

Auditorías de marcas en Rosario, Argentina.  
Greenpeace Andino + Más río menos basura  
Foto: Nicolás Heredia

# AUDITORÍAS DE MARCA EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE

2024

#Break  
Free  
From  
Plastic

InstitutoPólis



GREENPEACE

# Índice

01

Resumen ejecutivo

02

Antecedentes y contexto

03

Análisi de Greenwashing

04

Metodología

05

Resultados

06

Conclusiones

07

Anexos

08

Referencias



# 01

## Resumen Ejecutivo

Auditorías de marca en Bogotá Greenpeace Andino + Plogging Colombia.  
Foto: Diana Rey Melo/ Greenpeace

# 01

Las auditorías de marca son un ejercicio de ciencia ciudadana en donde personas de la sociedad civil participan en actividades que les permiten recopilar datos sobre la contaminación por residuos plásticos, los cuales están inundando los ecosistemas y representan una verdadera amenaza para la biodiversidad y las personas; con el objetivo de analizarla, conocer sus alcances, visibilizar y proponer soluciones.

Este informe recopila las auditorías de marca realizadas en la región latinoamericana para el año 2023, destacando los principales plásticos presentes que contaminan la región y las empresas más encontradas. Se identificaron 45.886 artículos plásticos, compilados a partir de 34 eventos, realizados por 11 organizaciones y 708 voluntarios en total.

**La primera y segunda empresa con mayor recuento de residuos plásticos, según las auditorías de marca realizadas en la región latinoamericana, fueron The Coca Cola Company y PepsiCo.** Estas empresas, multinacionales que operan en diferentes países del mundo, también aparecen como las principales marcas en los informes globales de auditoría de marcas. Sin embargo, la tercera empresa más frecuentemente encontrada es una que opera en Brasil, lo que demuestra el particular impacto de los plásticos en la región latinoamericana.

Para acabar con la triple crisis planetaria causada por los plásticos, las empresas deben revelar la cantidad de plásticos y productos químicos presentes en los envases que ponen en el mercado junto con sus productos, acabar con el apoyo a falsas soluciones, rediseñar los envases para su reutilización y sistemas de rellenado, garantizando una transición justa para los recicladores y todos los demás trabajadores de la cadena.

# Créditos



Dedicamos este informe a los miles de miembros, aliados y amigos del movimiento Break Free From Plastic en Latinoamérica y alrededor del mundo que han organizado auditorías de marca en sus comunidades. Gracias a nuestros líderes de auditorías de marca por movilizar a sus comunidades para recopilar estos datos esenciales para que las empresas contaminantes rindan cuentas. También estamos agradecidos por los esfuerzos pioneros de los grupos originales que colaboraron en 2017 para diseñar la metodología fundacional de auditoría de marca que seguimos utilizando hoy en día: la Alianza Global para Alternativas a la Incineración (GAIA), la Fundación Madre Tierra, Citizen consumer and civic Action Group (CAG) y Greenpeace.

Agradecemos a los grupos de América Latina y el Caribe: Greenpeace Andino, CESTA, BICA, Colectivo Ecologista de Jalisco, Taller Ecologista, Limpando Trilhas, BFFP Youth, Fundação Heinrich Böll, PlastiCo Project, Fundación Mingas por el mar, cuyos datos aportaron para este reporte.

Gracias también al comité asesor del informe por su tiempo y experiencia en el desarrollo de este informe colaborativo para representar al movimiento mundial Break Free From Plastic en nuestra región. Agradecemos al equipo de América Latina y el Caribe de Break Free From Plastic, Fundación Basura, Rafael Eudes de Instituto Polis, y Tatiana Céspedes de Greenpeace Andino.

# Organizaciones Participantes

# 01

Organización	País	Número de eventos
Greenpeace Andino	Chile	1
Greenpeace Andino	Colombia	1
CESTA	El Salvador	1
Bay Island Conservation Association	Honduras	11
Colectivo Ecologista de Jalisco	México	4
Taller Ecologista	Argentina	1
Limpando Trilhas	Brasil	3
BFFPY, Fundação Heinrich Böll	Brasil	1
PlastiCo Project	Ecuador	5
Fundación Mingas por el mar	Ecuador	4

# Organizaciones Participantes

# 01



Auditorías de marca en Bogotá Greenpeace Andino + Plogging Colombia  
Foto: Diana Rey Melo/ Greenpeace

# 02



## Antecedentes y Contexto

Auditorías de marca en Rosario, Argentina. Greenpeace Andino + Más río menos basura. Foto: Eduardo Bodiño/Greenpeace



# Antecedentes y Contexto

## Plásticos en Latinoamérica y el Caribe

A la vista del considerable aumento previsto de la producción de plástico, los esfuerzos realizados hasta ahora para evitar su contaminación están resultando ineficaces. Frente a la recurrencia cada vez mayor de falsas soluciones como el reciclado químico, la incineración para conversión energética (W2E) y los créditos plásticos, urge abordar la reducción de la producción de plástico. Los impactos del ciclo de vida de los plásticos sobre la contaminación tóxica, los impactos sobre la salud humana, las interacciones negativas con otros límites planetarios, los impactos sobre los derechos humanos y la capacidad global de gestión de residuos son algunas de las evidencias de la urgente necesidad de reducir la producción de plásticos.

Según un estudio de la organización Taller Ecologista, la producción y consumo de plásticos en América Latina ha tenido un enorme crecimiento en las últimas cuatro décadas. En 1980 el consumo per cápita en la región era de 7 kg por habitante por año. Hoy en día en los siete países más poblados de la región, el consumo se encuentra en general por encima de 30 kg/habitante/año. En México y Chile, los dos países con consumos más altos per cápita, se consumen más de 50 kg/habitante/año, seguidos por Argentina y Brasil, con valores cercanos a los 40 kg/habitante/año (Taller Ecologista, 2021).

**7 Kg**  
**/hab/año**

1980

**50 Kg**  
**/hab/año**

MÉXICO Y CHILE

**40 Kg**  
**/hab/año**

ARGENTINA Y BRASIL

**30 Kg**  
**/hab/año**

7 PAÍSES MÁS  
POBLADOS

# Antecedentes y contexto

Hay un gran desarrollo de la industria transformadora plástica en casi todos los países de la región. Sin embargo, la producción de resinas plásticas se concentra casi en su totalidad en 5 países, asociado a la existencia de la industria petrolera: Brasil, México, Argentina, Colombia y Venezuela. La mayor parte de la producción de resinas de la región corresponde principalmente a tres empresas: Dow, Braskem y Alpek (Taller Ecologista, 2021).

Para reaccionar ante la evidente contaminación por plásticos y la demanda de reducción de la producción, la industria ha utilizado un discurso común: la implantación de la economía circular y el reciclaje de plásticos. **Aunque los fabricantes de plásticos saben desde hace más de 30 años que el reciclaje de plásticos no es la solución económica y técnicamente responsable al problema de la contaminación por plásticos, poco se ha empezado para implementar sistemas como la reutilización (Center for Climate Integrity, 2024).** Aunque se están haciendo esfuerzos para implementar sistemas de envases retornables, como es el caso de Coca-Cola en Brasil (Ellen MacArthur Foundation, 2019), estos esfuerzos son todavía mínimos comparados con la producción de envases desechables en toda la región.

