

Artículo Original

Recibido: 17/12/2025 - Aceptado: 8/4/2026

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21301291>

Decisiones ecológicas de uso de bolsas en supermercados y tiendas de conveniencia del Barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay. Año 2025

Ecological decisions for the use of bags in supermarkets and convenience stores in Barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay. Year 2025

Karina Beatriz Barreto Benítez*

<https://orcid.org/0000-0002-9213-9039>

E-mail: kbarreto.py@gmail.com

Roque Fermin II Bataglia Gimenez*

<https://orcid.org/0000-0001-6688-2585>

E-mail: lic.rbg@hotmail.com

Diana Luján Cantero Morinigo*

<https://orcid.org/0009-0002-0865-4677>

E-mail: dianacantero02@gmail.com

Felix Demecio Armoa Santander*

<https://orcid.org/0009-0003-2057-2233>

E-mail: demecio.armoa19@gmail.com

Juan Angel Rodas Monges*

<https://orcid.org/0009-0003-1177-7747>

E-mail: juanrodasm04@gmail.com

Larissa López Acosta*

<https://orcid.org/0009-0005-6698-2718>

E-mail: larissalopezacosta@gmail.com

Victoria Magali Marin Domecq*

<https://orcid.org/0009-0002-4022-4386>

E-mail: victoriamaagalimarindomecq@gmail.com

María Luján Quiñonez Rivarola*

<https://orcid.org/0009-0002-8042-8885>

E-mail: mariaquinonezrivarola@gmail.com

Romina Fiorella Benegas Verdún*

<https://orcid.org/0009-0004-6586-5803>

E-mail: rominafbenegasv@gmail.com

*/ *Universidad Columbia del Paraguay, (UCP) (Paraguay)*

Cómo citar este artículo: Barreto Benítez, K. B., Bataglia Gimenez, R. F. II, Cantero Morinigo, D. L., Armoa Santander, F. D., Rodas Monges, J. A., López Acosta, L., Marin Domecq, V. M., Quiñonez Rivarola, M. L., y Benegas Verdún, R. F. (2026). Decisiones ecológicas de uso de bolsas en supermercados y tiendas de conveniencia del Barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay, año 2025. *Revista Científica Omnes*, Vol. 8, pp. 31-51. <https://doi.org/10.5281/zenodo.21301291>



Este es un artículo de acceso abierto bajo la licencia CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>)

Resumen

Uno de los principales problemas asociados al manejo de residuos urbanos es la contaminación ambiental. Entre los desechos que generan mayor preocupación se encuentran las bolsas de polietileno de un solo uso, ampliamente utilizadas en supermercados para el transporte de productos. Por ello, el objetivo general de esta investigación fue analizar las decisiones de uso de bolsas de polietileno. La metodología empleada fue de diseño de campo con enfoque mixto, no experimental y transversal, en el cual se entrevistó a 74 personas y se encuestó a 213 participantes. La muestra fue no probabilística y por conveniencia. Entre los principales resultados, se destaca que los motivos de uso de las bolsas de polietileno varían y se pueden clasificar en motivos económicos, culturales y sociales, prácticos y de conveniencia e institucionales. Asimismo, el 86,9 % de los encuestados reconocen que las bolsas de polietileno contribuyen a la contaminación y se identifican alternativas reutilizables, reciclables y de reuso de contenedores. El 81,3 % de los encuestados estuvo a favor de una ley que prohíba el uso de bolsas de polietileno y obligue a los consumidores a llevar sus propias bolsas reutilizables. En conclusión, las decisiones de uso de bolsas de polietileno en supermercados y tiendas del barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay, en el año 2025 se encuentran determinadas por la conveniencia situacional, la costumbre y la funcionalidad doméstica asociada a la reutilización de las bolsas de plástico como bolsa de basura.

Palabras clave: marketing verde, bolsas de polietileno, plástico, comportamiento del consumidor, economía del comportamiento.

Abstract

One of the main problems associated with urban waste management is environmental pollution. Among the wastes that generate the greatest concern are single-use polyethylene bags, widely used in supermarkets for the transport of products. Therefore, the general objective of this research was to analyze the decisions to use polyethylene bags. The methodology used was a field design with a mixed, non-experimental and cross-sectional approach, in which 74 people were interviewed and 213 participants were surveyed. The sample was non-probabilistic and for convenience. Among the main results, it is highlighted that the reasons for using polyethylene bags vary and can be classified into economic, cultural and social, practical and convenience and institutional reasons. Likewise, 86.9 % of those surveyed recognize that polyethylene bags contribute to pollution and reusable, recyclable and container reuse alternatives are identified. 81.3 % of respondents were in favour of a law banning the use of polyethylene bags and requiring consumers to bring their own reusable bags.

In conclusion, decisions to use polyethylene bags in supermarkets and stores in the Las Mercedes neighborhood, Asunción, Paraguay, in the year 2025 are determined by the situational convenience, habit and domestic functionality associated with the reuse of plastic bags as garbage bags.

Keywords: green marketing, polybags, plastic, consumer behavior, behavioral economics.

Introducción

Uno de los principales problemas asociados al manejo de residuos sólidos urbanos es la contaminación ambiental. Cuando los desperdicios no se gestionan adecuadamente, pueden ocasionar daños significativos tanto al medio ambiente como a la salud pública. Entre los desechos que generan mayor preocupación se encuentran las bolsas de polietileno de un solo uso, ampliamente utilizadas en supermercados para el transporte de productos. Estos productos, diseñados para ser desechados tras un único uso, pueden tardar hasta 400 años en degradarse, contribuyendo a la acumulación de microplásticos en ecosistemas acuáticos, afectando la fauna marina y liberando contaminantes que ingresan a la cadena alimentaria (PNUMA, 2021).

En Paraguay, la Ley N.º 5414/15 fue promulgada para regular el consumo de bolsas de polietileno de un solo uso en supermercados, autoservicios, almacenes y comercios en general. Esta legislación establece que los comercios pueden cobrar por cada bolsa entregada como una medida para desincentivar su uso. La reglamentación de la ley fue asignada al Ministerio de Industria y Comercio, que determinó un costo de 200 guaraníes por bolsa a partir del año 2021. Sin embargo, persisten dudas en torno a la efectividad de esta política, que tendrían que ver con el comportamiento del consumidor y su inteligencia medioambiental.

En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo analizar las decisiones de uso de bolsas de polietileno en supermercados y tiendas del barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay, en el año 2025. Los objetivos específicos de la investigación son identificar los motivos de uso de las bolsas de polietileno en supermercados y tiendas del Barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay, en el año 2025; examinar las alternativas a las bolsas de polietileno conocidas por los consumidores del barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay, en el año 2025; describir las consecuencias del uso de las bolsas de polietileno conocidas por los consumidores de los supermercados y tiendas del barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay, en el año 2025; y conocer la percepción de las implicaciones legales del uso de bolsas de polietileno de los consumidores de los supermercados y tiendas del barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay en el año 2025.

