



# **RECICLO Y EL DESAFÍO DE LA REUTILIZACIÓN: UNA MIRADA AL RETORNO DE ENVASES**

**Propuestas innovadoras para mejorar la experiencia  
del usuario y fortalecer la economía circular**



**Integrantes:**

- **Horrach Affaticati, Maria Solana**
- **Isas, Martina del Rosario**
- **Leon Ganepa, Lucia**
- **Palou, Ivan Enric**
- **Roldan, Maria Laura**



**Índice**

Resumen.....	3
Introducción.....	4
Situación Problemática.....	4
Preguntas de Investigación.....	4
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos.....	5
Marco Metodológico.....	5
Marco Teórico.....	6
Economía Circular.....	6
Logística inversa.....	7
Consumo responsable.....	7
Conciencia ambiental.....	7
Medio ambiente y sostenibilidad.....	8
Aplicación.....	8
<i>Operatoria de Reciclo</i> .....	8
<i>Análisis FODA</i> .....	9
<i>Estrategias FO-FA-DO-DA</i> .....	11
<i>Análisis de las 5 fuerzas de Porter</i> .....	12
<i>Análisis de los principales resultados de la encuesta realizada a clientes de RECICLO:</i> .....	14
<i>Conclusiones de la encuesta:</i> .....	15
<i>Plan de desarrollo de IA para logística inversa en RECICLO</i> .....	16
<i>Propuestas a mejorar:</i> .....	18
Conclusión.....	19
Referencias.....	20
Anexo.....	20



**Horrach Affaticati, Maria Solana - Isas, Martina del Rosario- Palou, Ivan Enric -  
Roldan, Maria Laura - Leon Canepa, Lucia.**

**[isasmartina99@gmail.com](mailto:isasmartina99@gmail.com) - [lucialeoncanepa@gmail.com](mailto:lucialeoncanepa@gmail.com) -**

**[ivanenric3@gmail.com](mailto:ivanenric3@gmail.com) - [roldanlaura7@gmail.com](mailto:roldanlaura7@gmail.com) - [solanahorrach@gmail.com](mailto:solanahorrach@gmail.com)**

### **Resumen**

El presente trabajo analiza el sistema de devolución de envases reutilizables implementado por RECICLO, una empresa tucumana que adopta los principios de la economía circular en el rubro de productos de limpieza. En un contexto global de creciente preocupación ambiental, este estudio se centra en comprender las percepciones, motivaciones y barreras que enfrentan los usuarios a la hora de participar en el modelo de logística inversa, con el fin de proponer estrategias que fortalezcan el compromiso del consumidor y mejoren la tasa de retorno de envases.

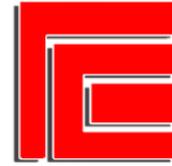
Desde un enfoque cualitativo e interpretativo, se utilizaron entrevistas semiestructuradas, análisis de comentarios en redes sociales y encuestas abiertas para explorar la experiencia del usuario. Los resultados revelan que, aunque los consumidores valoran el modelo por su impacto ambiental positivo, existen obstáculos como la falta de información clara, la confusión sobre el funcionamiento del sistema y hábitos de consumo arraigados que dificultan su adopción plena.

Entre los principales conceptos teóricos abordados se encuentran la economía circular, la logística inversa, el consumo responsable y la conciencia ambiental. Se destaca que el modelo de RECICLO requiere no solo eficiencia operativa, sino también una transformación cultural y comunicacional que acompañe a los usuarios en este nuevo paradigma.

A partir de los hallazgos, se proponen mejoras específicas como la incorporación de secciones explicativas en los canales digitales, la visibilización del impacto ambiental de cada devolución, testimonios reales de clientes y un sistema de preguntas frecuentes. Asimismo, se plantea un plan de aplicación de inteligencia artificial en cinco etapas para optimizar la logística inversa, mejorar la trazabilidad y fomentar la participación activa del consumidor.

En conclusión, este trabajo no solo diagnostica una problemática operativa, sino que ofrece herramientas concretas para fortalecer un modelo sustentable que apuesta por una nueva forma de consumir, más consciente, responsable y alineada con los desafíos ambientales del presente.

**Palabras Clave:** economía circular - logística inversa - sostenibilidad - consumo responsable - conciencia ambiental.



## Introducción

En un mundo donde la crisis ambiental se intensifica y la urgencia por adoptar modelos sostenibles ya no es una opción, sino una necesidad, la economía circular se posiciona como un paradigma fundamental para redefinir la producción y el consumo. Los océanos saturados de plásticos, los vertederos colapsados y la demanda creciente por prácticas responsables, exigen una transformación urgente.

En la era del algoritmo y la inmediatez, donde las decisiones de consumo se toman con un clic y los productos viajan más que las personas, el desafío de construir hábitos sostenibles ya no depende únicamente de buenas intenciones. Hoy, lograr que un envase vuelva a manos de quien lo reutilizará requiere más que un diseño ecológico: necesita de inteligencia estratégica y una profunda comprensión del comportamiento humano. Esta transición hacia un modelo más sostenible no es solo un cambio técnico o normativo: es un **desafío cultural y conductual**.

