casi imposible evitar los productos en envases de plástico, lo que dificulta la elección de productos libres de plástico. Estamos condicionados a pensar que nuestras frutas y verduras deben ser envueltas en plástico por razones sanitarias y de protección y, a pesar de que la naturaleza ya pensó en eso, de todas formas lavamos nuestros productos antes de comerlos. Aunque muchas personas se han unido al movimiento de traer su propia bolsa, las bolsas de plástico de un solo uso siguen presentes en los pasillos y cajas de todo el mundo; y ése es sólo un ejemplo de los numerosos artículos de plástico de un solo uso que se ofrecen.

Para muchas personas ya es suficiente y están pidiendo no solo pasillos libres de plástico, sino también experiencias de compra sin plástico. Los mercados de cero residuos están apareciendo en todo el mundo y, recientemente, una importante cadena de supermercados en el Reino Unido e Islandia prometió dejar de envolver los productos de su propia marca en plásticos de un solo uso. Cada vez más empresas ofrecen sus bebidas o productos en contenedores reutilizables o recargables; y los alimentos a granel están comenzando a resurgir. Se están logrando progresos, pero **necesitamos que las principales cadenas de supermercados y otros almacenes actúen para reducir su huella de plástico y producir la escala de cambio necesaria.**

Los gerentes y ejecutivos de supermercados están constantemente escuchando lo que sus clientes hacen y lo



que no quieren. Si compartes tu deseo de un supermercado libre de plásticos, puedes ayudar a proporcionar el incentivo necesario para avanzar en la dirección correcta.

Puedes influir de muchas maneras diferentes en tu tienda de abarrotes local o en una importante cadena de supermercados. Puedes enviarle un correo electrónico al gerente o al CEO, entregar personalmente una carta al gerente de la tienda o en la sede central de la compañía, programar una reunión con el gerente o un ejecutivo de la compañía, enviar un mensaje a través de las redes sociales etiquetándolos o, si no quieren recibir tu solicitud, puedes aumentar la presión sobre ellos iniciando una petición o visitando una tienda para tomar acción directa.

## ¿Qué queremos que hagan los supermercados?

1. Crear una política de reducción de plástico de un solo uso y un plan de transición que incluya consideraciones de responsabilidad social.
2. Eliminar gradualmente los envases de plástico de un solo uso, por ejemplo, bolsas de plástico, productos como botellas, bolsitas, etc.
3. Invertir en envases reutilizables y nuevos sistemas de entrega.
4. Extender la responsabilidad del productor, es decir, que asuma la responsabilidad total (social y ambiental) y que exija lo mismo a los proveedores durante todo el ciclo de vida del producto y de su embalaje.
5. Aumentar la transparencia midiendo y reportando la reducción de plásticos y la producción de desechos, así como sometiéndose a auditorías.



## Comienza

Una vez que hayas determinado la tienda local o la cadena de supermercados que deseas cambiar, necesitarás investigar en Internet o en la tienda quiénes son los que toman las decisiones. Con quien hables dependerá del tamaño y estilo de la cadena. Si se trata de una tienda independiente pequeña, posiblemente puedas hablar directamente con el propietario, mientras que para una cadena grande, puedes dirigirte al gerente de la tienda en un inicio y esperar para involucrar al CEO si el gerente no parece interesado en tomar acciones. Una búsqueda en Internet a menudo puede proporcionar la información necesaria, pero las direcciones de correo electrónico no siempre están disponibles, por lo que puedes usar la dirección de correo electrónico para solicitar el nombre y la información de contacto de la persona adecuada. También puedes llamar o visitar una tienda para determinar quién está a cargo.

## Envía un correo electrónico o escribe una carta

Ya sea que envíes un correo electrónico o que escribas una carta, lo más importante es tener claro lo que estás solicitando. ¿Estás escribiendo para solicitar una reunión? ¿Estás escribiendo para expresar tu preocupación e instar a la acción? ¿Estás escribiendo para conocer la política de la tienda sobre la reducción de plástico y residuos de un solo uso? ¿Todas las anteriores? Las cartas más efectivas no sólo expresan preocupación, sino que también solicitan una respuesta de alguna forma para ayudar a reunir información y comenzar un diálogo.