Comprender estas percepciones es fundamental para identificar patrones de consumo,

ya que la forma en que los consumidores interpretan el impacto ecológico de sus decisiones influye directamente en su elección de productos y servicios. El estudio de las percepciones también permite anticipar tendencias de mercado relacionadas con la sostenibilidad y brinda información estratégica para diseñar campañas de concienciación y promover alternativas más amigables con el medio ambiente.

Desde el punto de vista académico, esta investigación responde a una necesidad identificada en las carreras de Licenciatura en Marketing e Ingeniería en Marketing de fortalecer las competencias investigativas de estudiantes y docentes en torno a problemáticas emergentes vinculadas al consumo responsable y la sostenibilidad. En particular, la línea de investigación de marketing, con su sublínea de marketing sustentable y verde, requiere estudios que integren variables ambientales, sociales y de percepción del cliente para generar propuestas de valor alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Asimismo, este análisis proporciona información valiosa sobre los factores psicológicos y sociales que inciden en la aceptación o el rechazo de medidas como el cobro por bolsas. Para ello, se prevé la utilización de instrumentos mixtos que permitan captar tanto la opinión declarada como el comportamiento observado, a través de encuestas y observación in situ, lo que contribuirá a reducir el sesgo de autoinforme y aumentar la validez del estudio.

En síntesis, este estudio pretende aportar al conocimiento del comportamiento del consumidor en contextos urbanos específicos, contribuyendo con evidencia empírica a los debates sobre sostenibilidad, consumo responsable y eficacia de las políticas públicas, al tiempo que fortalece la formación científica aplicada en el ámbito del marketing.

A continuación, se presenta la revisión bibliográfica correspondiente, en la cual se analizan antecedentes de investigaciones relacionadas con el comportamiento del consumidor frente al uso de bolsas plásticas y la conciencia ambiental. Esta sección tiene como propósito contextualizar el estudio dentro de los aportes teóricos y empíricos existentes en distintos países de la región, contribuyendo a fortalecer la comprensión del fenómeno desde diversas perspectivas académicas.

En Perú, existe un antecedente de investigación acerca del comportamiento de compra y uso de bolsas plásticas en los consumidores de la ciudad de Ayacucho, donde Jaime Flores y Badajoz Ramos (2019) indican que los consumidores tienen una conciencia ambiental y que, a pesar de ello, no tienen un compromiso con la reducción de bolsas plásticas, así como conocen la vigencia de una ley que cobra por las bolsas plásticas pero prefieren el pago de los costos. Esta investigación analiza la cuestión en tres dimensiones, que son los factores sociales, psicológicos y personales.

En Valencia, Carlos *et al.* (2012) realizaron una investigación similar con resultados parecidos, que incluye preguntas acerca de la reutilización de las bolsas de plástico, dado que consideran que las bolsas plásticas pueden ser reutilizadas como bolsas de basura, lo cual sugiere que existe un círculo de necesidad hacia este tipo de productos.

Otra investigación realizada en Perú por Borda Luna *et al.* (2021) analiza cómo se comportan las personas cuando consumen bolsas de plástico de un solo uso. Este estudio consideró cuatro dimensiones, que son la información primaria, los estilos de consumo, el conocimiento ambiental y la tendencia al cambio. De este modo, obtienen la conclusión de que las personas conocen las implicancias ambientales del uso de bolsas plásticas, sin embargo, las prefieren ya que luego pueden reutilizar estas bolsas para el desecho de basuras.

En Bogotá, Sánchez Mora y Herrera Nassar (2022) analizan el uso de bolsas de plástico como objeto de consumo masivo; además, logran relacionar el valor percibido de las prácticas verdes con la intención de compra de los consumidores, donde encuentran que el costo genera aversión en las personas, a menos que estas perciban que el producto tiene un mayor valor.

Asimismo, en Colombia, la contaminación por plásticos puede considerarse una pandemia, en donde el combate contra las bolsas de polietileno es una política de estado que se consideran poco efectivas. Este estudio recopila experiencias exitosas de otros países para considerar adaptarlas con la finalidad de innovación, sugiriendo que la prohibición total de los plásticos a largo plazo es una mejor alternativa de política (Cortes Daza, 2022).

En Paraguay, Samudio *et al.* (2017) realizan una investigación que constata que «los costos incurridos para la adquisición y expendio de bolsas de polietileno por una sucursal de supermercado ascienden en promedio a Gs. 46.000.000 por mes» (p. 52); sin embargo, no existe un trabajo que estudie esta problemática desde la perspectiva del comportamiento del consumidor.

Seguidamente, se presentan las definiciones conceptuales pertinentes a la investigación, las cuales permiten sustentar teóricamente los ejes centrales del estudio. Este apartado tiene como finalidad brindar un marco conceptual que facilite la comprensión de los principales enfoques vinculados al comportamiento del consumidor, el marketing sustentable y la conciencia ambiental.

Marketing sustentable es una línea de investigación que empieza tras la consciencia del deterioro ambiental que surge tras la consecuencia del crecimiento industrial acelerado. Es decir, esta corriente del marketing busca la acción social y ambiental para la satisfacción de necesidades de los consumidores y los negocios (Kotler y Armstrong, 2012, citado por Espinosa-Salas *et al.*, 2025).

De la misma forma, para Sánchez *et al.* (2003) citado por Espinosa-Salas *et al.* (2025), percepción o consciencia ambiental es el nivel de «responsabilidad individual y colectiva que implica acciones y actitudes positivas hacia el medio ambiente, además que se relaciona con la inteligencia ambiental» (p. 139).

Por otra parte, el comportamiento del consumidor se considera un pilar en marketing, ya que es una perspectiva de análisis que sirve para entender las necesidades, tendencias y elementos fundamentales que tendrían un efecto en cómo las personas deciden comprar bienes y adquirir servicios, lo que permite maximizar la eficiencia en cuestiones como la mejora del mercado, de las campañas de publicidad y de la fidelización de clientes (Barrenechea Romero *et al.*, 2025).

El proceso de decisión de compra de un consumidor se caracteriza por su iniciación en los estímulos, seguidos por las cuestiones psicológicas de cada consumidor tales como la motivación, la percepción, el aprendizaje, la memoria y sus características socioculturales/personales (Kotler y Keller, 2012)

Henao y Córdoba (2007) citan a Galbraith (1960), exponente de la teoría del consumidor, quien sostiene que los consumidores dependen de una publicidad efectiva en orden de generar un hábito, por lo que considera que las personas son seres de costumbres y que, además, la industria es capaz de proveer necesidades, pero también de modificar conductas.