En este contexto, RECICLO ha adoptado un sistema de reutilización de envases en la industria de productos de limpieza, proponiendo un enfoque innovador basado en la reducción de residuos plásticos, el aprovechamiento de recursos y la participación activa del consumidor. Sin embargo, implementar un modelo de economía circular no está exento de desafíos: garantizar la devolución efectiva de los envases, diseñar estrategias que equilibren sostenibilidad y rentabilidad, e incorporar herramientas tecnológicas que acompañen al usuario en su experiencia de consumo.

## Situación Problemática

En los últimos años, empresas como RECICLO han adoptado modelos de economía circular basados en la reutilización de envases como una respuesta sostenible y funcional a los desafíos ambientales actuales. Sin embargo, como ocurre en muchas iniciativas de este tipo, **la dinámica de devolución de envases presenta comportamientos diversos por parte de los usuarios**, generando tiempos de retorno heterogéneos y, en algunos casos, prolongados. Esta variabilidad, que forma parte natural de los procesos donde intervienen decisiones humanas, introduce desafíos operativos y estratégicos en la gestión logística de RECICLO.

## Preguntas de Investigación

1. ¿De qué manera perciben los usuarios el sistema de devolución de envases de **RECICLO**?
2. ¿Qué aspectos de la logística inversa son más cuestionados o valorados por los usuarios?
3. ¿De qué forma experimentan los clientes la interacción con la app y el modelo de RECICLO?



4. ¿Qué cambios podrían motivar una participación más activa en la devolución de envases?

### **Objetivo General**

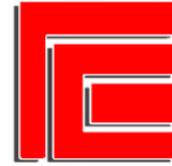
Comprender las percepciones, motivaciones y barreras que enfrentan los usuarios de **RECICLO** respecto a la devolución de envases, con el fin de proponer estrategias participativas que refuercen la adopción del modelo circular.

### **Objetivos Específicos**

- Explorar los significados que los clientes atribuyen al acto de devolver el envase.
- Interpretar el feedback de los usuarios en los canales digitales de la empresa.
- Indagar experiencias de uso de la app vinculadas a la devolución.
- Proponer estrategias basadas en empatía y participación para mejorar el compromiso con el sistema.

### **Marco Metodológico**

El presente trabajo se enmarca dentro del enfoque cualitativo, dado que se propone comprender en profundidad las percepciones, significados y experiencias de los usuarios del sistema de devolución de envases de RECICLO. Según Hernández Sampieri et al. (2018), la investigación cualitativa busca entender fenómenos en profundidad desde la perspectiva de los participantes, permitiendo acceder a su cosmovisión, lenguaje y prácticas cotidianas. Este enfoque es el más adecuado cuando el objeto de estudio se relaciona con fenómenos sociales, comportamientos y decisiones influenciadas por factores culturales, emocionales y simbólicos. La investigación se sustenta en el paradigma interpretativo-naturalista, el cual considera que la realidad social es construida por los sujetos en interacción con su entorno, y que debe ser comprendida desde sus propias perspectivas. Este paradigma reconoce la subjetividad como parte del conocimiento y valoriza los contextos, significados y narrativas de los actores sociales. En cuanto al diseño metodológico, se adopta un enfoque de investigación-acción. Esta elección responde al objetivo del trabajo: no sólo describir o interpretar una situación problemática (baja tasa de devolución de envases), sino también contribuir activamente a su mejora mediante el desarrollo de propuestas innovadoras basadas en la participación y el diálogo con los propios usuarios. La investigación-acción permite una relación estrecha entre teoría y práctica, ya que el conocimiento producido tiene como fin transformar la realidad a partir del análisis crítico y colaborativo. Este tipo de diseño, señala Hernández Sampieri (2018), es especialmente útil cuando se trabaja con grupos sociales o comunitarios, en contextos reales, y con intención de provocar un cambio participativo mediante estrategias aplicadas.



Para obtener una comprensión profunda y diversificada de la experiencia de los usuarios, se utilizarán dos técnicas principales de recolección de datos:

### **1. Entrevistas semiestructuradas**

Esta técnica permitirá acceder a los discursos y vivencias de los usuarios desde su propia voz. Las entrevistas se realizarán de forma individual (autogestionadas), siguiendo una guía flexible de preguntas abiertas que permitirán explorar temáticas claves como: experiencias con el sistema de devolución, barreras percibidas, motivaciones, conocimientos sobre economía circular y logística inversa, y sugerencias para mejorar la app o el servicio.

### **2. Análisis de discurso en entornos digitales**

Se realizará un análisis cualitativo de comentarios realizados por los usuarios en los canales digitales de RECICLO: redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter), secciones de comentarios en la app y foros/reseñas en tiendas digitales. Esta técnica permitirá captar expresiones espontáneas de satisfacción, crítica, duda o sugerencia, sin la intervención directa de los investigadores.

Este material será tratado como "datos naturales", es decir, discursos producidos en un entorno no investigativo pero relevantes para el objeto de estudio.

Se utilizará un **muestreo no probabilístico por criterios**, típico del enfoque cualitativo (Hernández Sampieri, 2018). Los participantes serán seleccionados intencionalmente con base en su experiencia previa con el sistema RECICLO y en su nivel de compromiso con la devolución de envases.

