



Noviembre 2013



www.daleph.com

Antecedentes

Este documento contiene el resumen ejecutivo del estudio del consumo de bolsas de plástico en Catalunya el año 2012. El estudio se ha llevado a cabo en el marco del Programa de Gestión de Residuos Municipales 2006 – 2012 (PROGEMIC), que cuantifica los objetivos de reducción en el número de **bolsas de plástico de un solo uso per cápita entregadas en los comercios en un 50% en 2012, respecto a los valores de 2007. De los resultados reseñados en el presente estudio se desprende que se han alcanzado los objetivos fijados en el programa en el marco temporal establecido.**

Previamente a la presentación de los resultados, se incluye un glosario con los tipos de bolsa reseñados en el estudio y un listado de los formatos comerciales con los que se trabaja a lo largo del documento.

Glosario con los tipos de bolsa reseñados en este estudio

Bolsas de plástico de un solo uso	<p>Bolsas de polietileno que, por gramaje y características, se considera que tienen una vida útil limitada a un solo uso.</p> <p>A las bolsas de plástico con asas de un solo uso, de tipo camiseta, se las denomina a lo largo del estudio por sus siglas en catalán: BPNU.</p> <p>Las bolsas sin asas también son denominadas "bolsas de sección" por la función que reciben en muchos establecimientos comerciales (bolsas para el producto fresco: fruta y verdura, pescado, charcutería, ...).</p>
Bolsas de plástico oxobiodegradable	<p>Bolsas de plástico a las que se añade un aditivo durante el proceso de fabricación que acelera la descomposición en partículas diminutas, aunque sin llegar a biodegradarlas.</p>
Bolsas de plástico compostable	<p>Bolsas elaboradas con materias (almidón, fécula de patata) aptas para hacer compost una vez finalizada su vida útil (no está contrastado que todas ellas estén fabricadas según norma UNE-EN 13432). Cuando llegan a una planta de compostaje se biodegradan como el resto de materia orgánica.</p>
Bolsas de otros tipos de plástico	<p>Bolsas que tienen el plástico (polietileno o polipropileno) como materia base para su fabricación, pero que no se han podido clasificar en ninguna de las categorías anteriores (si bien en algunos casos posiblemente su vida útil se limita a un solo uso).</p> <p>Es el caso de los siguientes tipos de bolsa, con o sin asas: polietileno alta densidad, bolsas reutilizables de 15 usos (norma UNE 53942), bolsas reutilizables (de más capacidad y gramaje que la bolsa de un solo uso).</p>
Bolsas de papel	<p>Bolsas fabricadas con papel. Pueden ser con asas o sin asas.</p> <p>Las bolsas de papel sin asas las distribuyen establecimientos de comercio no cotidiano, y establecimientos de cotidiano alimentario como bolsas de sección (fruta y verdura, pastelería).</p>

Bolsas de rafia	Bolsas fabricadas con tejido sintético de rafia, muy utilizadas por los establecimientos comerciales como bolsas reutilizables de gran capacidad, por su resistencia. Se considera que pueden llegar a tener unos 50 usos.
Bolsas de tela	Bolsas fabricadas con algodón, y por tanto, reutilizables.
Bolsas de tejido sin tejer	Bolsas reutilizables con tela no tejida, y reutilizables.
Otras	Otros tipos de bolsa no asimilables a las anteriores categorías, tales como: bolsas de tela plegables, bolsas de tela u otros materiales plegables con ruedas, o bien otros recipientes como pueden ser las cajas reutilizables.

Formatos comerciales con su correspondiente superficie

Establecimientos de comercio urbano	Establecimientos minoristas de superficie inferior a 400 m ² , de las siguientes tipologías: cotidiano alimentario, cotidiano no alimentario, equipamiento del hogar, equipamiento de la persona, automoción y carburantes, cultura y ocio, comercio mixto, otros. Esta categoría incluye los establecimientos en régimen de autoservicio, especializados en productos de alimentación, droguería, perfumería y producto no cotidiano, de superficie inferior a los 400 m ² (también conocidos como "superservicios").
Supermercados	Establecimientos en régimen de autoservicio, especializados en productos de alimentación, droguería, perfumería y producto no cotidiano, de superficie entre los 400 y los 2.499m ² .
Hipermercados	Establecimientos que ofrecen una amplia oferta de productos de consumo cotidiano y no cotidiano en régimen de autoservicio, con una superficie igual o mayor de 2.500 m ² .
Grandes almacenes	Establecimientos organizados por secciones, con una gran variedad de oferta comercial.

Advertencia metodológica: a lo largo del documento se presentan cuadros que contienen cifras, en ocasiones, de gran magnitud. Para datos de población, porcentajes y superficies, número de establecimientos, o unidades de bolsas, se han utilizado números enteros. Sin embargo, todos los cálculos se han realizado con todos sus decimales y, por lo tanto, los cálculos resultantes de operaciones con cantidades muy altas pueden resultar visualmente equívocos a pesar de ser correctos.