No obstante, la teoría económica neoclásica sostiene que los sujetos tienen procesos de consumo totalmente racionales, en donde realizan cálculos y buscan maximizar sus utilidades todo el tiempo (Marshall, 2006, citado por Recalde y Suárez, 2020). Esta racionalidad es discutible y disonante si se contrapone con las teorías modernas que afirman que existen cuestiones no racionales que inciden en el proceso de consumo.

Por otro lado, según Salvador García-Galán (2017), el polietileno es, desde la perspectiva de la química, el polímero más sencillo, parte del grupo de las poliolefinas y corresponde a uno de los materiales plásticos que se utilizan corrientemente en el mundo actual ya que tiene un costo bajo y un procedimiento fabril bastante simple.

En un trabajo de Tudor *et al.* (2018), se expresa que las bolsas de materiales plásticos como el polietileno tienen una influencia negativa en el medioambiente y su uso es un problema a nivel mundial, ya que los desafíos se vinculan con la cadena de producción-consumo. Entre los daños al medio ambiente, se menciona la polución ambiental y el deterioro de la vida marina.

Metodología

El diseño de la investigación fue de campo, no experimental y transversal, ya que la recolección de datos se efectuó en el contexto natural de los hechos, sin manipulación de variables independientes ni asignación aleatoria de sujetos y en un único corte temporal que tuvo lugar el 2 de septiembre de 2025.

El tipo de enfoque fue mixto. En la primera etapa, cualitativa, se realizaron entrevistas semiestructuradas a clientes de supermercados y tiendas de conveniencia, grabadas en teléfonos móviles, para relevar sus percepciones ambientales y sus decisiones de uso de bolsas de polietileno. En la segunda etapa, cuantitativa, se aplicaron encuestas in situ mediante Google Forms. Los hallazgos de ambas fases se integraron por triangulación, fortaleciendo la validez y la robustez de las conclusiones.

La población consistió en personas consumidoras mayores de 18 años que realizaban compras presenciales en 6 supermercados y tiendas de conveniencia del barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia de un total de 74 entrevistados y 214 encuestados, ya que se entrevistó y encuestó a los transeúntes que salieron de los establecimientos en las franjas horarias observadas el día de campo y que aceptaron participar.

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos fueron la entrevista semiestructurada y el cuestionario, donde los criterios de inclusión fueron que los consumidores tuvieran 18 o más años, que hayan realizado una compra en los locales mapeados, que residan y trabajen en Asunción y que otorguen su consentimiento informado.

Para el análisis cualitativo, se recurrió al software ATLAS. Ti de licencia paga, en donde se importaron las transcripciones de las entrevistas con metadatos mínimos. Los audios originales quedaron fuera del proyecto, para resguardar la identidad de los entrevistados. Así, la codificación inicial consistió en una lectura profunda línea a línea, la creación de códigos in vivo para motivos de uso de las bolsas de polietileno, alternativas a las bolsas de polietileno, consecuencias del uso de las bolsas de polietileno conocidas por los consumidores y percepción de las implicancias legales del uso de bolsas de polietileno.

Para la preparación de datos cuantitativos y control de calidad de los datos obtenidos, se realizó un proceso de validación, codificación y diccionario de variables en Microsoft Excel. También, se realizó una limpieza primaria con detección de celdas vacías críticas, rangos imposibles y otros errores como duplicidad de respuestas.

En este estudio se empleó la inteligencia artificial (IA) generativa de manera acotada y responsable como apoyo instrumental en tareas que no son sustantivas del análisis, tales como

limpieza de las entrevistas, normalización de referencias (APA), verificación orto tipográfica y generación de borradores de textos operativos, así como sugerencias iniciales para organizar categorías, que posteriormente fueron revisadas, validadas y decididas por el equipo investigador. La IA no intervino en la formulación de preguntas de investigación, el diseño del estudio, la codificación definitiva, la interpretación teórica ni la elaboración de conclusiones. La autoría es enteramente humana y el uso de IA se declara para efectos de transparencia, asegurando control humano, calidad y resguardo de privacidad en todas las etapas.

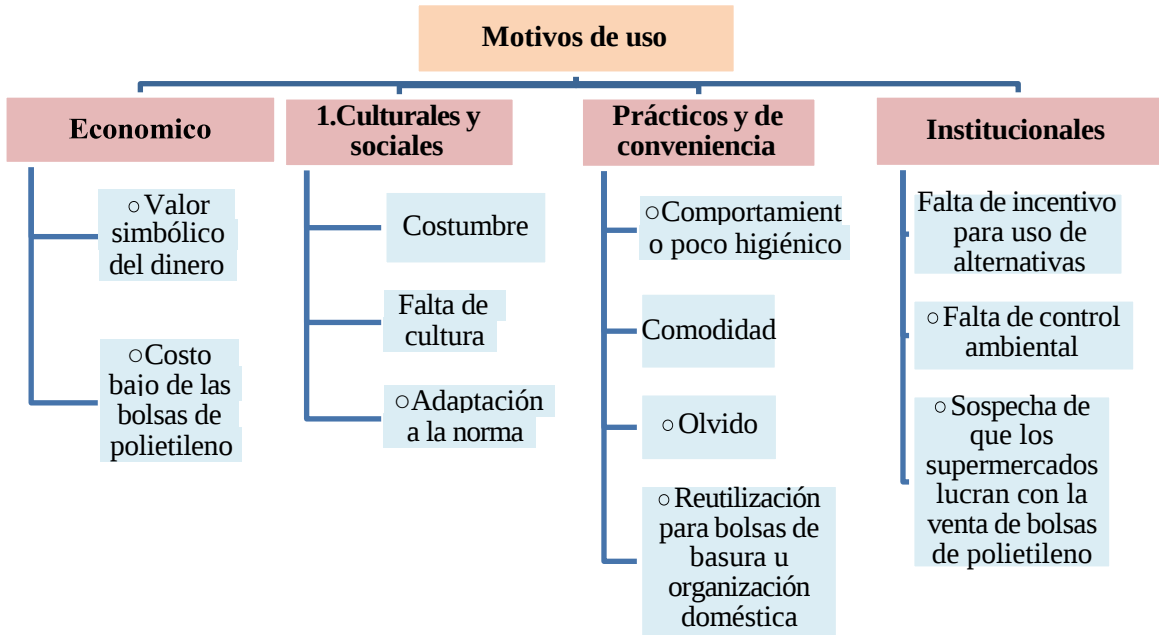
En cumplimiento de la normativa institucional y de buenas prácticas internacionales, el estudio se clasificó como de riesgo mínimo y garantizó la autonomía de los participantes mediante consentimiento informado explícito (para encuestas y entrevistas, incluyendo la grabación en teléfonos móviles), participación voluntaria y derecho a retirarse sin consecuencias. Se aplicó minimización de datos (no se recolectaron identificadores directos ni sensibles innecesarios), anonimización mediante códigos alfanuméricos y confidencialidad en todas las etapas. Los audios se almacenaron en repositorio cifrado con acceso restringido y se eliminaron tras la validación de las transcripciones; se conservaron únicamente transcripciones anonimizadas y matrices analíticas para fines académicos y auditoría. La difusión de resultados se realizó en forma agregada, evitando la re-identificación de personas o subgrupos pequeños.