Además, el plástico representa un riesgo para la salud pública porque contiene una serie de sustancias químicas peligrosas y disruptores endocrinos (EDC) que se filtran y contaminan a los seres humanos y el medio ambiente (Flaws et al., 2020).

# Antecedentes y contexto

Un desafío adicional lo plantea el hecho de que la información sobre los polímeros y las sustancias químicas presentes en los plásticos está dispersa y es de difícil acceso. Sin embargo, según datos de dominio público, más de 16.000 sustancias químicas pueden utilizarse o estar presentes en materiales y productos plásticos, y sólo el 6% de estas sustancias están sujetas actualmente a una normativa internacional. Teniendo en cuenta sus propiedades peligrosas, más de 4.200 sustancias químicas del plástico son motivo de preocupación por ser persistentes, bioacumulativas, móviles y/o tóxicas (PBMT) (Wagner et al., 2024).

**Debido a la incapacidad de manejar los residuos plásticos de manera efectiva, se ha generado una contaminación por microplásticos que afecta a la salud de los ecosistemas y a la salud humana.**

Con respecto a los efectos de los microplásticos en la fauna marina, se ha demostrado la presencia de microplásticos en las heces de otáridos en la costa del Pacífico de Perú y Chile (Pérez-Venegas et al., 2020), nutrias marinas (*Lontra felina*) en las costas de Chile y Perú (Santillán et al., 2020) y lobos marinos (*Otaria flavescens*) en un vivero en la región del Bio-Bío, Chile (Gómez et al., 2024).

A pesar de que este es el primer informe en América Latina que analiza las auditorías de marca en la región de manera consolidada, informes anteriores han sido desarrollados por miembros de BFFP, como Brasil (Ayala, 2021) y México (Fronteras Comunes, 2021). En Brasil, el informe de auditoría de marca del Instituto Polis examinó los residuos enviados a las cooperativas para su reciclaje y descubrió que el 33% eran en realidad plásticos de un solo uso no reciclables, principalmente de Nestlé, Mondelēz International y PepsiCo. Entre 1995 y 2019 se presentaron en el Congreso Nacional 135 proyectos de ley que tratan sobre limitaciones al uso y comercialización de diversos artículos de plástico de un solo uso, pero siempre fueron frenados por la presión del sector industrial (Ayala, 2021).

# Antecedentes y contexto

## **Participación regional de auditorías de marcas - 2018-2022**

Estos datos fueron enviados por diversos participantes de toda la región durante el periodo 2018 - 2022 durante las auditorías de marca. 11 países de la región se han sumado a las actividades de auditoría de marcas. En el periodo de 5 años, se han realizado 218 eventos y se han encontrado 120.381 objetos de plástico. Los artículos más comunes encontrados fueron: 13.257 materiales para fumar, 12.175 envoltorios de comida/bebida y 10.935 botellas.

Los datos presentados son una muestra de los residuos plásticos de la región y no pueden pretender ser totalmente representativos de toda la contaminación plástica. Para conocer los principales contaminadores globales anuales e información más detallada sobre los resultados de los datos de nuestras auditorías de marca, consulte los informes anuales en el periodo de tiempo mencionado.

# Antecedentes y contexto

Tabla 1. Consolidado Reporte auditorías de marca en Latinoamérica y el Caribe, periodo 2018 - 2022.

País	Organizaciones	Número de eventos	Número de participantes	Items encontrados
Argentina	9	33	615	8635
Brasil	13	48	1497	35932
Chile	3	6	55	4003
Colombia	4	12	10780	8347
Ecuador	5	14	559	20832
El Salvador	2	2	85	2798
Honduras	3	15	145	7173
Jamaica	1	1	10	3597
México	16	82	639	28365
Perú	3	4	58	681
Puerto Rico	1	1	2	18
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>218</b>	<b>14445</b>	<b>120381</b>

# Antecedentes y contexto

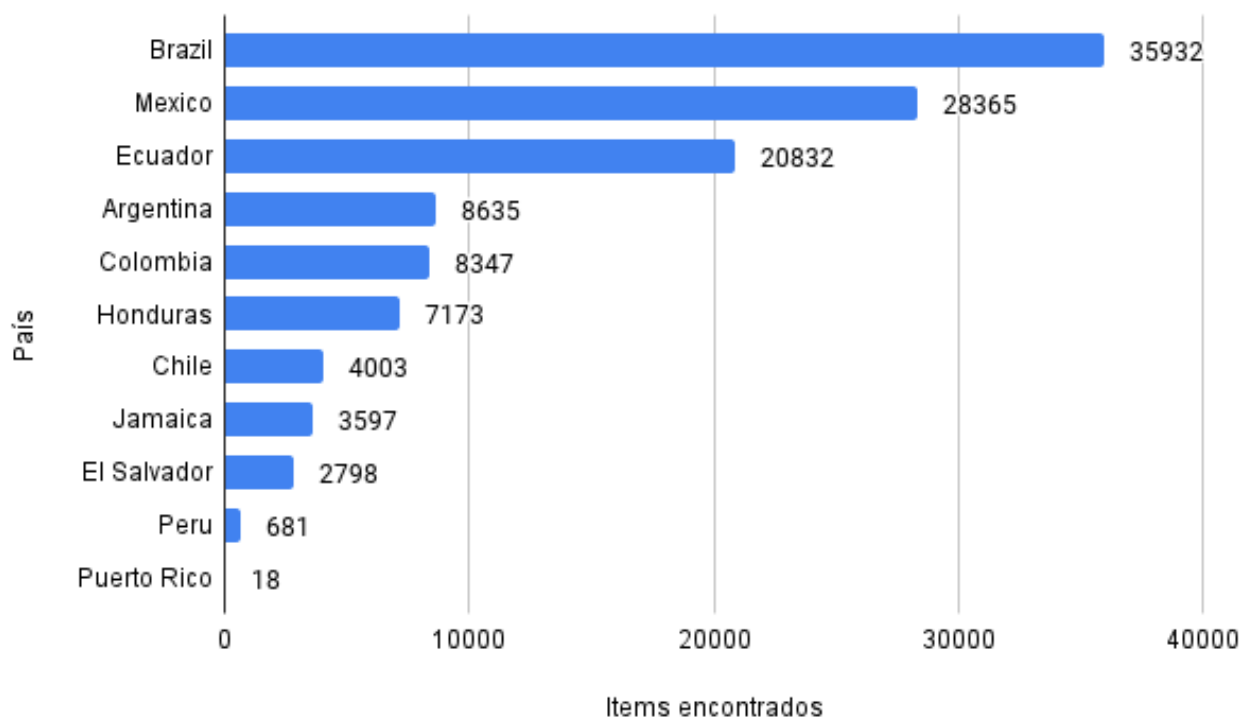
Mapa 1. Número total de plásticos registrados en las auditorías de marca en Latinoamérica y el Caribe, periodo 2018 - 2022.