Por otro lado, las tablas que se muestran a continuación mantienen la misma numeración que en el informe completo, más exhaustivo, y es por ello que en este informe ejecutivo no siguen un orden correlativo.

Consumo total de bolsas

El volumen total de bolsas de todo tipo entregado por el comercio catalán en 2012 se ha estimado en 2.672 millones de unidades (ver tabla 19), por debajo de los 3.399 millones de unidades repartidas en 2007. El comercio urbano (con el 83% de superficie comercial catalana) concentra el 85% del consumo de bolsas de todo tipo de materiales realizado por el comercio catalán en 2012.

Tabla 19. Bolsas con y sin asas distribuidas por los diferentes formatos comerciales en Catalunya, según material

FORMATO COMERCIAL	TOTAL*	Plástico de un solo uso	Plástico compostable	Plástico oxo-biodegradable
Comercio urbano	2.272.441.113	1.937.813.822	2.482.991	192.534.233
Supermercado	332.729.890	223.867.571	28.876.475	38.403.789
Hipermercado	36.908.050	11.104.990	9.539.041	2.380.831
Gran almacén	30.426.692	21.688.524	476.586	0
TOTAL	2.672.505.744	2.194.474.907	41.375.093	233.318.853

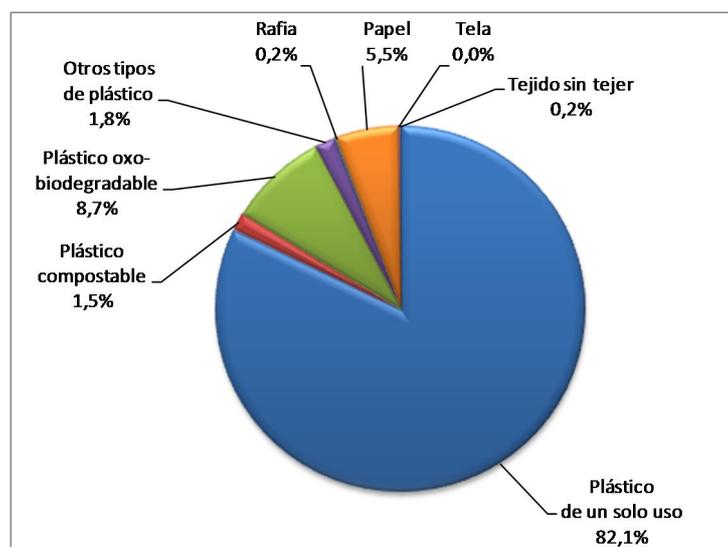
Otros tipos de plástico	Rafia	Papel	Tela	Tejido sin tejer	Otros
0	0	134.674.307	68.958	4.866.801	0
31.260.303	2.743.515	7.381.887	6.238	190.112	8.893.551
11.516.666	1.229.471	1.128.996	2.104	5.952	119.549
4.689.109	43.937	3.528.536	0	0	2.277
47.466.078	4.016.923	146.713.725	77.300	5.062.865	9.015.377

Nota: el TOTAL excluye la categoría "otros", porque ésta incluye, además de otros tipos de bolsas (bolsas plegables con ruedas), elementos no asimilables a las bolsas como cajas de cartón reutilizable. Por otra parte, según los resultados de la encuesta, el comercio urbano no distribuye bolsas de otros tipos de plástico, se trata de un tipo de bolsa que los establecimientos encuestados, o efectivamente no utilizan, o no distinguen de la BPNU, al contrario de las enseñas de supermercados e hipermercados, que las emplean como sustituto de las BPNU en aplicación de una política de erradicación de las bolsas de un solo uso y, por lo tanto, las tienen perfectamente contabilizadas.

Fuente: elaboración propia.

Los datos confirman la preponderancia del plástico entre las bolsas repartidas por el comercio (gráfico 7): **9 de cada 10 bolsas entregadas por el sector comercial catalán son bolsas de plástico** (de un solo uso, oxobiodegradable, de rafia o de otro tipo de plástico).

Gráfico 7. Distribución de las bolsas con y sin asas repartidas por el comercio en Catalunya, según material (%)