Resultados

El uso de bolsas de polietileno está guiado, ante todo, por conveniencia inmediata. Muchas personas llegan sin bolsa reutilizable y resuelve su dilema pidiendo bolsas de plástico, donde el olvido es el detonante más citado de esa decisión rápida. A esto se suma la costumbre instalada que persiste aun cuando existe conciencia del daño ambiental. Los consumidores manifiestan que "siempre se usó", por lo que el costo percibido como bajo por la mayoría, rara vez disuade la compra cuando se necesitan varias bolsas para transportar los artículos adquiridos.

Un motivo funcional recurrente es la reutilización doméstica. Muchos aceptan comprar las bolsas de polietileno debido a que luego las emplean como bolsas de basura o de organización en el hogar, lo que refuerza la demanda incluso entre quienes dicen preferir alternativas. Finalmente, la practicidad y la percepción de que el comercio ofrece y facilita la bolsa en el punto de pago consolidan el comportamiento, cuando no hay exhibición proactiva de alternativas, el plástico queda como opción por defecto. Para ser específicos, se cuenta con resultados que señalan que el 79,9 % de los consumidores encuestados reutilizan las bolsas de polietileno como bolsas de basura.

Figura 1
Motivos de uso de las bolsas de polietileno en supermercados y tiendas del barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay en el año 2025



Fuente: Elaboración propia con base a las entrevistas realizadas, 2025

En síntesis, los consumidores de los supermercados y tiendas del barrio Las Mercedes contaban con diferentes motivos de uso de bolsas de polietileno, los cuales se pueden dividir en cuatro grandes categorías, que son los motivos económicos; culturales y sociales; prácticos y de conveniencia; e institucionales.

A pesar de que la mayoría expresaba tristeza por el impacto ambiental de las bolsas plásticas, se observaba una incongruencia, dado que un patrón observado fue una contradicción entre la conciencia del daño ambiental causado y la costumbre de compra de bolsas de polietileno. En las encuestas, el 89,8 % de las personas declararon que el cuidado del medioambiente es importante para ellas, mostrando una incoherencia al luego declarar un 32,2 % que utilizaban bolsas de polietileno siempre en el supermercado. No obstante, esto no era la norma, también se observó una cantidad considerable de personas que llevaban sus alternativas para realizar sus compras, que representó el 37,4 % de los encuestados.

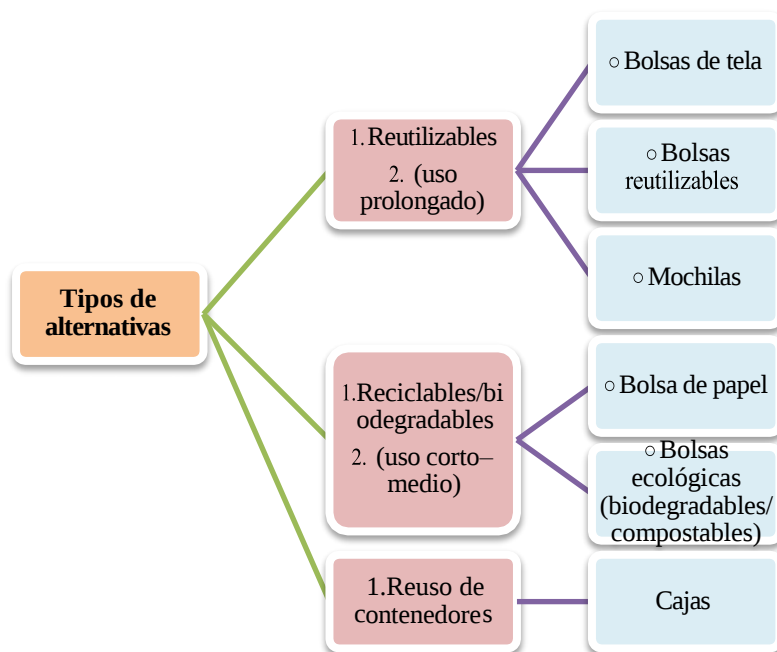
En las entrevistas, las alternativas reutilizables aparecen bien valoradas, al menos en principio, porque su adopción se ve interrumpida por olvidos y compras imprevistas. Varias personas dicen tener bolsas de tela en casa, aunque con frecuencia salen sin ellas y terminan pidiendo polietileno en la caja de las tiendas. A la par, otros consumidores como usuarios de motocicletas y estudiantes logran reducir su uso al mínimo porque a menudo portan mochilas con amplio espacio de almacenamiento, mostrando que la disponibilidad inmediata del contenedor marca la diferencia para los consumidores.

En cuanto a las alternativas reciclables/biodegradables, estas se perciben como un avance cuando el comercio las ofrece, pero no desplazan al polietileno debido a que la decisión es situacional y se guía por la practicidad en el momento. Es decir, dependen en gran medida del consumidor y su disciplina.

De este modo, las opciones de re-uso de contenedores, como el uso de cajas que anteriormente fueron utilizadas para el transporte de mercaderías, son una salida frecuente cuando la compra es pequeña y el local dispone de cajas; nuevamente, el patrón depende de que el contenedor esté a mano.

Figura 2

Alternativas a las bolsas de polietileno conocidas por los consumidores del barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay en el año 2025.



Fuente: Elaboración propia con base a las entrevistas realizadas, 2025

En las encuestas, el 86,9 % reconocía que las bolsas de polietileno contribuyen a la contaminación. Los entrevistados están conscientes del daño medioambiental que se genera, ya que asocian el plástico con daño directo a la fauna y describen situaciones de ingestión accidental, asfixia y enredo de animales que confunden fragmentos de bolsas con alimento o quedan atrapados en ellas. Esta interacción deriva en sufrimiento, lesiones y mortalidad, especialmente en especies asociadas a cauces y áreas ribereñas, donde los residuos plásticos tienden a acumularse por arrastre.

En cuanto a residuos y disposición final, las percepciones convergen en que las bolsas se acumulan con facilidad cuando no se reutilizan o no se separan adecuadamente. Se destacan

escenas recurrentes de bolsas tiradas en la vía pública, veredas y espacios abiertos, lo que refuerza una sensación de abandono y deterioro del entorno. Esta presencia constante configura un problema de contaminación visual que afecta la calidad del paisaje urbano y normaliza prácticas de descarte inadecuadas.