35,932

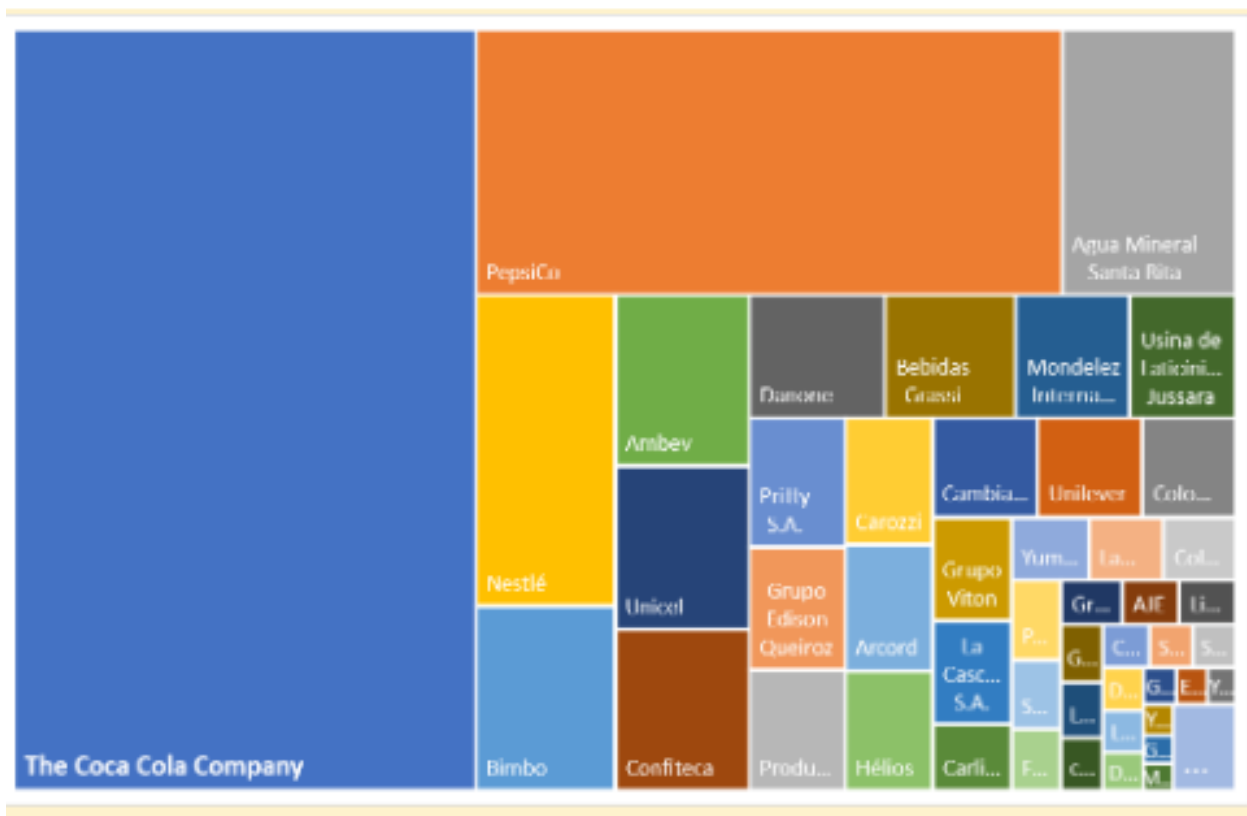
# Antecedentes y contexto

Gráfica 1. Número total de plásticos registrados en las auditorías de marca en Latinoamérica y el Caribe, periodo 2018 - 2022.



# Antecedentes y contexto

**Gráfica 2. Marcas contaminantes identificadas en las Auditorías de Marca en Latinoamérica y el Caribe, periodo 2018 - 2022.**



Durante estos 5 años de reporte de auditorías de marca, para la región latinoamericana se han logrado recoger y seleccionar mas de 25.000 empaques de plásticos de un solo uso, en donde 60 marcas han logrado ser identificadas. **3.618 empaques no pudieron ser clasificados.**



# OC3

# Análisis de Greenwashing

Auditorías de marca en Rosario, Argentina. Greenpeace Andino + Más río  
menos basura. Foto: Eduardo Bodiño/Greenpeace

# Análisis de Greenwashing

# 03

Se realiza un análisis para identificar alertas de Greenwashing o EcoLavado de las dos marcas con mayor presencia de residuos en la presente auditoría:  
**Coca Cola y PEPSICO.**

Este análisis se basa en las 7 alertas definidas por la consultora TerraChoice:

**1** Aludir a un **compromiso** con el medio ambiente y/o la sociedad.

**2** Utilizar **imágenes** confusas y sugerentes que puedan ser interpretadas de distintas maneras.

**3** Utilizar **palabras** y frases ambiguas. También palabras complejas.

**4** Usar **frases irrelevantes** o una "Falsa Compensación", potenciando un atributo ecológico, cuando los demás no lo son.

**5** Aludir a frases "**el mejor de...**" o "el menor de los males". Por ejemplo diciendo que contaminan menos que otras empresas, pero eso no significa que no contaminen.

**6** Carecer de **pruebas** válidas. Tener slogans no respaldados científicamente.

**7** **Mentir**, hacer uso de falsas etiquetas o certificaciones.

# Análisis de Greenwashing

## 1. COCA - COLA

THE *Coca-Cola* COMPANY   Our Company   Brands   **Sustainability**   Social   Careers   Media Center   Investors   🔍 🌐 ⓘ

### OUR PLANET MATTERS

Our purpose is to refresh the world and make a difference. See how our company and system employees make this possible every day and learn more about our areas of focus in sustainability.

[EXPLORE SUSTAINABILITY](#)

<b>WATER STEWARDSHIP</b> 2030 Water Strategy Key Goals	<b>SUSTAINABLE PACKAGING</b> Collection Strategy Packaging Design Partnership	<b>IN OUR PRODUCTS</b> Sugar Reduction
<b>SUSTAINABLE AGRICULTURE</b> Principles for Sustainable Agriculture (PSAs)	<b>CLIMATE</b>	<b>2022 BUSINESS &amp; SUSTAINABILITY REPORT</b>
		<b>SUSTAINABILITY &amp; GOVERNANCE RESOURCE CENTER</b>



## Eco-friendly packaging solutions for a World Without Waste

The interconnected global challenges of packaging waste and climate change have made this a focus for our business and communities. Our company and our bottling partners are taking a hard look at the packaging we use and how we can drive change.

Our sustainable packaging strategy aims to create systemic change through a circular economy for our packaging - from how bottles and cans are designed and manufactured to how they're recycled and reused.

We have a responsibility to help solve the global plastic waste crisis, and we're leveraging our scale and reach across markets to reach our sustainability goals, suppress waste pollution and reduce our carbon footprint.

3

Mencionar la palabra “sustentable” y “Eco-Friendly” puede tender a la confusión y ambigüedad en relación al espectro de acciones implementadas, sobre todo si la empresa ha sido identificada en el presente reporte de auditoría.

# Análisis de Greenwashing

# 03



## Coca-Cola Expands Access to PlantBottle IP

Cooperation Over Competition

01-29-2019

Another Sustainable Innovation

**WORKING TOWARD A WORLD WITHOUT WASTE**

We seek to drive a circular economy for our packaging because this helps to reduce waste and carbon emissions.