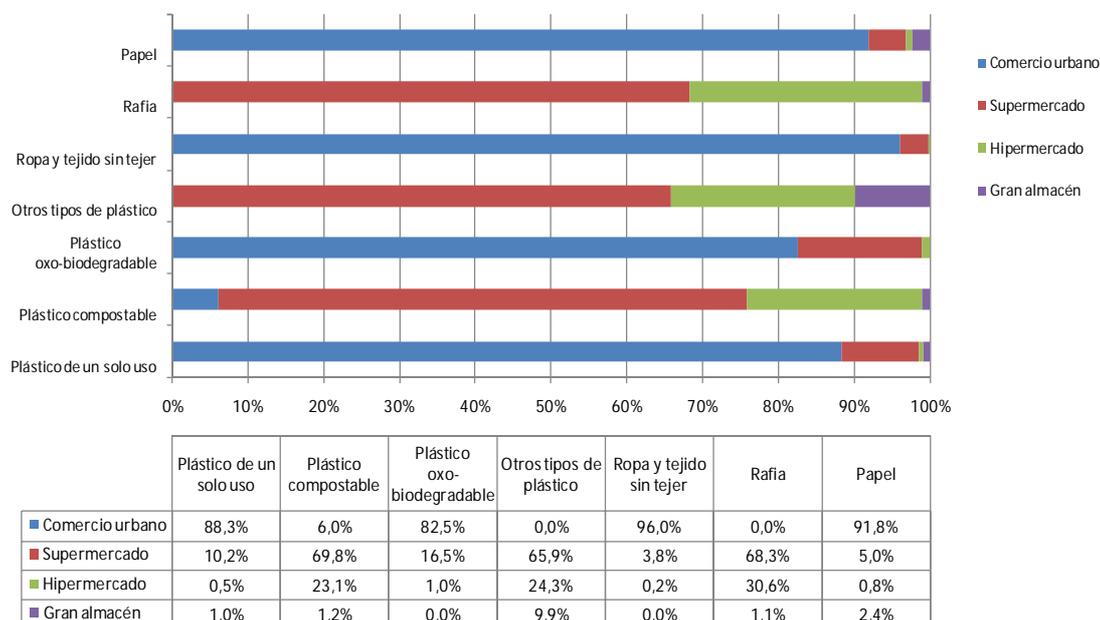


Fuente: elaboración propia

El gráfico 8 analiza cuál es el uso de los diferentes materiales de que están fabricadas las bolsas por parte de los diversos formatos comerciales. Dejando de lado el plástico de un solo uso (que es empleado de manera preponderante por el comercio urbano) podemos señalar que:

- > Las bolsas de **plástico oxobiodegradable** (que suponen el 8,7% del total de bolsas) son repartidas en su práctica totalidad por establecimientos de comercio urbano (82,6%) y supermercados (16%).
- > Del conjunto de bolsas de **plástico compostable** distribuidas (suponen tan sólo el 1,5% del total de bolsas repartidas), el 72% lo reparten los supermercados y una cuarta parte, los hipermercados.
- > El comercio urbano reparte 9 de cada 10 **bolsas de papel**, así como 9 de cada 10 **bolsas de tela y tejido sin tejer** entregadas a los consumidores en Catalunya.
- > 7 de cada 10 bolsas de **rafia** repartidas en Catalunya las distribuyen los supermercados, y 3 de cada 10, los hipermercados.

Gráfico 8. Distribución de los diferentes materiales de bolsas con y sin asas, según formatos comerciales (en%)



Fuente: elaboración propia

Consumo de BPNU

El total de bolsas de plástico con asas de un solo uso (BPNU) entregado por los establecimientos comerciales en 2012 se ha estimado en 1.177 millones de unidades (tabla 21), cerca de la mitad de los más de 2.354 millones de unidades entregadas en 2007.

Tabla 21. Bolsas de plástico con asas de un solo uso (BPNU) distribuidas en Catalunya por los diferentes formatos y subsectores comerciales

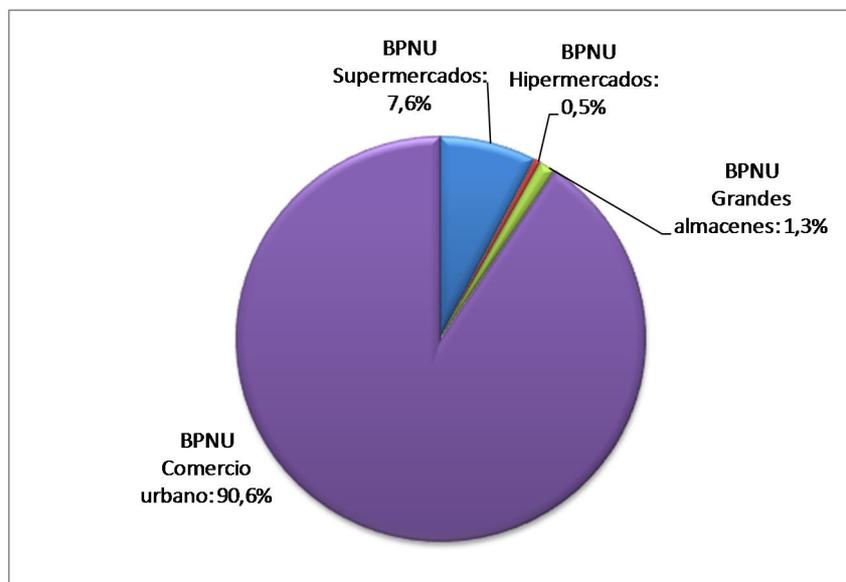
SUBSECTOR	BPNU TOTAL	BPNU Supermercados	BPNU Hipermercados	BPNU Grandes almacenes	BPNU Comercio urbano
Cotidiano alimentario	853.269.602	89.635.761			763.633.841
Cotidiano no alimentario	57.686.538				57.686.538
Equipamiento del hogar	79.593.119				79.593.119
Equipamiento de la persona	37.597.434				37.597.434
Automoción y carburantes	42.593.458				42.593.458
Cultura y ocio	18.697.802				18.697.802
Comercio mixto	73.064.838		5.871.483	15.172.080	52.021.275
Otros	15.121.359				15.121.359
TOTAL	1.177.624.150	89.635.761	5.871.483	15.172.080	1.066.944.826

Fuente: elaboración propia

El comercio urbano es el principal consumidor de BPNU, con una cuota del 90,6% sobre el total de las BPNU repartidas en 2012 (ver gráfico 16). Esta cuota se ha más que duplicado desde el

año 2007, como consecuencia de las medidas de prevención del consumo de BPNU aplicadas por los supermercados, hipermercados y grandes almacenes.