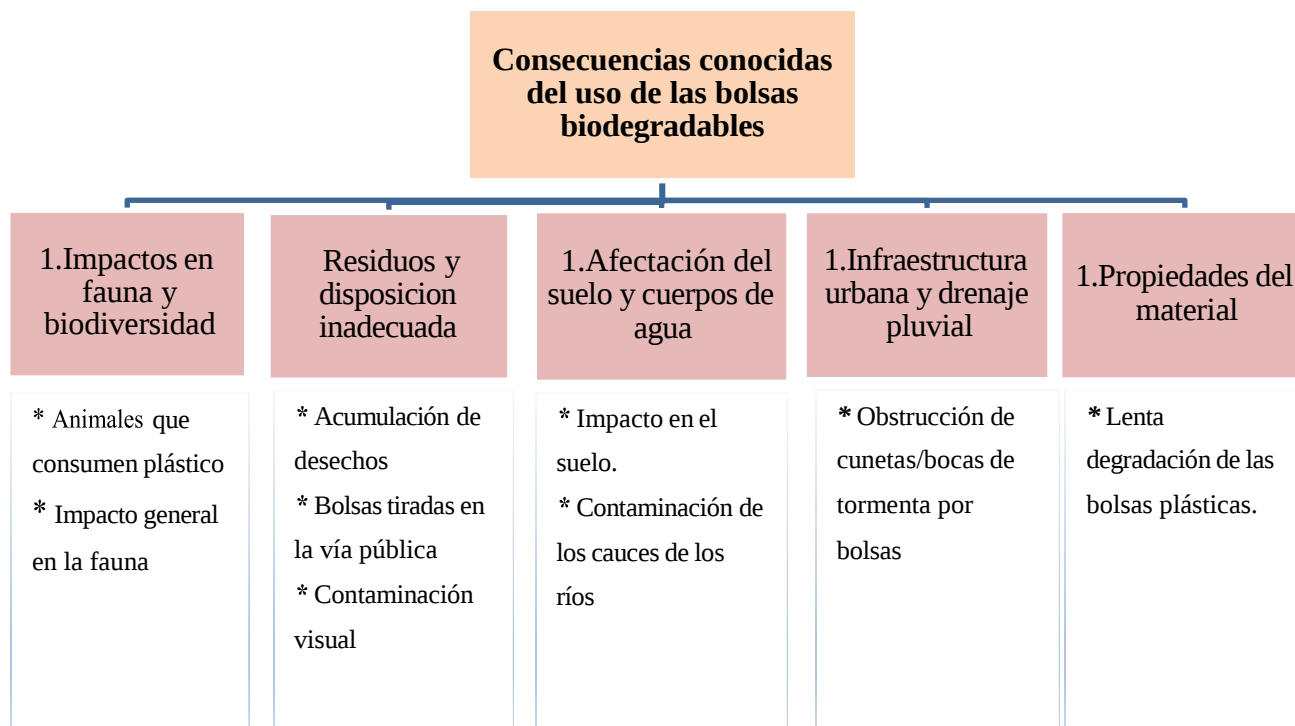
Respecto a la afectación del suelo y los cuerpos de agua, los participantes señalan la persistencia del material: las bolsas "no se degradan fácilmente" y permanecen por largos períodos en el ambiente. Su descomposición progresiva en fragmentos contribuye a la presencia de microplásticos en suelos urbanos y periurbanos, con el riesgo de transporte hacia arroyos y ríos. En épocas de lluvia, el arrastre superficial incrementa la probabilidad de que estos residuos terminen en los cauces, agravando la contaminación acuática y la exposición de especies a partículas y láminas plásticas.

En la infraestructura urbana y el drenaje pluvial, se reportan episodios en los que las bolsas obstruyen cunetas y bocas de tormenta. Esta obstrucción reduce la capacidad de escurrimiento durante eventos de precipitación, favoreciendo anegamientos localizados y complicando la gestión municipal del drenaje. La combinación de residuos livianos, viento y lluvias intensas explica la rápida movilidad de las bolsas y su acumulación en puntos críticos de la red pluvial.

Finalmente, las propiedades del material constituyen un factor transversal que explica las consecuencias observadas. La durabilidad y la lenta degradación del polietileno prolongan su permanencia en el ambiente, aumentando la probabilidad de interacción con fauna, la acumulación en el espacio público, la fragmentación en microplásticos y la obstrucción de la infraestructura. En síntesis, desde la perspectiva de los consumidores entrevistados, los efectos más relevantes del uso de estas bolsas se concentran en el daño a la fauna, la contaminación de suelos y cuerpos de agua, la perturbación del drenaje urbano y el deterioro visual del entorno, todo ello mediado por prácticas de disposición inadecuada y por la persistencia intrínseca del material.

Figura 3

Consecuencias del uso de las bolsas biodegradables conocidas por los consumidores del barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay en el año 2025.



Fuente: Elaboración propia con base a las entrevistas realizadas, 2025

Las percepciones sobre las implicancias legales del uso de bolsas de polietileno se estructuran alrededor del precio y el hábito. Por un lado, varios consumidores reportan que el cobro por bolsa, implementado por la Ley N° 5414/15, incrementó la atención al costo y generó cierta contención en la demanda, por lo que aseguran que "la gente ya lleva su propia bolsa" o incluso que "pide menos para no pagar de más", atribuyendo la reducción al hecho de que "ya cuesta plata". En ese sentido, la norma se percibe como efectiva cuando el precio es suficientemente saliente para activar las decisiones de evitar la compra de bolsas en el punto de venta.

En paralelo, un segmento relevante considera que la magnitud del cobro resulta "poco disuasiva", lo que permite la adaptación a la norma sin modificar el hábito de pedir bolsas. Se afirma que "muchos siguen pagando bolsas", que el costo es "barato" y que por costumbre, se solicita "la bolsita", aún con conocimiento del cargo. De allí se deriva una lectura de ineffectividad parcial, donde la percepción es de una baja reducción del uso de bolsas de polietileno tras la aplicación de la Ley N° 5414/15.

Por lo tanto, la evaluación general de la ley se fragmenta entre quienes la ven efectiva y quienes la juzgan de insuficiente frente a la inercia del hábito. En los testimonios aparecen

ambas claves: "la gente busca ahorrar" y, a la vez, "depende de las costumbres de cada persona", con predominio de la costumbre en no pocos casos. Esta tensión costo–costumbre explica la coexistencia de cumplimiento formal con persistencia del uso, así como la práctica extendida de reutilización doméstica (bolsa de basura) que los consumidores invocan como mitigación, más no sustitución, del material