[Explore Packaging Sustainability](#)

We continue to deliver breakthrough technologies to lightweight our plastic packaging:



Label-less bottles are now available across a range of brands in Japan, South Korea and China. Laser engraving technology used directly on the bottle helps improve recyclability and reduce carbon emissions.



Our technology is being licensed for a 30% plant-based plastic bottle to a company building a commercial facility in Germany, which is scheduled to deliver material in 2024. A 100% plant-based plastic bottle prototype has been developed with plans to explore scalability of a 100% biobased PET resin and bottle (bottle, not cap and label). Biobased plastic packaging can have a lower carbon footprint than petroleum-based packaging.



Bottles with tethered caps, which enable bottles and caps to be collected together for recycling, are being piloted for our entire portfolio in Germany, Bulgaria and Italy. Additionally, a new lightweighted bottle neck finish in Europe will save an estimated 9,100 tons of plastic per year by 2024.



The KeelClip® packaging solution made from recyclable cardboard replaces plastic rings for multi-packs. Following a successful rollout across Europe, the first-of-its-kind solution is being piloted in select U.S. markets.

4

La empresa entrega información sobre distintas estrategias que se implementan para reducir el packaging de su producto, sin embargo, prevalece la desechabilidad del mismo y su origen principalmente basado en petróleo, lo que se puede comprender como “falsa compensación”, en el marco de sus menciones enfocadas a “sustainable packaging”.

# Análisis de Greenwashing

We are making progress against each of our objectives, which are embedded in how we operate as a business, and we are taking a transparent approach to reporting our actions, results and learnings.

Local teams are executing in ways appropriate for their markets, and we are using a networked approach to deliver impact at scale. Our work has also shown us where the major challenges are, and some of our markets will have challenges meeting goals as quickly as others.

Because packaging accounts for approximately 30% of our carbon footprint, nearly all of our World Without Waste efforts align with our 2030 science-based climate target and net zero ambition. When we lightweight our packaging, incorporate more recycled and bio-based material, invest in local recycling programs and increase our use of reusable packaging, we can reduce both waste and our greenhouse gas (GHG) emissions.



## WORLD WITHOUT WASTE: DESIGN

DESIGN GOALS	2022 STATUS
Make 100% of our packaging recyclable globally by 2025	90% globally <sup>1</sup>
Use at least 50% recycled content in our packaging by 2030	25% <sup>2</sup> recycled material in our packaging globally and 15% of PET used is recycled PET (rPET)
Reduce our use of virgin plastic derived from non-renewable sources by a cumulative 3 million metric tons from 2020-2025 <sup>3</sup>	In 2022, we avoided around half a million metric tons of virgin plastic usage through our efforts on lightweighting and use of recycled content, with an incremental avoidance of over 50,000 metric tons since last year. However, growth of plastic packaging has outpaced efforts on lightweighting and use of recycled content, so that we have not reduced our use of virgin plastic overall
By 2030, we aim to have at least 25% of our beverages worldwide by volume sold in refillable/returnable glass or plastic bottles or in fountain dispensers with reusable packaging	Approximately 14% of total beverage volume was served in reusable packaging in 2022

1 Only recyclable where infrastructure exists.  
2 Includes select primary consumer packaging materials.  
3 Reduction measured from historical usage modeled with 2018-2020 data.

Read more in the [Data Appendix](#).

Our Design goals establish a foundation for enabling a circular economy for our packaging materials. Creating a circular economy requires designing out waste by using, collecting and reusing recycled materials, which have inherent value. It also means embracing refillable and fountain/dispensed packaging solutions.

### REFILLABLE PACKAGING

Reusable packaging can reduce single-use packaging waste. Expanding refillable packaging options helps ensure high levels of collection of beverage containers. In 2022, we were proud to announce an industry-leading goal to have at least 25% of our beverage volume

worldwide sold in refillable/returnable glass or plastic bottles or in fountain dispensers with reusable packaging by 2030.

We continue to test and scale returnable glass bottle (RGB) and reusable PET pilot programs, including:

- In Latin America, the "Let's Be Different" campaign kicked off on World Environment Day 2022, inviting consumers to trade any recyclable PET bottle for a refillable bottle of Coca-Cola Zero Sugar. In Brazil, returnable, refillable PET bottles of Coca-Cola, Fanta and Sprite can be returned, cleaned and refilled up to 25 times. The package gives shoppers an affordable option and drives repurchase rates.

- In France, a 250-ml returnable glass bottle (RGB) launched in hotels, restaurants and cafes for Fuze Tea, Tropic, Sprite, Fanta and Minute Maid. Additionally, Coca-Cola and Coca-Cola Zero Sugar are now offered in RGBs nationwide, eliminating more than 15 million single-use glass bottles in 2022.
- In the United States, a 500-ml returnable glass bottle pilot program in approximately 100 retail and foodservice outlets in El Paso, Texas, generated a 75% return rate, and we are exploring expansion capabilities in 2023. We also are working with Reuse Seattle to reduce single-use plastic waste by encouraging customers to transition to reusable cups for our dispensed products, as part of a broader multi-stakeholder effort on foodservice packaging across the metro region.
- In South Africa, we extended the rollout of refillable 2-liter and 1.5-liter PET plastic bottles.
- In Sri Lanka, we responded to the ongoing economic crisis by introducing the Large Returnable Glass Bottle (LRGB), nicknamed the "Big Buddy Pack," to provide an affordable and returnable, mealtime-focused option for families. Coca-Cola, Fanta and Sprite are offered in the 750-ml bottles, which feature paper labels and aluminum caps.
- In Sweden, we are collaborating with Reitan Convenience on a reusable packaging pilot in Stockholm. Shoppers who visit the sustainability-focused PDX store can choose from more than 60 fountain beverages, many of which are not available in bottles or cans. Shoppers are encouraged to bring their own refillable vessels or purchase a reusable stainless steel tumbler.
- In Hong Kong, China, we have installed almost 100 Bonaqua Water Stations along hiking trails and in shopping malls and transportation hubs. Consumers pay a small fee to fill their own bottles with hot or cold Bonaqua water.

Conclusión de cierre:

La **sustentabilidad** es un concepto que la empresa utiliza a lo largo de toda su página web de manera amplia y ambigua, sin embargo, si las metas, que aparecen claras, medibles y verificables, llegaran a hacerse realidad bajo serios indicadores de valor, entonces sería posible considerar como reales los compromisos expresados.

# Análisis de Greenwashing

# 03

## Enlaces revisados:

- <https://www.coca-colacompany.com/content/dam/company/us/en/reports/coca-cola-business-sustainability-report-2022.pdf>



### The Coca-Cola Company: Refresh the World. Make a Difference

We are here to refresh the world and make a difference. Learn more about the Coca-Cola Company, our brands, and how we strive to do business the right way.



### Packaging Design

Explore how The Coca-Cola Company innovates packaging to work to reduce environmental impact and promote sustainability.

[coca-colacompany.com](https://www.coca-colacompany.com)



### Coca-Cola Expands Access to PlantBottle IP - News & Articles

The Coca-Cola Company disrupted the sustainable packaging landscape in 2009 with the launch of...