Gráfico 16. BPNU distribuidas por los formatos comerciales en Catalunya (en % sobre el total de BPNU distribuidas)



Fuente: elaboración propia

El **subsector comercial que aporta más bolsas con asas de un solo uso** al resultado final del cómputo de BPNU (gráfico 9) es, con diferencia, el **cotidiano alimentario** (algo más de 7 de cada 10 BPNU repartidas). Con un peso mucho menor aparecen el equipamiento del hogar (distribuye el 6,8% de las BPNU entregadas por el comercio catalán) y el comercio mixto (6,2% de las BPNU repartidas). En el caso del comercio mixto, una cuarta parte de las BPNU que aporta el sector en 2012 proviene de los grandes almacenes, y un 8%, de los hipermercados.

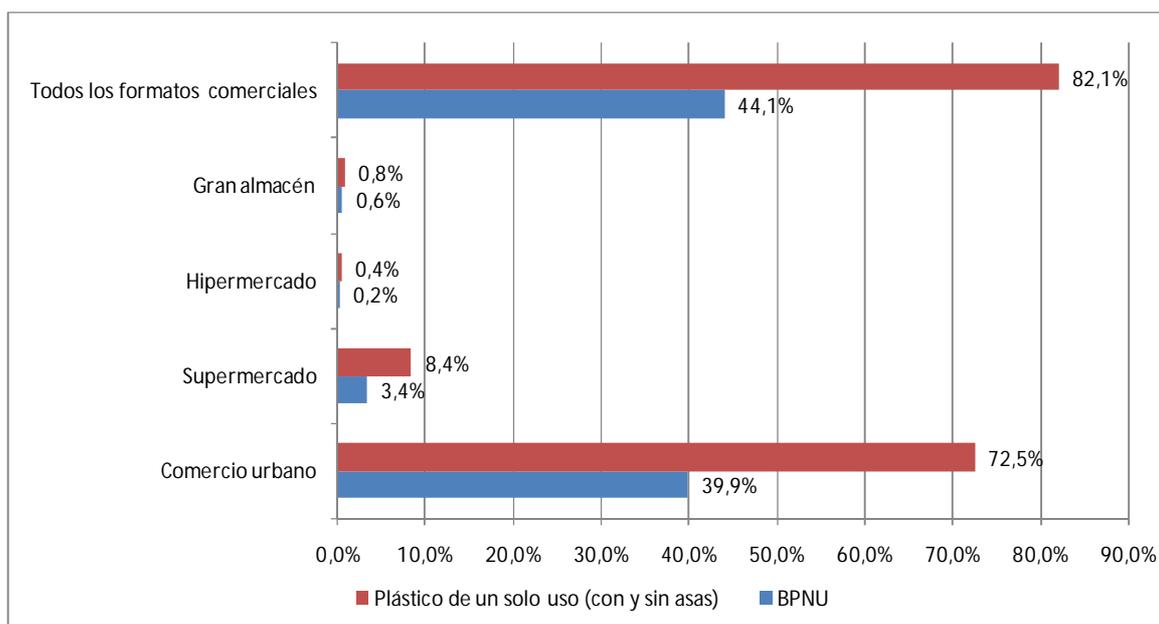
Gráfico 9. BPNU distribuidas por subsectores comerciales de Catalunya, considerando todos los formatos comerciales (en % sobre el total de BPNU distribuidas)



Fuente: elaboración propia

El gráfico 17 permite apreciar cuál es la importancia relativa de las bolsas de plástico de un solo uso con y sin asas, y las BPNU, sobre la totalidad de bolsas, de plástico o de otros materiales, entregadas por los establecimientos comerciales catalanes. **Las bolsas de plástico de un solo uso (con y sin asas) representan el 82,1% de todas las bolsas distribuidas por el conjunto de formatos comerciales, y las BPNU, el 44,1%.**

Gráfico 17. Bolsas de plástico de un solo uso (con y sin asas) y BPNU distribuidas por los diferentes formatos comerciales de Catalunya en el año 2012 (en % sobre la totalidad de bolsas distribuidas por el comercio)



Por su parte, los datos desagregados por formatos comerciales denotan el peso del comercio urbano como principal distribuidor de bolsas de plástico: **un 72,5% de las bolsas entregadas en Catalunya el año 2012 son bolsas de plástico de un solo uso (con asas y sin asas) que reparte el comercio urbano.** Adicionalmente, cabe señalar que de la totalidad de las bolsas distribuidas por el comercio catalán en 2012, cerca de 4 de cada 10 eran BPNU entregadas por los establecimientos de comercio urbano.