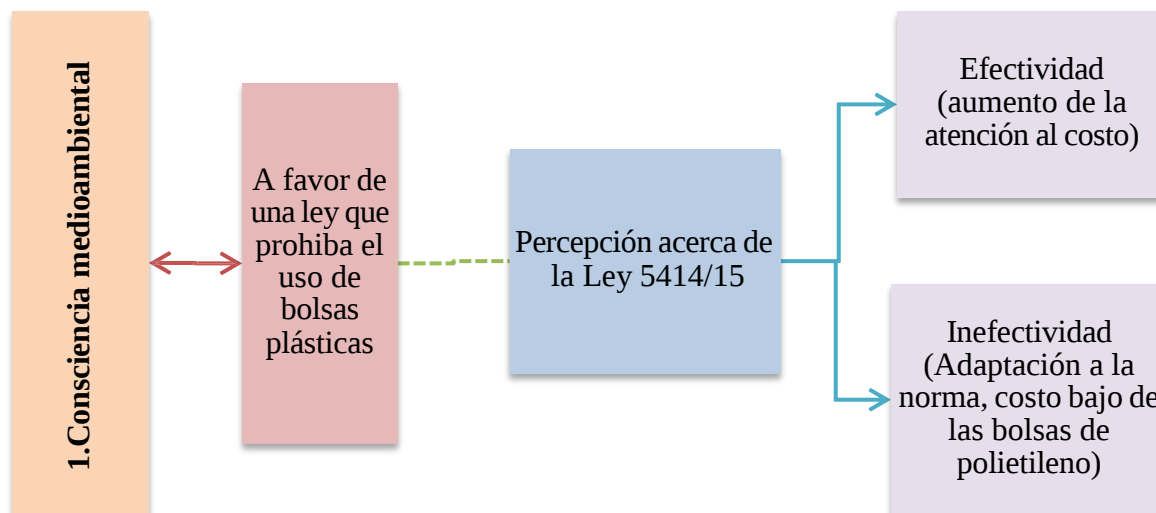
No obstante, existe un apoyo normativo amplio hacia medidas más estrictas. El 81,3 % de los encuestados estuvo a favor de una ley que prohíba el uso de bolsas de polietileno y obligue a los consumidores a portar sus propias bolsas reutilizables. Además, diversos entrevistados, sobre todo los jóvenes, declaran disposición a adaptarse si se endurece la regulación. También emergen matices minoritarios de resistencia por expectativas de conveniencia o por obstáculos prácticos (olvido de la bolsa, heterogeneidad de cobros por supermercado).

Es decir, la legitimidad social de una eventual prohibición total es alta, aunque su implementación requeriría de políticas de transición que reduzcan las barreras situacionales y fortalezcan la adopción de alternativas reutilizables. No obstante, la evidencia muestra que una fracción significativa de los hogares reutiliza las bolsas plásticas como "bolsa de basura" domiciliaria, el 52,8 % de los encuestados declararon reutilizar las bolsas de polietileno del supermercado y de las tiendas para desechar la basura, mientras que el 34,6 % compró bolsas de basura de plástico; por tanto, la logística habitual de recolección depende, en la práctica, de la disponibilidad de las bolsas de plástico.

Entonces, cualquier endurecimiento normativo debería coordinarse con el servicio municipal para asegurar sustitutos funcionales y accesibles (bolsas compostables o sistemas de contenedores), evitando externalidades operativas como residuos sin embolsar y rechazos de recolección. Esta dependencia declarada, "las uso para la basura", "bolsa de basurero", "para la basura de la cocina", aparece de forma reiterada en las entrevistas y opera como barrera de transición si no se acompaña de alternativas adecuadas.

Figura 4

Percepción de las implicancias legales del uso de bolsas de polietileno de los consumidores del barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay en el año 2025.



Fuente: Elaboración propia con base a las entrevistas realizadas, 2025

Discusión

El uso de bolsas de polietileno en el barrio Las Mercedes está profundamente arraigado en prácticas cotidianas guiadas por la conveniencia, la costumbre y la funcionalidad doméstica. A pesar de la creciente conciencia ambiental, el comportamiento de los consumidores sigue dominado por decisiones inmediatas, donde el olvido de llevar bolsas reutilizables se convierte en el principal detonante para solicitar bolsas plásticas. Esta tendencia coincide con estudios previos que señalan cómo la inercia cultural y la percepción de bajo costo dificultan la transición hacia alternativas sostenibles (Zárate Gómez, 2018).

La reutilización doméstica de las bolsas de polietileno como bolsas de basura refuerza su demanda, incluso entre quienes expresan preferencia por opciones ecológicas. Este hallazgo es consistente con investigaciones realizadas en Arequipa, Perú, donde se observó que la actitud positiva hacia el medio ambiente no siempre se traduce en comportamientos sostenibles, debido a la influencia de normas sociales y la funcionalidad percibida de las bolsas plásticas (Quiñones Chiccore y Vilca Turpo, 2024). En este sentido, el 79,9 % de los encuestados que reutilizaron las bolsas como basura reflejó una racionalización funcional que legitima su compra.

La disponibilidad institucional de bolsas en el punto de pago, sin una exhibición proactiva de alternativas, consolida el uso del plástico como opción. La Ley N° 5414/15 en Paraguay, que promueve la disminución del uso de bolsas de polietileno, establece la necesidad de reemplazar progresivamente estas bolsas por materiales biodegradables (BACCN, 2015). Sin embargo, la implementación efectiva de esta normativa parece limitada en el contexto local,

lo que refuerza la persistencia del comportamiento observado.

La categorización de los motivos en económicos, culturales-sociales, prácticos y institucionales permite comprender la complejidad del fenómeno. Desde una perspectiva teórica, estos resultados pueden ser interpretados a la luz de la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1985), donde la intención de comportamiento está mediada por actitudes, normas subjetivas y control percibido. En este caso, la actitud favorable hacia la reutilización, la norma social de uso habitual y la facilidad institucional para acceder a bolsas plásticas configuran un entorno que perpetúa su consumo.

Asimismo, se reveló una tensión persistente entre la conciencia ambiental y las prácticas de consumo cotidianas. Aunque el 89,8 % de los encuestados afirmó que el cuidado del medioambiente es importante, el 32,2 % declaró utilizar bolsas de polietileno siempre en el supermercado, lo que evidencia una disonancia entre valores declarados y comportamientos reales. Esta incongruencia fue documentada en estudios sobre consumo sostenible, donde la intención proambiental no siempre se traduce en acciones concretas debido a factores como la comodidad, la rutina y la falta de incentivos inmediatos (Barr, 2007; Kollmuss y Agyeman, 2002).

La presencia de alternativas reutilizables, como bolsas de tela, es valorada positivamente en las entrevistas, pero su uso se ve obstaculizado por olvidos y compras imprevistas. Así, la adopción de prácticas sostenibles está condicionada por la disponibilidad inmediata del contenedor, más que por la convicción ambiental. En este sentido, los consumidores que portan mochilas, como estudiantes y motociclistas, logran reducir el uso de polietileno, lo que refuerza la idea de que la infraestructura personal y la previsión son determinantes clave en la conducta de compra (Thøgersen, 2014).

Las bolsas reciclables o biodegradables ofrecidas por los comercios son percibidas como un avance, pero no logran desplazar al polietileno como opción dominante. La decisión de compra sigue siendo situacional y guiada por la practicidad, lo que pone en evidencia la necesidad de intervenciones estructurales que modifiquen el entorno de decisión. La Teoría del Nudge (Thaler y Sunstein, 2008) puede ser útil para interpretar este fenómeno: si el entorno comercial no facilita activamente las alternativas sostenibles, el consumidor tenderá a elegir la opción por defecto, que sigue siendo el plástico.