[coca-colacompany.com](https://www.coca-colacompany.com)



### 2022 Business & Sustainability Report

The Coca-Cola Company's Business & Sustainability Report covers multiple aspects of the business, including: our sustainability priorities and progress; financials; business performance; and operations. Click...

[coca-colacompany.com](https://www.coca-colacompany.com)

# Análisis de Greenwashing

# 03

## 2. PEPSICO

PepsiCo Positive

**We're charting a new course to drive positive action for the planet and people**



3

Mencionar la palabra “sustentable”, “positive” y “planet” puede tender a la confusión y ambigüedad en relación al espectro de acciones implementadas, sobre todo si la empresa ha sido identificada en el presente reporte de auditoría.

# Análisis de Greenwashing

# 03



## Positive Choices

We are inspiring people through our brands to make choices that create more smiles for them and the planet.

Learn more →



## 2018

PepsiCo acquires SodaStream, #1 sparkling water brand in the world by volume, with the potential to avoid 200 billion single-use plastic bottles by 2030



3

El párrafo es ambiguo en tanto no indica cómo se **inspira** y qué significan las **sonrisas (smiles)** en términos de impacto concreto para las personas y el planeta. Sin embargo, en otra sección se especifica una acción concreta relacionada al evitar la generación de un número específico de plásticos desechables.



# Análisis de Greenwashing

# 03

## Positive brands for the planet and people

We know that our brands such as Lay's, Doritos, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker and SodaStream each have a unique resonance with consumers and can influence the choices they make. That is why we are building purpose into our brands and using their power to inspire consumer action toward a better future for the planet and people.

We hope to educate consumers about the impacts of their buying choices and empower them with clear environmental labeling on our products. We remain committed to investing in the communities in which we operate and want to leverage the power of our many iconic brands to help promote a more diverse, equitable and inclusive world.



We're inspiring people through our brands to make choices that create more smiles for them and the planet.

More about Positive Choices +

3

La ambigüedad prevalece en las comunicaciones a lo largo de los enlaces revisados, con un énfasis especial en “inspirar” a las personas lo que, al mismo tiempo, deposita la responsabilidad de la acción en sus consumidores y no en la propia empresa.

# Análisis de Greenwashing

# 03

## Conclusión de cierre

Si bien existen métricas concretas en distintos espacios de las plataformas digitales revisadas, prevalece un carácter ambiguo bajo el slogan “positive” y no se hace referencia al impacto que la empresa genera en términos de residuos.

## Enlaces revisados

- <https://www.pepsico.com/>
- <https://www.pepsico.com/who-we-are/our-commitments/pepsico-positive>
- <https://www.pepsico.com/docs/default-source/sustainability-and-esg-topics/2022-esg-summary/2022-esg-summary-performance-metrics.pdf>
- <https://www.pepsico.com/our-stories/story/an-associate-giving-pepsico-s-packaging-another-life>

# 04



## Metodología

Auditoría de marcas en Santiago de Chile. Greenpeace Andino  
Foto: Nicole Kramm Caifal /Greenpeace

# 04 Metodología

## Antecedentes

Este informe utiliza la misma metodología que el informe global de auditoría de marcas desarrollado en 2017 por las organizaciones Alianza Global por Alternativas a la Incineración (GAIA), Mother Earth Foundation, Citizen consumer and civic Action Group (CAG) y Greenpeace Filipinas. A lo largo de los años, la metodología se ha mantenido en general constante, con solo pequeñas modificaciones destinadas a minimizar los errores humanos y garantizar una mejor calidad en los datos generados (BFFP, 2023).

## Participación ciudadana

El BFFP ha movilizado a lo largo de los años a personas de todo el mundo para que apliquen la metodología de auditoría de marca en sus territorios, de forma voluntaria. A través de sus canales de comunicación y de sus miembros, la BFFP invita a las organizaciones a recibir formación y a movilizarse después para ejecutar la metodología.

## Formación

Para formar a los responsables, la BFFP ofrece formación online en su [plataforma de formación](#), orientando sobre todas las etapas de una auditoría de marca, desde la organización del evento hasta la presentación de los datos recogidos. Actualmente en la plataforma de la BFFP se pueden encontrar vídeos de formación detallados en 7 idiomas diferentes (presentados por sus miembros que han estado desarrollando la metodología), y un vídeo resumen de formación animada con subtítulos en 17 idiomas.

# Metodología

## COVID-19

Debido a la pandemia de COVID-19, se han proporcionado orientaciones para preservar la salud de los participantes en las auditorías de marca.

Se ha pedido a los organizadores de las auditorías de marcas que sigan la [guía de evaluación del riesgo de coronavirus para las limpiezas y las auditorías de marcas](#) y sigan las medidas de seguridad. En los casos en los que la realización de eventos públicos de limpieza y auditoría de marcas resultara insegura debido al COVID-19, se ha aconsejado a los participantes que realicen auditorías externas de forma individual, además de realizar auditorías de marcas en interiores como última opción.

## Selección del local

Para realizar la limpieza y la auditoría de marca, los participantes eligieron su lugar de preferencia donde se acumula la contaminación por plásticos, incluidas calles urbanas, parques, bosques, playas, áreas costeras y otros lugares. Para las auditorías en interiores, los participantes clasificaron y auditaron todos los envases de plástico desechados durante un periodo de 7 días.

## Registro de datos

Para registrar los residuos plásticos auditados de forma estandarizada, los participantes utilizaron el [kit de herramientas de auditoría de marcas](#) (disponible en 18 idiomas), y la [tarjeta de datos](#) y la [guía visual](#) (ambas disponibles en 15 idiomas). La tarjeta de datos es el documento en el que los participantes registrarán los plásticos encontrados, para su posterior envío al BFFP.

# 04 Metodología

## **Análisis de datos**

Los participantes en las auditorías de marca pueden enviar los datos registrados en 3 plataformas: [hoja de cálculo Excel](#), [formulario online de BFFP](#) y [aplicación web TrashBlitz](#). Los datos de las auditorías de marca internas y externas se recopilaron para calcular las 10 empresas más contaminantes del mundo. En el caso de las auditorías de marca realizadas en América Latina, todas se enviaron a través de hojas de cálculo Excel, que fueron compiladas y analizadas. Los datos analizados se refieren a las 2023 auditorías que fueron enviadas al equipo global del BFFP, que a su vez fueron enviadas al equipo del BFFP de LAC, y no representan la totalidad de las auditorías. Para este informe, se analizaron 45.886 artículos de plástico, mientras que el informe global 2023 analiza 46.356 artículos de plástico para la región.

## **Limitaciones**

Este informe se ha elaborado a partir de datos autodeclarados enviados por varios participantes de distintos países latinoamericanos. Además, dejamos el proceso de localización de los lugares enteramente a criterio de estos voluntarios, por lo que hay una gran variedad de lugares representados.

Los datos enviados son una muestra de los residuos plásticos de la región y no pueden considerarse totalmente representativos de toda la contaminación plástica. Es posible que algunas marcas no registradas en este informe produzcan incluso más contaminación por plásticos que las que sí figuran en este informe.