Peso de las bolsas de plástico

En el año 2012 se consumió en Catalunya un volumen de más de 7.500 toneladas de plástico sólo en BPNU, y unas 10.520 toneladas de plástico correspondientes a bolsas de plástico de un solo uso, con y sin asas (tabla 25).

Tabla 25. Peso en kilos de las bolsas de plástico de un solo uso (bolsas con asas y bolsas sin asas), según subsector / formato comercial

SUBSECTOR / FORMATO		PLÁSTICO UN SOLO USO CON ASAS - BPNU	PLÁSTICO UN SOLO USO SIN ASAS	TOTAL
Comercio urbano	Cotidiano alimentario	4.016.714	2.384.063	6.400.777
	Cotidiano no alimentario	339.774	3.690	343.464
	Equipamiento del hogar	813.442	917	814.359
	Equipamiento de la persona	567.345	1.134	568.480
	Automoción y carburantes	270.468	3.878	274.346
	Cultura y ocio	324.781	-	324.781
	Comercio mixto	240.338	202.015	240.338
	Otros	146.375	-	146.375
Supermercados		493.096	349.338	842.435
Hipermercados		29.357	18.396	47.753
Grandes almacenes		284.021	32.843	316.864
TOTAL		7.525.712	2.996.275	10.521.987

Fuente: elaboración propia

Evolución de los resultados de consumo de BPNU 2007 – 2012¹

Tal y como se observa en la tabla 37 (que muestra el consumo comparado de BPNU en los años 2007, 2009, 2011 y 2012), y en el gráfico 10, **el comercio urbano ha incrementado el consumo de bolsas con asas de un solo uso en un 7,8%, siguiendo una tendencia contraria al resto de formatos comerciales.** Los **supermercados e hipermercados, en cambio, han reducido el consumo de BPNU en un 92,2% y un 96,6%, respectivamente,** mientras que **las BPNU entregadas por los grandes almacenes en 2012 son un 62% inferiores a las repartidas en 2007.**

En conjunto, pues, **entre 2007 y 2012 se ha repartido un 50,0% menos de BPNU por parte de la totalidad del comercio catalán** (equivalente a una reducción de 1.177 millones de unidades).

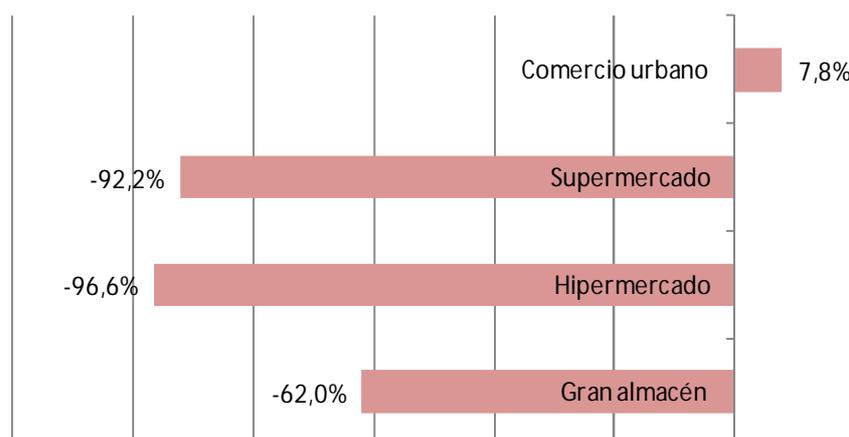
¹ La estimación del consumo de bolsas de plástico en el comercio catalán se ha realizado a partir del indicador básico, "bolsas/m²", aplicado a la superficie comercial total en Catalunya, extraída del Plan Territorial Sectorial de Equipamientos Comerciales (PTSEC) 2006 – 2009. Si bien los datos de superficie de venta de supermercados, hipermercados y grandes almacenes se han podido actualizar gracias al *Anuario 2011, Sector Cotidiano en Régimen de Autoservicio*, no existen datos actuales de superficie del comercio urbano. Ahora bien, todos los análisis de la situación del comercio minorista muestran un deterioro de la coyuntura del sector en los últimos años, como consecuencia de la crisis, que, por lo tanto, posiblemente hayan comportado una disminución en la superficie comercial observada en el PTSEC.