Por otro lado, el uso de cajas reutilizadas para compras pequeñas representa una estrategia espontánea de reuso que depende de la disponibilidad en el local. Este comportamiento refuerza la idea de que la sostenibilidad cotidiana no solo depende de la conciencia individual, sino también de las condiciones materiales y logísticas que rodean la

experiencia de compra (Spaargaren, 2003).

También se evidenció una conciencia ambiental significativa entre los consumidores del barrio Las Mercedes: el 86,9 % reconoció que las bolsas de polietileno contribuyen a la contaminación, y muchos asocian su uso con daños directos a la fauna. Los testimonios coinciden con estudios que documentan la afectación de especies acuáticas y terrestres por residuos plásticos, señalando que la interacción con estos materiales puede derivar en lesiones, sufrimiento y mortalidad (Gregory, 2009; Kühn *et al.*, 2015).

La persistencia del polietileno en el ambiente emergió como un factor transversal que explica múltiples consecuencias. Los participantes destacan que las bolsas "no se degradan fácilmente", lo que coincide con investigaciones que señalan que el polietileno puede tardar décadas en descomponerse, generando microplásticos que se infiltran en suelos y cuerpos de agua (Rochman *et al.*, 2013). En épocas de lluvia, el arrastre superficial facilita el transporte de estos residuos hacia cauces, agravando la contaminación acuática y exponiendo a las especies a partículas plásticas.

La contaminación visual también aparece como una dimensión relevante. Las escenas recurrentes de bolsas tiradas en veredas y espacios abiertos configuran una estética del abandono que normaliza prácticas de descarte inadecuadas. Esta percepción refuerza lo planteado por autores como Alvarado y Rojas (2020), quienes señalan que la presencia constante de residuos plásticos en el paisaje urbano deteriora la calidad ambiental y afecta la percepción de habitabilidad.

En cuanto a la infraestructura urbana, los testimonios sobre obstrucción de cunetas y bocas de tormenta revelan una afectación directa en la capacidad de escurrimiento pluvial. La combinación de residuos livianos, viento y lluvias intensas explica la movilidad de las bolsas y su acumulación en puntos críticos, lo que complica la gestión municipal del drenaje. Este fenómeno ha sido documentado en estudios sobre residuos sólidos urbanos, donde se advierte que los plásticos ligeros son especialmente problemáticos para los sistemas de drenaje (UNEP, 2018).

Las percepciones ciudadanas sobre la Ley N° 5414/15, que establece el cobro por bolsas de polietileno en Paraguay, revelan una tensión estructural entre el incentivo económico y la persistencia del hábito. Por un lado, el cobro generó una mayor atención al costo, lo que motivó a algunos consumidores a llevar sus propias bolsas o a reducir la cantidad solicitada en el punto de venta. Esta respuesta sugiere que el precio puede funcionar como un mecanismo de contención cuando es suficientemente visible, en línea con estudios que demuestran que los instrumentos económicos pueden modificar conductas de consumo si se perciben como

significativos (Oosterhuis *et al.*, 2014).

Sin embargo, un segmento relevante considera que el precio actual es "poco disuasivo", lo que permite la continuidad del hábito sin mayores cambios. La afirmación de que "muchos siguen pagando bolsas" y que el costo es "barato" indica que la norma, aunque formalmente cumplida, no logra alterar patrones de consumo profundamente arraigados. Esta coexistencia de cumplimiento normativo con persistencia del uso fue documentada en otros contextos, donde la regulación ambiental enfrenta límites cuando no se acompaña de transformaciones culturales y logísticas (Schneider y Ingram, 1990).

La práctica extendida de reutilización doméstica, donde el 52,8 % de los encuestados usa las bolsas obtenidas en comercios como bolsas de basura, refuerza la legitimación funcional del polietileno. Esta reutilización no sustituye el material, sino que lo prolonga en su ciclo de uso, lo que plantea desafíos para cualquier política de prohibición. La evidencia muestra que la logística habitual de recolección domiciliaria depende de la disponibilidad de bolsas plásticas, lo que convierte al polietileno en un insumo estructural para la gestión cotidiana de residuos. En este sentido, cualquier endurecimiento normativo debería coordinarse con los servicios municipales para asegurar sustitutos funcionales y accesibles, como bolsas compostables o sistemas de contenedores, evitando externalidades como residuos sin embolsar o rechazos en la recolección (UNEP, 2018).

A pesar de estas barreras, existe un amplio apoyo social hacia medidas más estrictas: el 81,3 % de los encuestados está a favor de una ley que prohíba el uso de bolsas de polietileno y obligue a portar alternativas reutilizables. Este respaldo, especialmente entre jóvenes, sugiere una legitimidad normativa creciente, aunque su implementación requeriría políticas de transición que reduzcan los obstáculos situacionales, como el olvido de la bolsa o la heterogeneidad de cobros, y fortalezcan la adopción de alternativas sostenibles. La literatura sobre gobernanza ambiental destaca que las políticas efectivas combinan regulación, incentivos y educación para modificar prácticas arraigadas (Jordan *et al.*, 2005).

Conclusiones

Las decisiones de uso de bolsas de polietileno en supermercados y tiendas del barrio Las Mercedes, Asunción, Paraguay, en el año 2025 se encuentran determinadas por la conveniencia situacional, la costumbre y la funcionalidad doméstica asociada a la reutilización de las bolsas de plástico como bolsa de basura. Aunque existe conciencia ambiental declarada en los consumidores del barrio, la decisión inmediata en el punto de pago prioriza la solución rápida disponible, por lo cual el polietileno se mantiene como opción por defecto.

Entre los motivos de uso de las bolsas de polietileno, se encontraron cuatro macrofactores que estructuran la demanda (económicos, culturales y sociales, prácticos y de conveniencia e institucionales), en los cuales la reutilización doméstica fue un tema central, ya que el 79,9 % de los encuestados declaró adquirir bolsas de polietileno para luego usarlas como bolsas de basura, lo cual legitima la compra aún entre aquellos que expresan preferencia por opciones verdes.

Asimismo, las alternativas a las bolsas de polietileno conocidas por los consumidores del barrio se subdividen en alternativas reutilizables, biodegradables y reuso de contenedores, donde la muestra reconoce y valora las bolsas de tela, las mochilas y, en menor medida, las bolsas de papel, las bolsas biodegradables o el reuso de cajas. Sin embargo, la adopción de estas alternativas es intermitente y condicionada por la disponibilidad inmediata del contenedor, donde los olvidos, sobre todo, reactivan la demanda de polietileno en los puntos de venta.