Posteriormente, los datos recolectados en las etapas anteriores serán analizados, comparados e interpretados para poder concluir sobre la problemática en cuestión.

## **Marco Teórico**

### **Economía Circular**

La economía circular según Geissdoefer M. (2017). (The Circular Economy) es un concepto económico que se propone como alternativa al modelo lineal tradicional de "tomar, hacer, desechar". Su objetivo es usar los recursos el mayor tiempo posible, aprovecharlos al máximo y luego recuperarlos o regenerarlos al final de su vida útil.

Este modelo se basa en reducir residuos, reutilizar productos y materiales y regenerar los sistemas naturales. Se ha vuelto cada vez más relevante por el impacto ambiental de la producción actual, especialmente en la industria del plástico, donde la mayoría de los residuos no se reciclan.



Aplicado al plástico, la economía circular promueve reciclar y reutilizar envases para evitar el uso de nuevas materias primas y reducir la huella de carbono. Una estrategia clave es el sistema de devolución y reutilización de envases, que también ayuda a reducir costos para las empresas.

Para que este sistema funcione, es necesario que los clientes devuelvan los envases a tiempo, por lo que muchas veces se deben establecer penalizaciones si no lo hacen.

### Logística inversa

Rubio, S., & Jiménez-Parra, B. (2005) destacan que la logística inversa no solo implica la simple devolución de productos, sino un conjunto estructurado de procesos que permiten optimizar la gestión de los recursos post-consumo. Esta disciplina abarca actividades como la recolección, clasificación, transporte, almacenamiento y tratamiento de productos usados, sobrantes o residuos con el fin de reintegrarlos al ciclo productivo mediante su recuperación, reciclaje o reutilización, o bien asegurar su disposición final adecuada para minimizar el impacto ambiental.

Además, los autores señalan que la logística inversa contribuye a la sostenibilidad empresarial y ambiental, ya que permite reducir costos asociados a la gestión de residuos y aprovechar materiales que de otra forma se perderían, promoviendo una economía circular. También resaltan la importancia de diseñar sistemas eficientes y coordinados entre diferentes actores (consumidores, distribuidores y fabricantes) para garantizar la efectividad de estos procesos.

### Consumo responsable

El **consumo responsable** es un comportamiento que busca minimizar los efectos negativos sobre el medio ambiente y la sociedad al momento de adquirir y utilizar productos y servicios. Según la Organización de las Naciones Unidas (2015), implica elegir productos sostenibles, duraderos y que generen menos residuos, además de fomentar la reutilización y el reciclaje. Este tipo de consumo promueve el uso eficiente de los recursos naturales y contribuye a reducir la contaminación y la generación de desechos, representando una acción concreta para avanzar hacia la sostenibilidad.

### Conciencia ambiental

La **conciencia ambiental** se refiere al conocimiento y la sensibilidad que tienen las personas sobre la importancia de proteger el medio ambiente. Esta conciencia implica entender cómo las acciones humanas afectan el equilibrio ecológico y asumir la responsabilidad de adoptar prácticas que reduzcan el impacto ambiental negativo González, R., & Pérez, L. (2020). Una mayor conciencia ambiental motiva a los individuos a tomar decisiones más responsables en su consumo y estilo de vida, favoreciendo cambios positivos hacia la conservación del planeta.

Estos dos conceptos están estrechamente relacionados, ya que el consumo responsable suele ser una manifestación práctica de una conciencia ambiental desarrollada. En conjunto, fomentan una cultura de sostenibilidad que protege el medio ambiente y garantiza el bienestar de las generaciones actuales y futuras.

### Medio ambiente y sostenibilidad

El medio ambiente es el conjunto de elementos naturales y artificiales que interactúan entre sí y con los seres vivos, condicionando su calidad de vida. En el contexto actual, la sobreexplotación de recursos y la contaminación exigen que se adopten modelos de desarrollo más sostenibles, donde el equilibrio entre actividad económica y preservación ambiental sea prioridad.

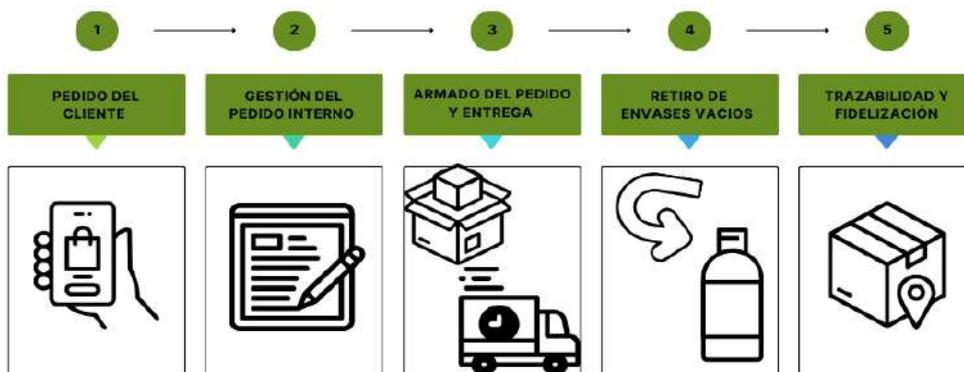
Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), la sostenibilidad ambiental implica gestionar los recursos de forma responsable, promoviendo la conservación, la reducción de residuos y la adopción de prácticas que minimicen la huella ecológica.