Tabla 37. Consumo de BPNU por formatos comerciales, años 2007, 2009, 2011 y 2012, y variación relativa 2007 – 2012

FORMATO COMERCIAL	CONSUMO BPNU 2007	CONSUMO BPNU 2009	CONSUMO BPNU 2011	CONSUMO BPNU 2012	VARIACIÓN 07-12 (%)
Comercio urbano	990.027.076	799.696.104	1.149.264.439	1.066.944.826	7,8%
Supermercado	1.151.779.755	755.874.494	145.183.404	89.635.761	-92,2%
Hipermercado	172.640.302	106.668.913	36.868.210	5.871.483	-96,6%
Gran almacén	39.899.236	35.358.836	18.044.410	15.172.080	-62,0%
TOTAL	2.354.346.369	1.697.598.347	1.349.360.462	1.177.624.150	-50,0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 10. Variación relativa 2007 – 2012 en las unidades de BPNU distribuidas por los diferentes formatos comerciales en Catalunya



Fuente: elaboración propia

El peso de las BPNU también ha caído significativamente en todos los formatos comerciales, y de manera muy especial, en los supermercados e hipermercados. Si bien en 2007 el peso de todas las BPNU entregadas por el comercio catalán se cifró en unas 18 mil toneladas, en el año 2012 el peso de las BPNU se ha reducido a algo más de 7.500 toneladas.

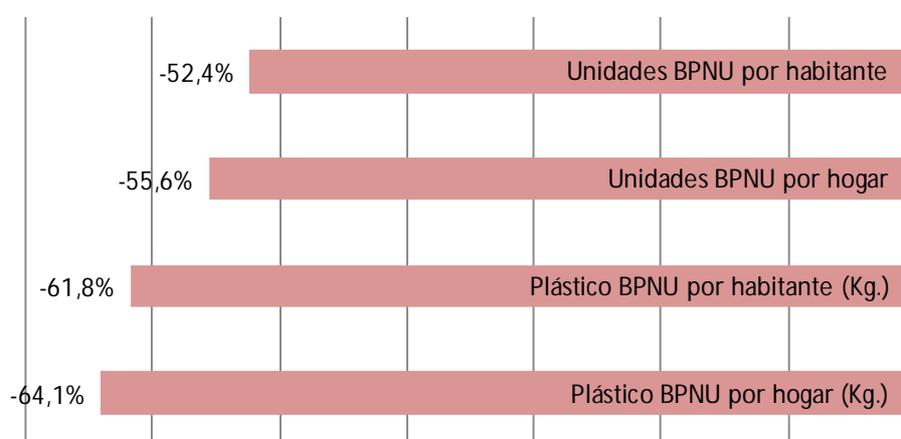
En cuanto a la evolución de los principales indicadores de consumo, la tabla 39 y el gráfico 12 muestran una **caída importante entre los años 2007 y 2012 tanto en las unidades de BPNU por hogar y habitante, como en los kg. de plástico procedente de las BPNU per cápita y por hogar** en Catalunya, superando el objetivo del 50% de reducción en las unidades por habitante y hogar y de kg. de plástico por habitante y hogar establecido por el PROGEMIC y asumido por el Pacto por la Bolsa.

Tabla 39. Evolución de los principales indicadores de consumo de BPNU en Catalunya, años 2007, 2009, 2011 y 2012, y variación relativa 2007 – 2012

INDICADOR	2007	2009	2011	2012	VARIACIÓN 07-12 (%)
Unidades BPNU por habitante	327	227	179	156	-52,4%
Unidades BPNU por hogar	911	641	465	405	-55,6%
Plástico BPNU por habitante (Kg.)	2,6	1,5	1,0	1,0	-61,8%
Plástico BPNU por hogar (Kg.)	7,2	4,2	2,5	2,6	-64,1%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 12. Variación relativa 2007 – 2012 de los principales indicadores de consumo de BPNU en Catalunya



Fuente: elaboración propia

Entre 2007 y 2012 el número de unidades de BPNU por habitante se ha reducido en un 52%, tras pasar de 327 unidades de BPNU por habitante a 156 unidades. Este resultado supone haber alcanzado el objetivo de prevención en el número de bolsas de plástico de un solo uso per cápita entregadas por los comercios fijado en el Programa de Gestión de Residuos Municipales 2006 – 2012 (PROGEMIC) i en el propio Pacto por la Bolsa.

Un último apunte de interés se refiere a **la evolución del consumo de bolsas de otros materiales como el oxobiodegradable, el compostable y los "otros plásticos"** (tabla 40). Aunque la evolución en un solo año no puede considerarse que marque tendencia, sí puede proporcionar pistas que ayuden a fijar el foco de atención para los próximos años.

Tabla 40. Variación relativa en el consumo de bolsas de diferentes materiales por formatos comerciales, años 2011 y 2012 (en %)

Oxobiodegradable

FORMATO COMERCIAL	Oxobiodegradables con asas	Oxobiodegradables sin asas	Oxobiodegradables con y sin asas
Comercio urbano	207,6	-100,0	170,3
Supermercado	-92,6	59,6	-38,8
Hipermercado	-31,9	110,8	-2,4
Gran almacén	-	-	-
TOTAL	87,3	16,4	71,0

Fuente: elaboración propia

Compostable

FORMATO COMERCIAL	Compostables con asas	Compostables sin asas	Compostables con y sin asas
Comercio urbano	-48,3	-100,0	-50,3
Supermercado	490,7	-100,0	407,3
Hipermercado	-28,5	-	-28,5
Gran almacén	-55,2	-	-55,2
TOTAL	71,7	-100,0	64,9

