



Con ayuda de la tecnología, el comercio electrónico o eCommerce ha avanzado rápidamente en México y muchos otros lugares del mundo, dando paso a la expansión comercial de diferentes productos y servicios y a la satisfacción de una cartera de clientes que ha encontrado en éste una alternativa ante la falta de tiempo o interés para acudir directamente a los establecimientos. Pero, de igual forma, con este tipo de comercio también han aumentado algunas problemáticas ambientales.



La pandemia de covid-19 fue el gran empujón que este mercado esperaba para acelerar su desarrollo en nuestro país, pues situaciones como el encierro y las restricciones derivadas de ella provocaron que las personas vieran en el eCommerce la alternativa para satisfacer diversas necesidades sin salir de casa, representando ahora uno de los modelos de negocio permanentes con mayor crecimiento.

Si bien en nuestro país aún no se cuenta con una base de datos o registro oficial en materia de comercio electrónico, diferentes análisis y estadísticas colocan a México como uno de los nichos más importantes en Latinoamérica para esta actividad.

De acuerdo con la generadora alemana de estadísticas Statista, a lo largo de este año, más del 54% de la población ha adquirido bienes o servicios en línea y se estima que dicha tendencia continúe en aumento en los próximos años, alcanzando el 60% de penetración para 2025.

El valor que el comercio electrónico aporta al consumidor, fundamentado principalmente en la practicidad, la rapidez y la comodidad de hacerlo desde cualquier lugar, entre otras características, cobra al medio ambiente el costo de un aire más

contaminado, mayor congestión urbana, mayor uso de recursos, más emisiones de CO2 en favor del calentamiento global y, sobre todo, mayor acumulación de residuos, como papel, cartón y plásticos, lo que comprende un impacto ambiental poco considerado por los compradores.

Ayer, representantes de Oceana, la organización internacional más destacada en el ámbito de la protección de los océanos,

acudieron al Congreso de la Ciudad de México, en representación de más de 16 mil personas que exigen la regulación de los plásticos desechables generados por el comercio electrónico, toda vez que, aseguraron, sólo en 2021 la Ciudad de México generó 86 mil toneladas de basura plástica, es decir, aproximadamente 29 camiones de basura llenos de plástico al día, derivado sólo del comercio electrónico.

Y es que, tal como expuso la organización ambientalista, si bien la regulación de los plásticos en la capital del país entró en vigor hace algunos años, el



manejo de plásticos de un solo uso para el embalaje y empaquetado de productos en el comercio electrónico se ha quedado fuera de la misma.



Es preciso establecer normas para generar responsabilidad ambiental dentro del comercio por internet, a fin de que, más allá de la voluntad de los comercios, existan obligaciones que permitan disminuir el uso de empaques, muchas veces innecesarios, y sustituir los plásticos de un solo uso por materiales biodegradables o reutilizables, entre otras estrategias que permitan mitigar el impacto ambiental.

Es preciso
establecer
normas para
generar
responsabilidad
ambiental en el
eCommerce, a
fin de que existan
obligaciones
que permitan
disminuir el uso
de empaques.