### Aplicación

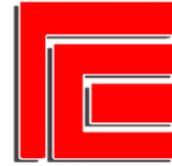
#### **Operatoria de Reciclo**

Para comprender cómo se materializa el modelo de economía circular propuesto por RECICLO, es fundamental analizar su operatoria concreta. A continuación, se detalla el recorrido que realiza un producto desde el momento en que el cliente realiza su pedido hasta la devolución y reacondicionamiento del envase reutilizable. Este proceso permite visualizar cómo se integra la logística inversa dentro del funcionamiento cotidiano de la empresa y cómo interactúan los distintos actores involucrados: cliente, sistema digital, operarios y estructura interna.

Gráfico N°1: Operatoria de RECICLO



Fuente: Elaboración propia.



### 1. Pedido del cliente

- El cliente ingresa a la tienda virtual de RECICLO a través de Pedix.
- Selecciona los productos (como artículos de limpieza o alimentos para mascotas en envases retornables), completa sus datos personales y realiza el pedido.
- Una vez confirmado, el pedido detallado llega automáticamente al sistema de Pedix.

### 2. Gestión del pedido interno

- El equipo de Reciclo recibe el pedido desde Pedix y lo carga manualmente en el sistema “Don Gestión” (su software de gestión interna).
- Cuando se terminan de cargar todas las boletas del día, el sistema envía esa información a la computadora de los operarios.
- Los operarios imprimen la hoja de ruta con los pedidos organizados y listos para preparar y repartir.

### 3. Armado del pedido y entrega

- Los operarios arman los pedidos en función de la hoja de ruta.
- Se realiza la entrega a domicilio en envases reutilizables, cumpliendo con la logística circular.

### 4. Retiro de envases vacíos

- En próximas entregas, o mediante coordinación con el cliente, RECICLO retira los envases vacíos.
- Los envases son clasificados, higienizados y preparados para reutilizarse, cerrando el ciclo circular.

### 5. Trazabilidad y fidelización

- A través de su sistema propio (como RECICLO Tracker), la empresa puede llevar un seguimiento de cada envase.

## **Analisis FODA**

Este análisis es una herramienta que nos permite identificar de forma clara las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, con el objetivo de entender mejor la situación actual de la empresa y pensar estrategias para su crecimiento.

Gráfico N° 2: Análisis FODA



Fuente: Elaboración propia

#### Fortalezas

- **Ventaja competitiva ecológica:** RECICLO ha desarrollado un sistema alineado con tendencias globales de sostenibilidad, lo que le permite diferenciarse frente a competidores que aún operan bajo esquemas tradicionales.
- **Imagen ambiental positiva:** La empresa ha logrado instalar una imagen comprometida con el cuidado del medio ambiente, generando empatía con un público que prioriza el consumo responsable.

#### Oportunidades

- **Demanda creciente de sostenibilidad:** El crecimiento del interés por productos sostenibles y la regulación ambiental más estricta favorecen modelos como el de RECICLO.
- **Potencial de crecimiento:** El modelo puede ser replicado o ampliado a otras regiones o industrias interesadas en una gestión ambiental responsable.

#### Debilidades

- **Baja comprensión del sistema:** El compromiso efectivo de los usuarios es irregular, ya que algunos clientes no tienen del todo claro cómo funciona el proceso de devolución, o lo perciben como engorroso, lo que afecta la adhesión.
- **Resistencia al cambio de hábitos:** El modelo requiere un cambio en los hábitos de consumo que no se produce de manera inmediata, lo que puede ralentizar los objetivos estratégicos de la empresa.



### Amenazas

- **Cultura del descarte:** La cultura del "usar y tirar" todavía predomina en muchos sectores, y representa un competidor cultural difícil de desplazar. -
- **Riesgo de imitación por otras empresas:** Empresas con mayor infraestructura podrían adoptar modelos similares y competir con ventajas de escala y marketing.

### **Estrategias FO-FA-DO-DA**

Luego de identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrenta RECICLO mediante el análisis FODA, resulta pertinente formular estrategias que integren estos elementos de manera articulada. El siguiente cuadro presenta combinaciones estratégicas que permiten aprovechar las fortalezas para capitalizar oportunidades (FO), contrarrestar amenazas (FA), superar debilidades aprovechando oportunidades (DO), y minimizar debilidades frente a posibles amenazas (DA). Estas estrategias constituyen una guía concreta para el diseño de acciones que refuercen el modelo circular de la empresa, mejoren la experiencia del usuario y consoliden su propuesta sostenible en un mercado cada vez más competitivo.