Fuente: elaboración propia

Otras plástico

FORMATO COMERCIAL	Otras plástico con asas	Otras plástico sin asas	Otras plástico con y sin asas
Comercio urbano	-	-	-
Supermercado	-5,0	-100,0	-11,5
Hipermercado	222,3	-	222,3
Gran almacén	-59,1	-	-59,1
TOTAL	-1,0	-100,0	-5,7

Fuente: elaboración propia

Entre los años 2011 y 2012 las **bolsas oxobiodegradables han incrementado su presencia en el conjunto del comercio catalán en un 71%**. En un solo año se habría pasado de consumir 136 millones de unidades de bolsas oxobiodegradables, con y sin asas, a consumir 233 millones. Esta tendencia incremental parece que tiene que ver con su normalización dentro del comercio urbano en el formato de bolsa con asas (de 62,6 millones de bolsas consumidas en 2011 a 192,5 millones en 2012). En los supermercados es un tipo de bolsa en retirada (de 40,6 millones de bolsas en 2011 a 2,9 en 2012), pero, en cambio, se encuentra relativamente consolidada en los hipermercados (1,9 millones de unidades en 2011 y 1,3 millones, en 2012).

Las bolsas compostables han experimentado un incremento relativo de un 64,9% entre 2011 y 2012 en el conjunto del comercio catalán, que cabe atribuir básicamente al fortísimo avance de este material entre las bolsas con asas utilizadas por los supermercados (pasan de 4,8 a 28,8

millones de unidades en un solo año). En cambio, en los establecimientos de comercio urbano e hipermercados se registra un retroceso en el uso de la bolsa compostable con asas.

Finalmente, **las bolsas de otros tipos de plástico** (bolsas de plástico de más de un uso, con mayor capacidad y gramaje que las BPNU) han disminuido un 5,7% entre 2011 y 2012, al pasar de 50 a 47 millones de unidades. Este retroceso, sin embargo, podría no ser un reflejo fidedigno de la realidad, puesto que tiene que ver con la desaparición de las bolsas de sección de otro tipo de plástico que, muy probablemente, se debe a un cambio en la muestra de supermercados encuestados. En cambio, si se observa **la evolución de las bolsas de otros tipos de plástico con asas** (totalmente fiable) en el conjunto del comercio catalán, el **retroceso es mínimo, de un 1%**. Por formatos comerciales, los grandes almacenes reducen el uso de este tipo de bolsa (en 2011 en repartieron 11,5 millones de unidades frente a los 4,7 millones en 2012), mientras que los hipermercados lo potencian (pasan de 3,6 millones de unidades en 2011, a 11,5 en 2012). En los supermercados esta bolsa se encuentra relativamente consolidada, si bien sufre un leve retroceso (de 32,9 millones de unidades en 2011 a 31,3 millones de unidades en 2012).

Prevención en el consumo de bolsas de plástico

Comercio urbano

El **comercio urbano** sigue considerando que la bolsa es un servicio más de los que proporciona a su clientela. Si bien parece claro que **la extensión generalizada de las BPNU se debe a su bajo coste, el 70% de los comercios** consultados que entrega BPNU **lleva a cabo alguna acción para prevenir el consumo** (frente al 63% registrado en 2007). Ahora bien, el cobro de la BPNU, o la bonificación a los clientes que no la utilizan, es todavía un fenómeno residual (sólo 12 comercios en toda la muestra encuestada).

Si se le da a elegir, el comercio urbano prefiere la sustitución de las BPNU por bolsas de materiales alternativos al plástico (67,7% de los comercios) **antes que la implantación de su cobro** (18,4%) **o la prohibición** de estas bolsas (0,3% de las respuestas). Sea como fuere, en el sector predomina una idea preconcebida de que la adopción de medidas de cobro o sustitución de las BPNU comportará consecuencias principalmente negativas (incremento de costes, mala imagen, insatisfacción del consumidor y pérdida de competitividad) con poco margen para las positivas (imagen de compromiso ambiental, reducción de costes). **Sólo 2 de cada 10 comerciantes perciben que la medida de cobro o sustitución de las bolsas de plástico por otros tipos de bolsa no tendría ninguna consecuencia** en su imagen o sus ventas (ni positiva ni negativa).

Esta percepción contrasta con la respuesta obtenida por parte de los 12 establecimientos de la muestra que cobran las bolsas de plástico (mayoritariamente localizados en el sector cotidiano

alimentario) en relación a las consecuencias de su decisión de cobrar las BPNU. Si bien el resultado no se puede considerar estadísticamente significativo a causa de la reducida dimensión de esta submuestra, la **constatación de estos 12 comercios es que el cobro de las bolsas de plástico no ha tenido ninguna consecuencia ni para sus clientes ni en términos de ventas.**

Supermercados, hipermercados y grandes almacenes

Las **enseñas de supermercados, hipermercados y grandes almacenes** han ido implantando medidas de prevención del consumo de BPNU en los últimos años. La tabla 41 recoge sintéticamente el catálogo de medidas implantadas, que en el informe de resultados se describen de manera más exhaustiva.