## Aquí hay algunos lineamientos para un correo electrónico o para una carta

- ¿Por qué estás enviando el correo electrónico?
- ¿Cuál es tu preocupación o cuál es el problema?
- ¿Qué propones que haga la empresa al respecto?
- ¿Cómo puede abordar tu preocupación la empresa?
- Agradéceles por su atención a este asunto.



## ¿Cuál es tu preocupación o cuál es el problema?

Si deseas utilizar algunos datos sobre la contaminación del plástico para ayudar a informar a tu contacto sobre la urgencia de la situación y sobre su papel para ayudar a resolverla, puedes consultar la hoja informativa que se encuentra [aquí](#). Incluso puedes encontrar información en línea sobre cuánto desperdicio produjo la compañía o cualquier estadística, dependiendo de si un informe de responsabilidad social corporativa se publica anualmente o si una organización ambiental ya ha realizado alguna revisión. De no ser así, esas son preguntas que puedes hacer en tu correo electrónico, carta o entrevista en persona.

## ¿Qué propones que haga la empresa al respecto?

Aquí es donde harás una pregunta específica o una serie de preguntas a la compañía. ¿Qué puede hacer la empresa para abordar el problema de la contaminación plástica? ¿Qué puede hacer específicamente la persona a la que le estás escribiendo? Los supermercados pueden tomar varias medidas inmediatas para reducir su dependencia y ventas de plástico de un solo uso. Las preguntas se detallaron anteriormente y puedes encontrar algunos [mensajes clave](#) aquí que te ayuden a proporcionar contexto. Para un correo electrónico o una carta inicial, es importante proporcionar suficiente información para inspirar a las personas a actuar y, a la vez, no proporcionar tanta como para abrumarlas. Recuerda que la persona a la que estás contactando tiene muchas responsabilidades que atender, al igual que todos, por lo que ser cortés y conciso puede ser muy útil.

## ¿Cómo puede abordar tu preocupación la empresa?

Esta es la parte del correo electrónico o carta en la que solicitarás reunirte con ellos para analizar el asunto más a fondo y solicitarles sus planes para abordar el problema. Si el correo electrónico o carta es para un CEO, tal vez no sea inmediatamente posible tener una reunión, pero no está de más preguntar. Y si no obtienes una respuesta, ¡no te rindas, tu persistencia puede dar resultados!



## Entregando una carta

Si es que no recibes una respuesta o ésta no aborda tus inquietudes, una forma de dar el siguiente paso es visitar la tienda. Y cuando se trata de llamar la atención de una empresa, presentarse en persona suele ser la mejor opción. Pasa por la tienda y pregunta por el gerente. Si éste no está disponible y deseas dejar tu carta, asegúrate de que tu información de contacto esté en la carta, también solicita la dirección de correo electrónico de la persona para que puedas hacer un seguimiento y asegurarte de que la recibió.

## Concertación y preparación para una reunión

**Lo primero es lo primero, haz una cita.** Los gerentes de las tiendas y los ejecutivos de la compañía son personas ocupadas, así que solicita una cita para que tengan tiempo de hablar contigo. Una vez que la reunión esté asegurada, **prepara lo que quieres decir.** Asegúrate de tener cualquier información de respaldo a la que puedas recurrir si es necesario. Te sentirás más cómodo si anotas algunos puntos clave que te gustaría tratar, así como preguntas que te gustaría hacer. Brindar suficiente contexto a la persona con la que te estás reuniendo siempre es una buena idea para que pueda obtener una comprensión clara del asunto que te gustaría tratar. Procura **que tus peticiones sean claras.** Prepárate para terminar la reunión cuando hayas expuesto el asunto y determínalo de antemano. **Evita soluciones falsas y temas escabrosos.** No trates de hablar sobre cosas que no tienes claras. Es fácil cometer ese error, pero no hay nada de malo en decir que investigarás algo y que después responderás. Las soluciones falsas, como las que se encuentran [aquí](#), pueden ser algo que la persona con la que te estás reuniendo haya considerado hacer o de lo que haya oído hablar, así que ten claras las soluciones desde tu punto de vista y evita otras.