Por último, no se aceptarán datos de auditoría de marcas procedentes de participantes que no hayan utilizado nuestra metodología estándar o nuestras plataformas de envío de datos.

# 05



# Resultados

Auditoría de marcas Bogotá, Colombia. Greenpeace Andino + Plogging Colombia. Foto: Diana Rey Melo/Greenpeace

# Resultados

# 05

Se hicieron 32 eventos de Auditorías de Marca en 9 países, en donde se contó la participación de 708 voluntarios; 12 organizaciones participaron: Más Río Menos Basura, Greenpeace Andino (Argentina, Chile, Colombia), Plogging Colombia, Taller Ecologista, Limpando Trilhas, Fundação Heinrich Böll, CESTA Amigos de la Tierra El Salvador, Mingas por el mar, Naturaleza Sin Plásticos, Bay Islands Conservation Association (BICA Roatan), PlastiCo Project y Colectivo Ecologista Jalisco.

**Todos los datos analizados en este informe se enviaron previamente al equipo global de la BFFP y forman parte del informe de auditoría de marcas de 2023.**

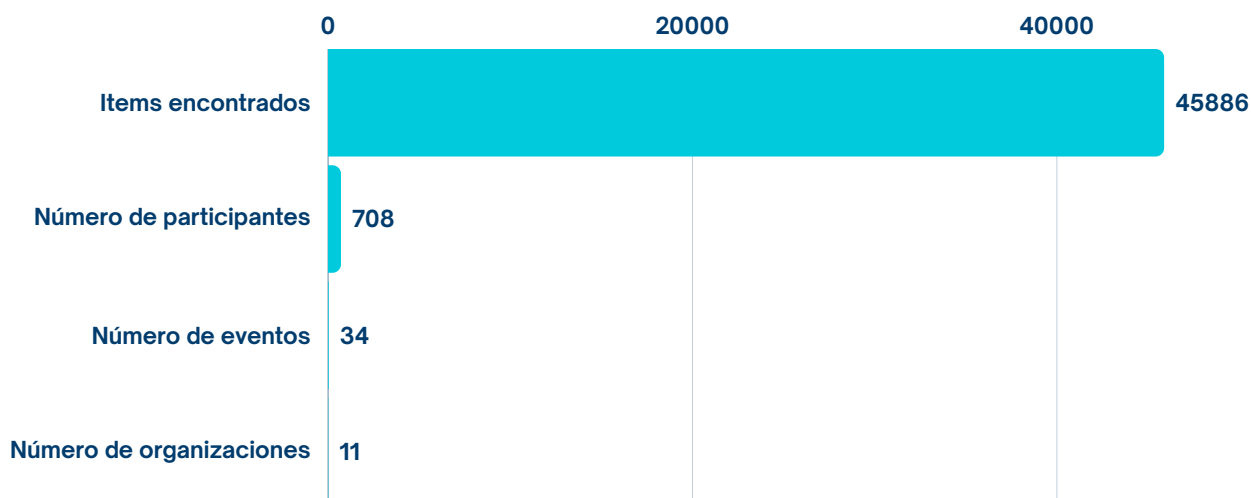


# Resultados

# 05

Se encontraron un total de 45.886 items de plásticos, con una mayor cantidad del tipo de plástico otros, y el tipo de artículo como envases de alimentos. La primera y segunda empresas con mayor recuento de residuos plásticos según las auditorías de marca realizadas en la región latinoamericana fueron The Coca Cola Company y PepsiCo. Estas empresas, multinacionales que operan en diferentes países del mundo, también aparecen como las principales marcas en los informes globales de auditoría de marcas. Sin embargo, la tercera empresa más frecuentemente encontrada es una que opera en Brasil, lo que demuestra el particular impacto de los plásticos en la región latinoamericana.

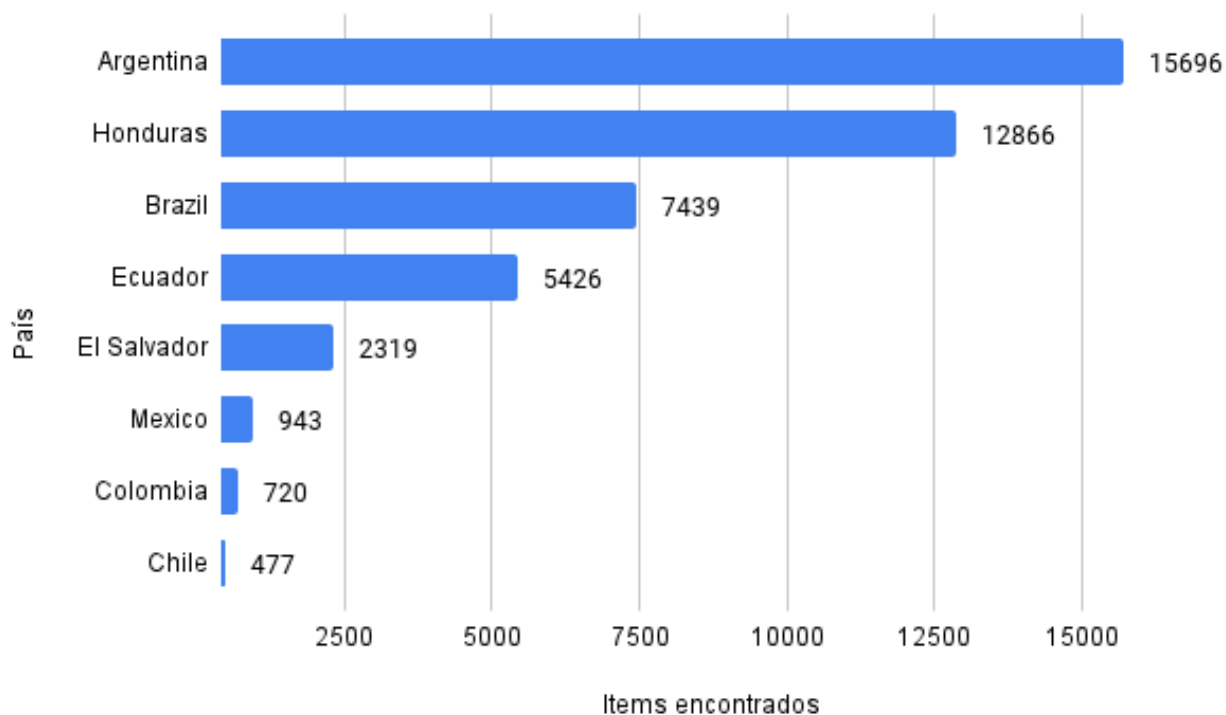
Tabla 2. Consolidado reporte Auditorías de marca en Latinoamérica y el Caribe, periodo 2023



# Resultados

# 05

Gráfica 3. Número total de plásticos registrados en las Auditorías de marca en Latinoamérica y el Caribe, periodo 2023



# Resultados

# 05



15,696

Mapa 2. Número total de plásticos registrados en las Auditorías de marca en Latinoamérica y el Caribe, periodo 2023

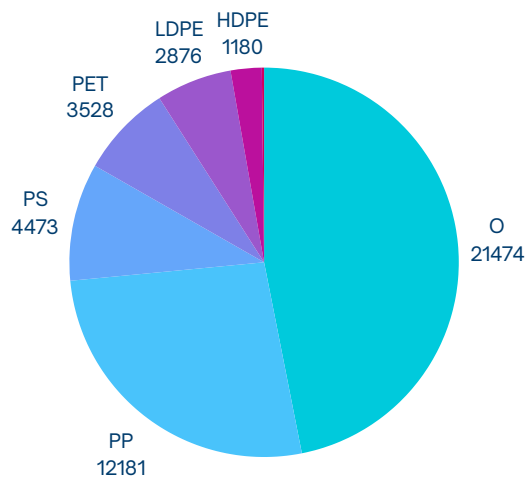


Tabla 3: Tipo de plásticos más comunes, periodo 2023.