Tabla 41. Implantación de las medidas de prevención del consumo de BPNU por parte de los establecimientos de las enseñas consultadas

Medidas de prevención del consumo de BPNU	Supermercados	Hipermercados / Grandes almacenes
Retirada de las BPNU del lineal de caja	Medida extendida	Medida consolidada
Cobro de las BPNU en el lineal de caja	Medida consolidada	Medida extendida
Descuento o bonificación del coste de las BPNU a los clientes que no las utilizan	Medida extendida	Medida no implantada
Reducción del gramaje / eliminación dióxido de titanio (pigmento blanco) de las BPNU	Medida incipiente	Medida incipiente
Introducción de bolsas o envases de otros materiales/reutilizables , de cobro	Medida consolidada	Medida consolidada
Introducción de la bolsa de plástico con asas de 15 usos , de cobro	Medida incipiente	Medida consolidada
Información / sensibilización a los consumidores/as	Medida consolidada	Medida extendida
Sensibilización / formación a trabajadores/as	Medida extendida	Medida incipiente

Leyenda de colores:

- Medida consolidada: implantada por una amplia mayoría de las enseñas consultadas
- Medida extendida: implantada por una proporción importante de las enseñas consultadas
- Medida incipiente: implantada por una fracción minoritaria de las enseñas consultadas
- Medida no implantada

Fuente: elaboración propia

Metodología

Un elemento fundamental de la metodología para medir el consumo de bolsas a partir de la experiencia del sector comercial, que es el principal suministrador, es la determinación de las superficies comerciales, que permiten cuantificar el consumo de bolsas por metro cuadrado. La disponibilidad de datos de "bolsas / m²" es lo que permite extrapolar los datos obtenidos a través de encuesta o recogida de información directa de los operadores comerciales al conjunto del comercio catalán. Por coherencia metodológica con las ediciones de 2007, 2009 y 2011 del *Estudio sobre el consumo de bolsas de plástico*, se ha considerado como base de cálculo de superficies la información facilitada por el Plan Territorial Sectorial de Equipamientos Comerciales 2006 – 2009.

Los datos de superficie que se han utilizado como base para el cálculo del consumo de bolsas en 2012 son los siguientes:

Tabla 43. Distribución de las superficies comerciales en Catalunya por subsectores y formatos comerciales

SUBSECTOR	TOTAL SUPERFICIE m ²	SUPERMERCADO SUPERFICIE m ²	HIPERMERCADO SUPERFICIE m ²	GRAN ALMACÉN SUPERFICIE m ²	COMERCIO URBANO SUPERFICIE m ²
Cotidiano alimentario	2.655.989	1.202.605			1.453.384
Cotidiano no alimentario	385.555				385.555
Equipamiento del hogar	2.490.257				2.490.257
Equipamiento de la persona	1.311.428				1.311.428
Automoción y carburantes	1.215.294				1.215.294
Cultura y ocio	555.692				555.692
Comercio mixto	1.113.843		356.605	219.877	537.361
Otros	321.541				321.541
TOTAL	10.049.599	1.202.605	356.605	219.877	8.270.512

FUENTE: elaboración propia a partir de PTSEC 2006-2009 y Anuario Sector cotidiano en régimen de autoservicio 2011

El consumo de bolsas en el ámbito del comercio urbano se ha estimado a través de una entrevista a una muestra significativa de 405 establecimientos comerciales en Catalunya, ubicados en el Eixample de Barcelona (75% de la muestra) y en Mollerussa (25 % restante). La distribución de la muestra por subsectores comerciales se ha realizado en base al peso de la superficie comercial de cada subsector de actividad en Catalunya, con un resultado que responde a la distribución real del sector en el territorio, de acuerdo con el PTSEC.

Para estimar el consumo de bolsas de plástico de supermercados, hipermercados y grandes almacenes, se ha llevado a cabo un proceso de recogida de información directa a una muestra amplia de operadores de enseñas comerciales de formato no individual con establecimientos en Catalunya el año 2012. Los datos obtenidos han sido extrapolados posteriormente al conjunto de la superficie de estos tres formatos.

Las enseñas de supermercados que han aportado información son las siguientes: Grupo Bon Preu, CAT-DIS (Condis, Sorli Discau, Caprabo y Ecoveritas), Grupo Día, Carrefour Express, CEDAC

(Consumo, FACSA, Fragadis, Mercadona, Miquel Alimentació Grup, Super Grupo, SUPSA y Valvi Alimentación y Servicios) y Simply - Supermercados Sabeco.

En cuanto a los hipermercados, se ha conseguido información del 100% de los establecimientos contabilizados en Catalunya (51 establecimientos), de las siguientes enseñas: Alcampo, Esclat (Grupo Bon Preu), Carrefour, Hipercor, Grupo Eroski (establecimientos Caprabo y Eroski) y Simply – Supermercados Sabeco.

Los Grandes Almacenes están representados por una única marca, El Corte Inglés, que ha facilitado información para los 9 establecimientos de que dispone en Catalunya.



www.daleph.com