**Sé consciente de tu lenguaje corporal y tono.** Ser genuino, justo y de mente abierta puede ayudarte a generar confianza y simpatía, así como a relajar a la otra parte si es que se siente nerviosa. No seas demasiado formal, pero sé profesional. Dirígete como a cualquier persona y respeta su espacio para



hablar. Hacer preguntas y ser contemplativo es importante para construir una buena relación. Puede ser que la persona con la que estás hablando no tenga todas las respuestas ni toda la capacidad de tomar decisiones, así que ten en cuenta lo que esa persona aporte a la conversación. **Una vez que hayan tenido la reunión**, escribe una nota de agradecimiento o un correo electrónico y recapitula los compromisos adquiridos o los próximos pasos. Incluso si la reunión no fue como tú esperabas, éste es un paso importante en la construcción de una buena relación, crearás un diálogo y le mostrarás a la persona que respetas su tiempo, incluso si no estás de acuerdo con sus decisiones de comprar plásticos de un solo uso.

## Crea una petición

Hay varias herramientas que se pueden usar para crear una petición. A continuación, enumeraremos algunas de las más populares y te daremos consejos sobre cómo hacer que tu petición sea exitosa. Al igual que escribir una carta o correo electrónico eficaz, asegúrate de que lo que deseas que haga la empresa sea claro, para ello, aprovecha las preguntas descritas anteriormente. Para las peticiones, dirígete al CEO o al dueño de la tienda local, suele ser una excelente manera de llamar la atención de la empresa. Una vez que la hayas creado, asegúrate de compartirla ampliamente en las redes sociales y solicita a tus amigos que hagan lo mismo. Una vez que tenga un número sólido de firmas, piensa cómo entregarás la petición. Hay muchas maneras de hacerlo: por correo electrónico, imprimiendo las firmas e incluyéndolas en un paquete para entregar o que enviarás por correo; o en combinación con una visita a la tienda con otras personas interesadas para así generar una atención mayor.

[www.usatupoder.org](http://www.usatupoder.org)

[www.change.org/start-a-petition](http://www.change.org/start-a-petition)

[www.thepetitionsite.com/create-a-petition.html](http://www.thepetitionsite.com/create-a-petition.html)

[www.ipetitions.com/](http://www.ipetitions.com/)

## Usa las redes sociales

Con las compras en línea y la popularidad de las redes sociales, muchas empresas están contactando a sus clientes en línea.



Una forma de llamar su atención es publicar una pregunta o invitación a una acción en las redes sociales y etiquetando a la empresa que deseas que tome medidas. Ya sea a través de un mensaje de Twitter, una publicación de Instagram o de Facebook. Es muy importante aclarar lo que la empresa está haciendo mal y lo que puede hacer, dicha tarea es más fácil en Facebook, ya que en Twitter los caracteres son limitados. Una imagen vale más que mil palabras, así que si estás en tu tienda local, mirando fijamente un plástico de un solo uso, toma una foto al momento y compártela en las redes sociales etiquetando a la empresa con tu pregunta. ¡Asegúrate de etiquetarlo con #BreakFreeFromPlastic!

## Emprende alguna acción en las tiendas

Si te comunicaste con la empresa, intentaste o lograste reunirte con ellos y aún no ves el compromiso de actuar de parte de ellos, tomar acción directa puede ser una opción efectiva. Únete a Greenwire o ponte en contacto con nosotros en [ceroplasticos.mx@greenpeace.org](mailto:ceroplasticos.mx@greenpeace.org) para obtener más información sobre cómo puedes obtener la atención de una empresa o cómo apoyar las campañas de Greenpeace centradas en los supermercados en diferentes países.

### ¿Has visto progreso en tu supermercado? ¡Fantástico!

- **¡Manténnos informados!** Envíanos información sobre los resultados a [ceroplastico.mx@greenpeace.org](mailto:ceroplastico.mx@greenpeace.org)
- **¡Corre la voz en redes sociales!** Comparte cualquier compromiso o desarrollo positivo realizado por tu supermercado y agrega los hashtags #MillionActsofBlue #BreakFreeFromPlastic y #YosinPlásticos.
- **¡Aborda otra sección del manual de herramientas!** ¿Están inspirados como para hacer más? ¡Descarguen otra sección y manténgannos al tanto de cómo podemos apoyarlos en otro Acto Azul!

### Otros grupos que toman medidas sobre el plástico

Conoce a nuestros aliados en el movimiento en [www.breakfreefromplastic.org/](http://www.breakfreefromplastic.org/)

Créditos de Foto: © Dennis Reher, Fred Dott, Peter Caton, Mitja Kobal, Argelia Zacatzi, Greenpeace

# GREENPEACE