Cuadro N°1: Estrategias FO-FA-DO-DA

FO (Fortalezas + Oportunidades)	FA (Fortalezas + Amenazas)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Expandir el modelo a nuevas regiones destacando el diferencial sostenible y compromiso ambiental.</li> <li>● Desarrollar una campaña educativa que conecte con el creciente interés por el consumo responsable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Reforzar la comunicación sobre el impacto ambiental real del sistema para contrarrestar la cultura del descarte.</li> <li>● Construir comunidad con los usuarios actuales para fortalecer la fidelización.</li> </ul>
DO (Debilidades + Oportunidades)	DA (Debilidades + Amenazas)



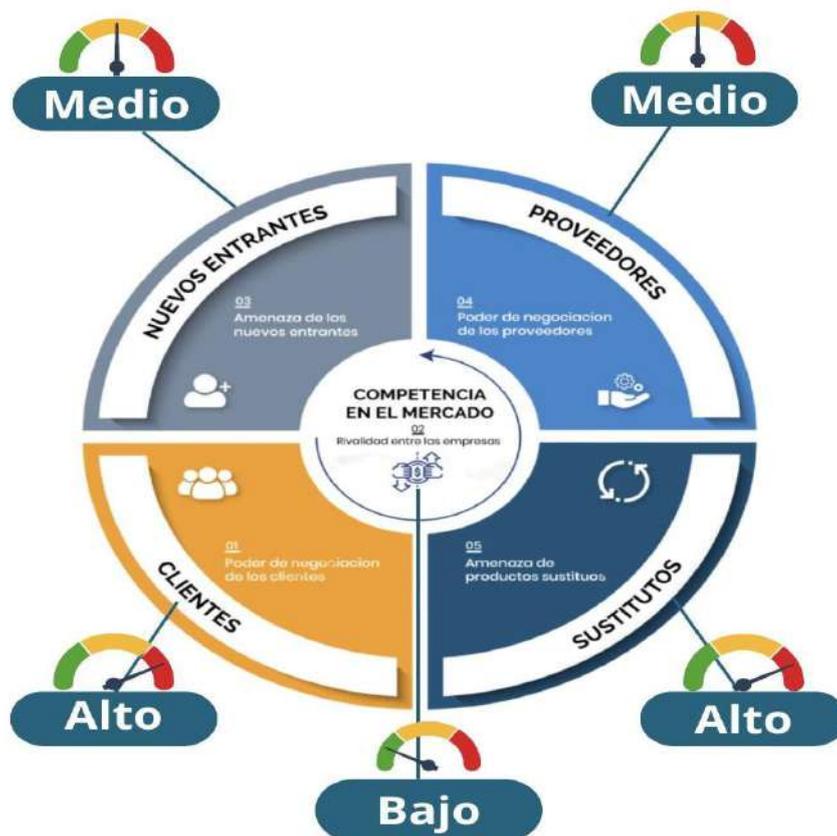
- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseñar procesos de devolución más simples e intuitivos que acompañen el cambio de hábito.</li><li>• Utilizar canales digitales para guiar a los usuarios y reducir la confusión inicial.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Crear incentivos personalizados que premien el compromiso sostenido con la devolución.</li><li>• Fortalecer la narrativa emocional para que el cliente se sienta parte de un cambio cultural.</li></ul> |
|---|---|

Fuente: Elaboración propia.

### ***Análisis de las 5 fuerzas de Porter***

El modelo permite analizar el entorno competitivo de una empresa y entender los factores que influyen en su rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo. En el caso de RECICLO, este análisis ayuda a identificar el nivel de competencia en el sector, la amenaza de nuevos entrantes, el poder de negociación de clientes y proveedores, y el riesgo de productos sustitutos, aportando una visión estratégica para fortalecer su posición en el mercado.

Gráfico N°3: Análisis de las 5 fuerzas de Porter



Fuente: Elaboración propia.

### 1. Poder de los clientes: Alto.

Los consumidores tienen mucha influencia en el sistema. Si no devuelven los envases, el ciclo de reutilización se rompe. Además, aún no hay una cultura instalada de retorno, y existen opciones más cómodas como los productos descartables. Esto representa una amenaza importante para el modelo de RECICLO. Se puede reducir a través de incentivos, campañas de concientización, tecnología amigable y beneficios que hagan más fácil y atractivo el acto de devolver los envases.

### 2. Poder de los proveedores: Medio.

RECICLO depende de ciertos proveedores, como fabricantes de productos o desarrolladores tecnológicos para la trazabilidad. Si estos proveedores imponen condiciones desfavorables o aumentan precios, la empresa puede verse limitada.



La solución: diversificar alianzas, buscar proveedores alternativos y desarrollar herramientas propias que otorguen más independencia.

### **3. Amenaza de nuevos competidores: Media.**

Aunque el modelo de envases retornables requiere cierta estructura y logística, el crecimiento del interés por lo sustentable puede atraer nuevos actores al mercado. Las barreras de entrada existen, pero no son imposibles de superar. Por eso, es clave que RECICLO se fortalezca como referente, fidelice a sus clientes y mantenga una ventaja tecnológica e innovadora.

### **4. Amenaza de productos sustitutos: Alta.**

El mayor sustituto es el sistema actual de envases de un solo uso, aún muy instalado en los hábitos de consumo. Muchos clientes optan por lo más simple: comprar, consumir y desechar. Este hábito compite directamente con el modelo de RECICLO. Para contrarrestarlo, es fundamental mostrar los beneficios del sistema retornable, tanto a nivel ambiental como económico, y facilitar su uso al máximo.