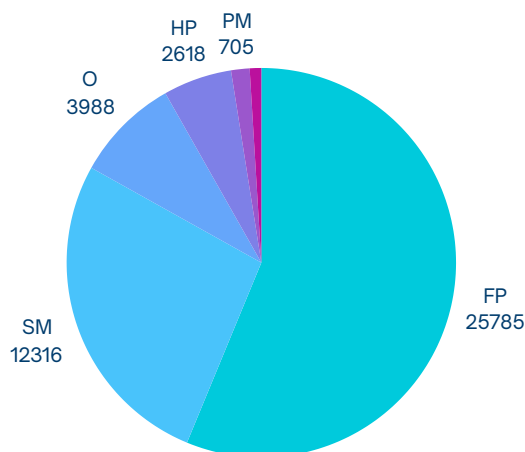
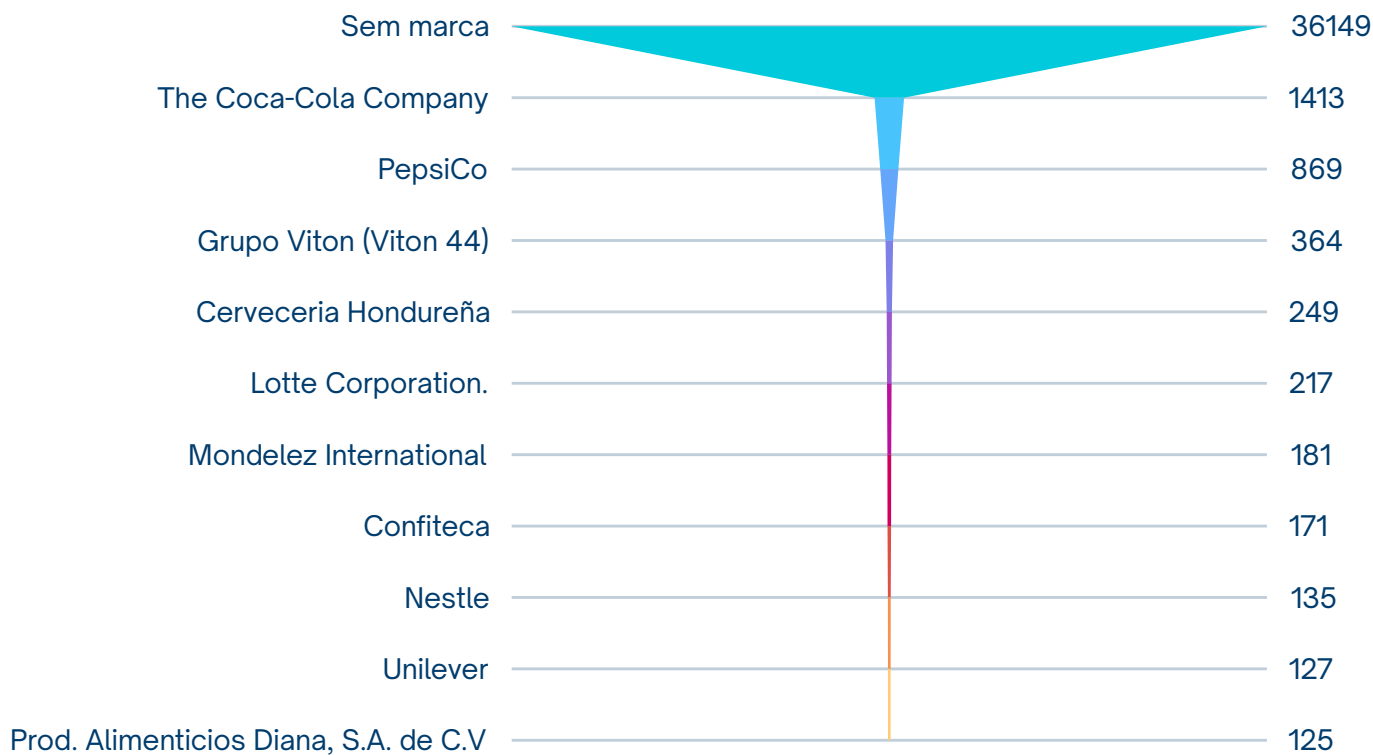


Tabla 4: Tipo de artículos plásticos, periodo 2023. **Legenda:** FP: Envoltorio de Comida, SM: Materiales para Fumar, O: Otros, HP: Productos del Hogar, PM: Materiales de Embalaje, PC: Cuidado Personal, FG: Artículos de pesca.

# Resultados

# 05

Tabla 5: Las 10 empresas matrices con más residuos plásticos registrados en las auditorías de marca en Latinoamérica y el Caribe, periodo 2023



# 06



## Conclusiones

Auditoría de marcas Bogotá, Colombia. Greenpeace Andino + Plogging Colombia. Foto: Diana Rey Melo/Greenpeace

# 06 Conclusiones

## Nuestras demandas como movimiento

La crisis de los residuos plásticos se ve exacerbada por los problemas frecuentes que enfrentan las ciudades, sus sistemas de recolección de residuos, la desconexión entre cada uno de los actores y la gestión deficiente hace que los plásticos estén llegando con mucha más frecuencia a nuestros océanos, ríos y suelos. Casi 46.000 residuos plásticos lograron ser recuperados evitando la contaminación. Sin embargo, es una cifra mínima para la cantidad que ya se encuentran en nuestros océanos y áreas naturales.

Para una solución eficaz a la contaminación por plásticos, es esencial que el problema se aborde **REDUCIENDO** la producción de plástico y **REDISEÑANDO** los productos y sistemas para que puedan implementarse sistemas de reuso y rellenado.

Según los modelos actuales, la producción de plástico se deberá reducir significativamente de ahora a 2050 para alcanzar el objetivo mundial de 1,5 °C y evitar un calentamiento catastrófico del planeta (CIEL, 2023). Y las medidas voluntarias de las empresas no han bastado para resolver la crisis del plástico. Por quinto año consecutivo, las principales empresas de envases de plástico no han cumplido sus compromisos voluntarios de lucha contra la contaminación por plásticos (Ellen Macarthur Foundation, 2022), lo que indica que no se alcanzarán los objetivos propuestos para 2025 (Greenpeace, 2022).

