

Antes de llegar a ese punto, es clave evitar la generación de residuos, extender la vida útil de los productos y reinsertar materiales en nuevas cadenas de valor. Solo cuando ya no existen opciones, el reciclaje entra en juego.

La industria del retail, por su alcance y capacidad de transformación, tiene un rol clave. No basta con incorporar materiales reciclables o implementar puntos de reciclaje. Es necesario rediseñar procesos y productos desde su origen, integrando la economía circular como eje central del negocio, y no como una acción puntual.

Más allá del deber ambiental, esta transición genera beneficios concretos: menor dependencia de materias primas vírgenes, mayor eficiencia en los procesos y nuevos empleos vinculados a la reutilización y el reciclaje. Lograr cambiar la forma en que todos producimos y consumimos es, sin duda, la estrategia más inteligente.

Francisca Leiva
Gerente de Sostenibilidad de Casaideas

Día Mundial del Reciclaje

Señor Director:

El Día Mundial del Reciclaje no debería ser solo una fecha para hablar de la separación de los residuos en casa. Es, sobre todo, una invitación a repensar cómo enfrentamos el desafío de los desechos y qué rol juegan las empresas en los procesos para minimizar su impacto. Hoy más que nunca, urge cambiar el foco: del reciclaje como solución, a la prevención como prioridad.

Cuando hablamos de sostenibilidad, el reciclaje debería ser la última opción. Reciclar es necesario, pero no suficiente.