### **5. Rivalidad entre competidores existentes: Media.**

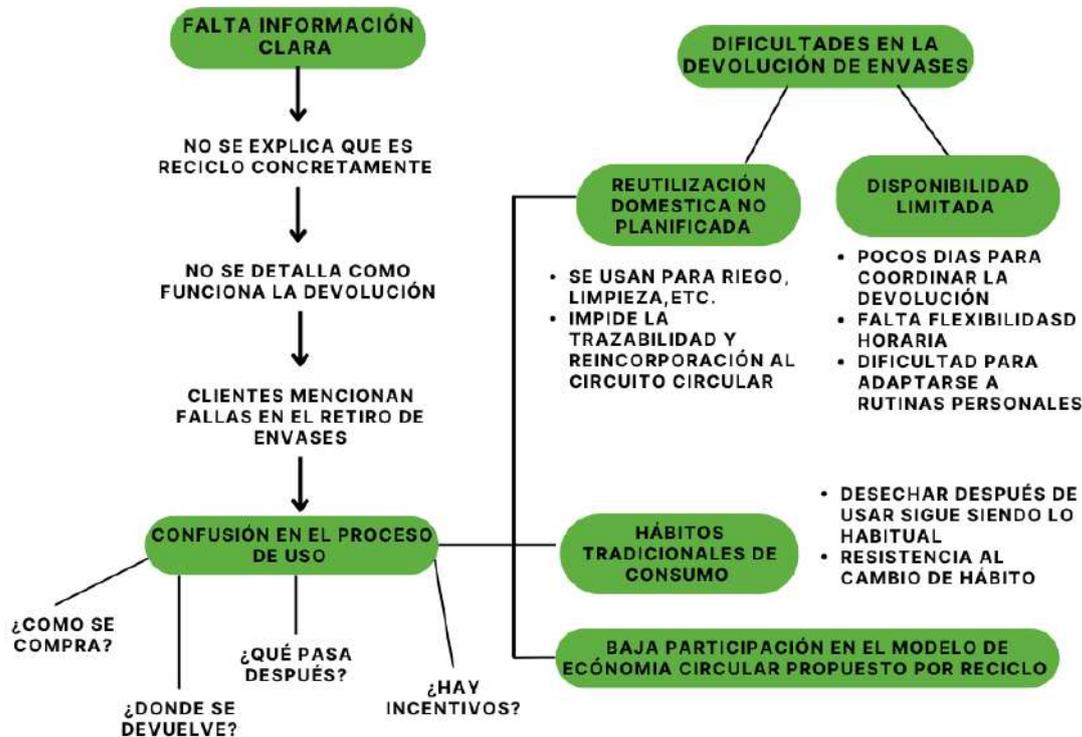
Hoy no hay una gran cantidad de empresas como RECICLO, pero el mercado de consumo consciente está creciendo. En poco tiempo pueden surgir competidores, incluso grandes marcas que adopten modelos similares. La ventaja está en moverse rápido: innovar, comunicar con claridad, ofrecer una logística eficiente y generar una experiencia que fidelice al usuario.

### ***Análisis de los principales resultados de la encuesta realizada a clientes de RECICLO:***

La nube de palabras presentada a continuación fue construida a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta realizada a clientes de RECICLO, específicamente a partir de las preguntas abiertas incluidas en el formulario. Esta herramienta permite visualizar de manera rápida y sintética los términos más mencionados por los usuarios, revelando percepciones, sensaciones y conceptos clave que estos asocian con la marca y su sistema de devolución de envases reutilizables. A través del análisis de estas palabras frecuentes, es posible identificar aspectos valorados, problemáticas percibidas y oportunidades de mejora en la propuesta sostenible de RECICLO.