# 06 Conclusiones

Es urgente que las empresas de bienes de consumo se responsabilicen de los impactos que están causando. Por eso, las empresas deben:

1. **Revelar** su uso de plásticos proporcionando datos públicos sobre el tipo y la cantidad de envases utilizados en los distintos mercados, y las sustancias químicas que contienen.
2. **Acabar** con el apoyo a falsas soluciones como la quema de plástico y el reciclaje químico.
3. **Rediseñar** los modelos de negocio abandonando los envases de un solo uso de cualquier tipo, incluidos los nuevos materiales como los plásticos de origen biológico o compostables.
4. **Invertir** en sistemas accesibles y rentables de reutilización, rellenado o suministro de productos sin envases en todos los mercados, garantizando al mismo tiempo una transición justa para todos los trabajadores afectados.

# 07



## Anexos

Auditorías de marca en Rosario, Argentina. Greenpeace Andino + Más río menos basura. Foto: Eduardo Bodiño/Greenpeace



# Anexos

# 07

Tabla 6: Las 10 empresas matrices con más residuos plásticos registrados en las auditorías de marca en Latinoamérica y el Caribe, periodo 2023.

País	Organizaciones	Numero de eventos	Numero de participantes	Items encontrados
Argentina	2	1	150	15696
Brasil	2	4	130	7439
Colombia	1	2	28	720
Chile	1	1	20	477
El Salvador	1	1	29	2319
Ecuador	2	10	43	5426
Honduras	1	11	207	12866
México	1	4	101	943
Total	11	34	708	45886

# 08



## Referencias

Auditorías de marca en Rosario, Argentina. Greenpeace Andino + Más río menos basura. Foto: Eduardo Bodiño/Greenpeace

# Referencias

- Ayala, L. (2021). Rejeitos de Plásticos: Estudo Sobre Impactos e Responsabilidades. Instituto Pólis. <https://br.boell.org/sites/default/files/2021-10/publicacao%20-%20rejeitos-de-plasticos.pdf>
- Break Free From Plastic (2018). Branded. In search of the world's top corporate plastic polluters. Volume I. Brand Audit Report. Disponible en: [https://www.breakfreefromplastic.org/wp-content/uploads/2020/07/BRANDED-Report-2018\\_compressed.pdf](https://www.breakfreefromplastic.org/wp-content/uploads/2020/07/BRANDED-Report-2018_compressed.pdf)
- Break Free From Plastic (2019). Branded. In search of the world's top corporate plastic polluters. Volume II Brand Audit Report. Disponible en: <https://brandaudit.breakfreefromplastic.org/brand-audit-2019/>
- Break Free From Plastic (2020). Branded. Demanding corporate accountability for plastic pollution. Volume III Brand Audit Report. Disponible en: <https://brandaudit.breakfreefromplastic.org/brand-audit-2020/>
- Break Free From Plastic (2021). Branded. Volume IV: Holding Corporations Accountable for the Plastic & Climate Crisis” is out, revealing the Top 10 Corporate Plastic Polluters of 2021. Disponible: <https://brandaudit.breakfreefromplastic.org/brand-audit-2021/>
- Break Free From Plastic (2022). Branded. Five years of holding corporate plastic polluters accountable. Brand Audit Report 2018 -2022. Disponible en: <https://brandaudit.breakfreefromplastic.org/brand-audit-2022/>
- Center for Climate Integrity. (2024). The Fraud of Plastic Recycling: How Big Oil and the plastics industry deceived the public for decades and caused the plastic waste crisis. <https://climateintegrity.org/plastics-fraud>

# Referencias

- CIEL. (2023). Reducing Plastic Production to Achieve Climate Goals: Key Considerations for the Plastics Treaty Negotiations. <https://www.ciel.org/reports/reducing-plastic-production-to-achieve-climate-goals-key-considerations-for-the-plastics-treaty-negotiations/>
- Ellen MacArthur Foundation. (2019). Reuse – rethinking packaging. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/reuse-rethinking-packaging>
- Ellen MacArthur Foundation. (2022). The Global Commitment 2022. <https://emf.thirdlight.com/link/f6oxost9xeso-nsjoqe/@/preview/3>
- Flaws, J., Damdimopoulou, P., Patisaul, H. B., Gore, A., Raetzman, L., & Vandenberg, L. N. (2020). Plastics, EDCs & Health: A Guide for Public Interest Organizations and Policy-makers on Endocrine Disrupting Chemicals & Plastics. <https://www.endocrine.org/topics/edc/plastics-edcs-and-health>
- Fronteras Comunes. (2021). Brand Audit 2021. <https://brandaudit.breakfreefromplastic.org/wp-content/uploads/2022/11/Brand-Audit-Mexico-2021.pdf>
- Galloway T.S., Lewis C.N. (2016). Marine microplastics spell big problems for future generations. *P Natl Acad Sci USA* 113: 2331-2333. <https://doi.org/10.1073/pnas.1600-715113>
- Gómez C.A.P., Torres M., Pozo K., Berrío D.E. (2024). Identificación de microplásticos en heces de lobos marinos (*Otaria flavescens*) en el puerto La Poza, Región del Bio bío. *Revista de Investigaciones Veterinarias del Perú*. 35. E25593. <https://doi.org/10.15381/rivep.v35i1.25593>.
- Greenpeace. (2022). Big brands fail their own voluntary commitment to eliminate plastic pollution. <https://www.greenpeace.org/usa/news/big-brands-fail-their-own-voluntary-commitment-to-eliminate-plastic-pollution/>

# Referencias

- Koelmans A.A. (2015). Modelling the role of microplastics in bioaccumulation of organic chemicals to marine aquatic organisms. A critical review. In: Bergmann M, Gutow L, Klages M (eds). Marine anthropogenic litter. Springer. p 309-324.
- Perez-Venegas D. J., Toro-Valdivieso C., Ayala F., Brito B., Iturra L., Arriagada M., Seguel M., et al. (2020). Monitoring the occurrence of microplastic ingestion in Otariids along the Peruvian and Chilean coasts. *Mar Pollut Bull* 153: 110966. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.-2020.110966>
- Santillán L., Saldaña-Serrano M., DeLa-Torre G. E. (2020). First record of microplastics in the endangered marine otter (*Lontra felina*). *Mastozool Neotrop* 27: 211-215. doi: <https://doi.org/10.31687/saremMN.20.27.1.0.12>
- Taller Ecologista. (2021). Plásticos en América Latina: Breve reseña de su producción, consumo e impactos ambientales. <https://www.no-burn.org/wp-content/uploads/2022/03/Plasticos-en-America-Latina-2022.pdf>
- UNEP - ISWA. (2024). Global Waste Management Outlook 2024. <https://www.unep.org/resources/global-waste-management-outlook-2024>
- Wagner, M., Monclús, L., Arp, H. P. H., Groh, K. J., Løseth, M. E., Muncke, J., Wang, Z., Wolf, R., Zimmermann, L. (2024). State of the science on plastic chemicals - Identifying and addressing chemicals and polymers of concern. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.10701706>.

Auditorías de marcas en Rosario, Argentina.  
Greenpeace Andino + Más río menos basura  
Foto: Nicolás Heredia

# AUDITORÍAS DE MARCA EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE

2024

#Break  
Free  
From  
Plastic

Instituto Pólís



GREENPEACE