Gráfico N°5: Conclusiones de la encuesta

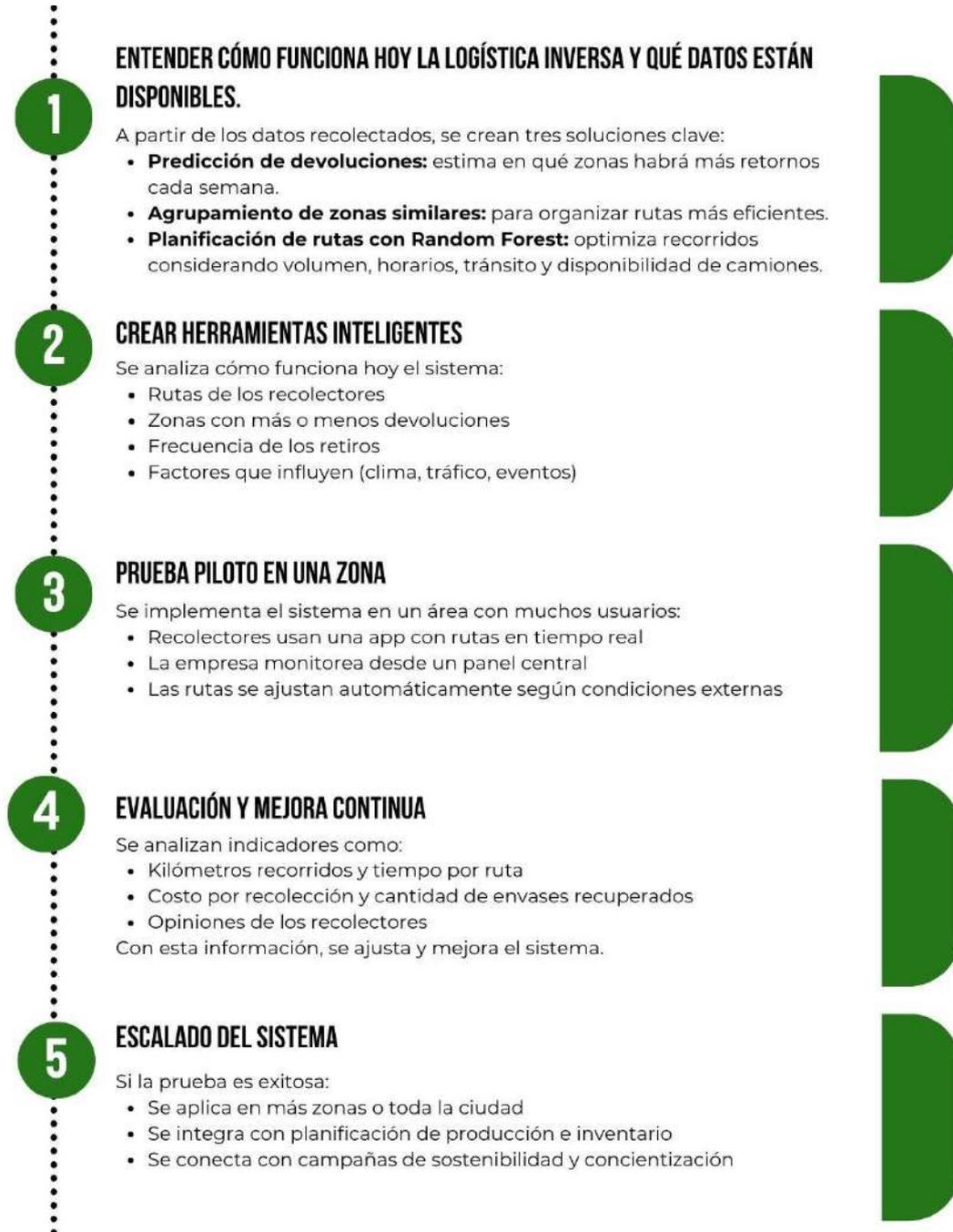


Fuente: Elaboración propia.

**Plan de desarrollo de IA para logística inversa en RECICLO**

En base a las investigaciones realizadas, planteamos un plan de cinco etapas para aplicar inteligencia artificial al sistema de logística inversa de RECICLO. Este enfoque busca optimizar la recolección de envases, mejorar la eficiencia operativa y aumentar la participación de los usuarios. A continuación, se detallan las fases propuestas en el siguiente gráfico:

Gráfico N°6: Plan de desarrollo de IA para logística inversa en Reciclo



Fuente: Elaboración propia.

### **Propuestas a mejorar:**

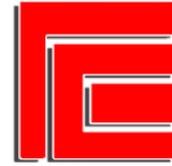
A partir del análisis de las barreras identificadas en la devolución de envases dentro del modelo de economía circular, se elaboraron una serie de propuestas con el objetivo de mejorar la participación de los usuarios. Estas propuestas buscan reducir la confusión, modificar hábitos de consumo y facilitar el proceso de devolución, brindando información clara y herramientas que motiven al usuario a colaborar activamente.

Gráfico N°7: Principales propuestas para mejorar



Fuente: Elaboración propia.

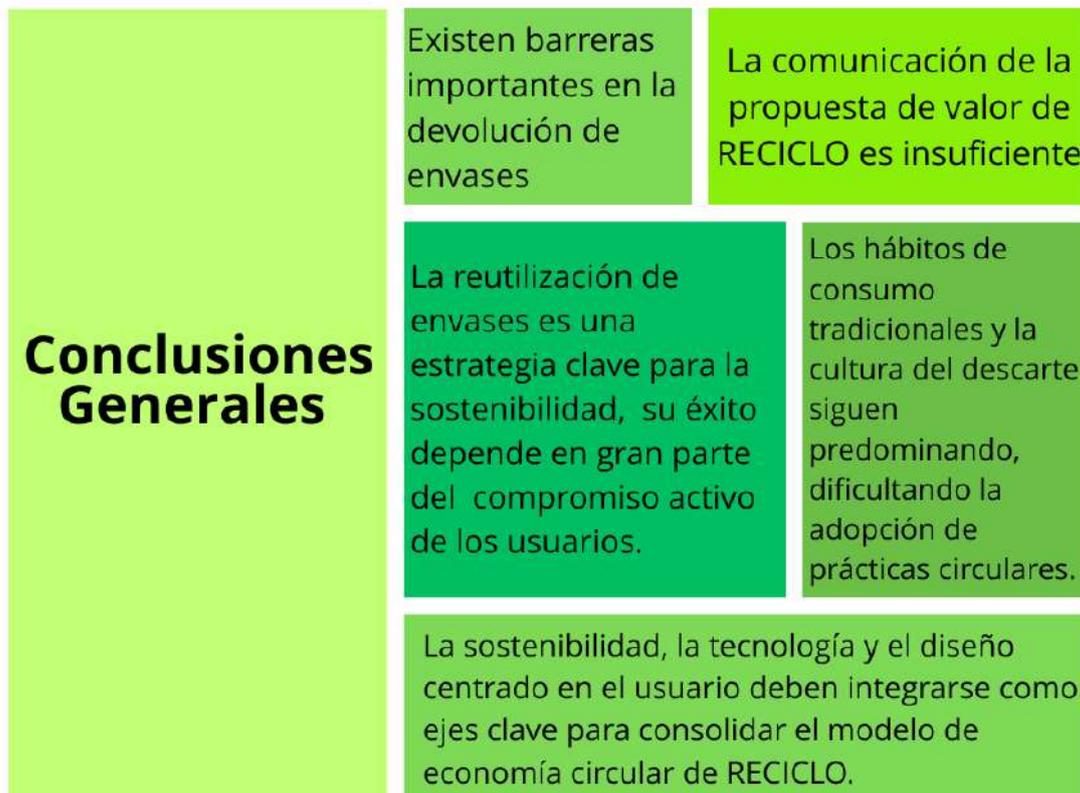
El mapa muestra cuatro propuestas clave para aumentar la devolución de envases. En primer lugar, se sugiere agregar una sección explicativa que detalle cómo funciona el sistema Reciclo, cómo se eligen los productos y qué implica el uso de envases reutilizables. En segundo lugar, se recomienda mostrar testimonios o casos reales mediante frases o videos que generen cercanía y confianza en el proceso. Otra propuesta es incorporar una sección de preguntas frecuentes que aclare dudas comunes como cómo devolver envases o qué pasa si no se devuelven. Por último, se plantea mostrar el impacto ambiental positivo que genera cada devolución, como litros de agua o gramos de plástico ahorrados, incentivando la acción mediante resultados tangibles. Estas acciones pueden contribuir significativamente a mejorar la adopción del sistema por parte de los consumidores.



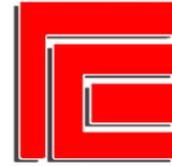
### Conclusión

A partir del desarrollo de la investigación, el análisis de datos cualitativos y la aplicación del marco teórico, se sintetizan a continuación las principales conclusiones del estudio. Estas conclusiones integran los hallazgos obtenidos en relación con las percepciones, barreras y motivaciones de los usuarios frente al sistema de devolución de envases de RECICLO. Además, permiten identificar con claridad los aspectos que requieren mejoras, así como las oportunidades estratégicas para fortalecer el modelo de economía circular propuesto. Esta síntesis final ofrece un panorama claro sobre el estado actual del sistema y orienta las futuras decisiones que puede adoptar la empresa para lograr una mayor adhesión y sostenibilidad en el tiempo.

Gráfico N°8: Conclusiones generales



Fuente: Elaboración propia.



## Referencias

- Geissdoefer M. (2017). The Circular Economy – A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*.
- Rubio, S., & Jiménez-Parra, B. (2005). *Logística inversa: una herramienta para la gestión ambiental*. Ediciones Díaz de Santos.
- Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. ONU. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Moisés, M. (2018). Consumo responsable y su impacto en la sostenibilidad ambiental. *Revista de Estudios Ambientales*, 12(3), 45-59.
- González, R., & Pérez, L. (2020). *Conciencia ambiental y educación para la sostenibilidad*. Editorial Universidad Nacional.
- Bermejo, A., & Sánchez, M. (2019). La conciencia ambiental como motor de cambio social. *Revista Latinoamericana de Estudios Ambientales*, 8(2), 101-118.
- RECICLO (Circclo). (2025). *Sistema de reutilización de envases*. Recuperado de: <https://www.circclo.com>
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (2022). *Consumo y producción sostenibles*. Recuperado de: <https://www.unep.org>

## Anexo

Preguntas de la encuesta dirigido a los clientes de RECICLO, con el fin de conocer su experiencia y opinión sobre el servicio:

1. Edad:

- 18-24
- 25-34
- 35-45
- 46+

2. Sexo:

- Masculino.
- Femenino.
- Prefiero no decirlo.

3. Estado civil.

- Soltero/a.
- En pareja



- Casado/a.
- Separado/a.

4.¿Hace cuánto tiempo sos cliente de nuestra empresa?.

- Menos de 6 meses.
- Entre 6 meses y 1 año.
- Entre 1 y 3 años.
- Más de 3 años.

5.¿Conocés el sistema de devolución de envases reutilizables de RECICLO?

- Sí
- No

6.¿Conocías la economía circular antes de RECICLO?

- A través de redes sociales
- Por comentarios de otras personas
- Por empleados de RECICLO

7.Cuando comprás en RECICLO, ¿Hay ocasiones en la que NO devuelvas los envases reutilizables?.

- Si.
- No.

8.Si tu respuesta anterior fue "si", ¿Cuál es la causa?.

- No sé cómo hacerlo.
- No logro coordinar con el repartidor.
- Me olvido.
- Uso el envase para otro fin.Otro:

9.Contanos tu experiencia usando la página de RECICLO ¿Te parece clara y práctica?  
¿Tuviste algún inconveniente? Tus sugerencias nos interesan...

10.Si pudieras proponer una mejora concreta para el sistema de devolución, ¿cuál sería?