La ciudadanía del barrio tiene una conciencia medioambiental desarrollada, ya que conoce las consecuencias del uso de bolsas de polietileno y las asocia con daños a la fauna y biodiversidad, con la acumulación de residuos y contaminación visual en veredas o la vía pública y la afectación de la infraestructura urbana por obstrucción de cunetas y bocas de tormenta en lluvias. Estas percepciones se sustentan en la durabilidad del material y en prácticas de disposición inadecuadas, reforzadas por la alta disponibilidad de bolsas. El 86,9 % reconoce su contribución a la contaminación.

En cuanto a la percepción de implicancias legales, la Ley 5414/15 se percibe con efectividad parcial, donde el cobro por bolsa aumentó la atención al costo y redujo pedidos en algunos segmentos, pero el monto es considerado "barato" por otros, permitiendo la adaptación al hábito. Pese a ello, existe legitimidad social para medidas más estrictas, ya que el 81,3 % de los encuestados apoya una prohibición que obligue a portar reutilizables. Un condicionante estructural es la dependencia logística de los hogares, porque el 52,8 % de la muestra del barrio de Las Mercedes reutiliza bolsas del súper como bolsas de basura, y 34,6 % compra bolsas de basura plásticas; por tanto, cualquier endurecimiento normativo debe coordinarse con el servicio municipal para asegurar sustitutos funcionales y accesibles, por ejemplo compostables o contenedores, evitando residuos sin embolsar y rechazos de recolección.

Finalmente, el estudio confirmó una disonancia valor-conducta. Aunque 89,8 % declaró que el cuidado ambiental es importante, 32,2 % afirmó usar siempre bolsas en el supermercado, y apenas 37,4 % reportó aportar alternativas con regularidad. Esta brecha se explica por la arquitectura de elección vigente, la funcionalidad y la inercia del hábito.

A partir de los hallazgos, se sugiere avanzar hacia estudios que evalúen la efectividad

de intervenciones combinadas (como regulación más estricta, incentivos económicos diferenciados y campañas educativas) en la reducción del uso de bolsas de polietileno. Resulta clave analizar la viabilidad de sustitutos funcionales como bolsas compostables o sistemas de recolección adaptados, así como explorar mecanismos de cambio de hábito mediante recordatorios, recompensas simbólicas y rediseño de la experiencia de compra. Futuras investigaciones podrían también indagar en la relación entre conciencia ambiental y prácticas cotidianas en distintos segmentos socioeconómicos, para comprender mejor cómo la arquitectura de elección y las condiciones logísticas influyen en la persistencia o abandono del polietileno.

Referencias

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11–39). Springer.
- Alvarado, J., y Rojas, M. (2020). Contaminación visual y percepción ambiental en espacios urbanos. *Revista Latinoamericana de Estudios Ambientales*, 12(1), 45–62.
- Barr, S. (2007). Factors influencing environmental attitudes and behaviors: A UK case study of household waste management. *Environment and Behavior*, 39(4), 435–473. <https://doi.org/10.1177/0013916505283421>
- Barrenechea Romero, A., Carranza Estela, T., León Sánchez, N. P. y Prado Coronado, M. V. (2025). Comportamiento del consumidor y preferencias de compra en un supermercado, Perú. *Impulso, Revista De Administración*, 5(10), 18-31. <https://doi.org/10.59659/impulso.v.5i10.98>
- Borda Luna, B., Lahura Albuja, N. y Iannacone Oliver, J. (2021). Diagnóstico sobre el consumo de bolsas de plástico de un solo uso y su impacto negativo en el ambiente. *Cátedra Villarreal*, 8(2), 121–135. <https://doi.org/10.24039/cv202082962>
- Carlos, M., Chulvi, V. y Martínez, E. (2012). Estado actual de la utilización de las bolsas de plástico de un solo uso. Punto de vista de los consumidores.
- Cortes Daza, K. (2022). Importancia de las alternativas para reducir o eliminar el plástico de un solo uso en Colombia.
- Espinosa-Salas, A., Loaiza-Cárdenas, M. y Muñoz-Suárez, M., (2025). El impacto del marketing verde en el comportamiento del consumidor de universitarios. *593 Digital Publisher CEIT*, 10(1), 134-151, <https://doi.org/10.33386/593dp.2025.1.2718>
- Gregory, M. R. (2009). Environmental implications of plastic debris in marine settings—entanglement, ingestion, smothering, barrier effects and ecosystem alteration.

- Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 364(1526), 2013–2025. <https://doi.org/10.1098/rstb.2008.0265>
- Henao, O. y Córdoba, J. F. (2007). Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica. *Entramado*, 3(2), 18-29.
- Jaime Flores, M. J. y Badajoz Ramos, J. (2021). Comportamiento de compra y uso de bolsas plásticas en consumidores de la ciudad de Ayacucho. *Investigación*, 29(2), 105–112. <https://doi.org/10.51440/unsch.revistainvestigacion.29.2.2021.328>
- Jordan, A., Wurzel, R. y Zito, A. (2005). The rise of ‘new’ policy instruments in comparative perspective: Normative, political and practical lessons. *Environmental Politics*, 14(1), 20–49. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2005.00540.x>
- Kollmuss, A. y Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260. <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>
- Kotler, P. y Keller, K. L. (2021) *Marketing Management*, 14a ed. Pearson.
- Kühn, S., Rebolledo, E. L. B. y van Franeker, J. A. (2015). *Deleterious effects of litter on marine life*. In M. Bergmann, L. Gutow, & M. Klages (Eds.), *Marine Anthropogenic Litter* (pp. 75–116). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-16510-3_4
- Ley N.º 5414/15. (2015). *De gestión integral de residuos sólidos urbanos*. Poder Legislativo de la República del Paraguay. <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/4387/ley-n-5414>
- Oosterhuis, F., Papyrakis, E. y Boteler, B. (2014). Economic instruments and marine litter control. *Ocean & Coastal Management*, 102, 47–54. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2014.08.005>
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (2021, 23 noviembre). *Cómo reducir el impacto de los plásticos de un solo uso*. <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/reportajes/como-reducir-el-impacto-de-los-plasticos-de-un-solo-uso>
- Quiñones Chiccore, N. S. y Vilca Turpo, L. R. (2024). *Comportamiento del consumidor (TPB) y su relación con el uso de bolsas reutilizables en los supermercados de Arequipa Metropolitana*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. <https://repositorio.unsa.edu.pe/items/d8e30aba-483e-40e4-a8d4-c789e857be9b>
- Recalde, M. F., Suárez, L. y Páez, J. C. (2020). El comportamiento del consumidor en el ámbito económico y psicológico. *CONECTIVIDAD*, 2(1), 43–56. <https://doi.org/10.37431/conectividad.v2i1.13>

- Rochman, C. M., Browne, M. A., Halpern, B. S., Hentschel, B. T., Hoh, E., Karapanagioti, H. K., y Rios-Mendoza, L. M. (2013). *Policy: Classify plastic waste as hazardous*. *Nature*, 494(7436), 169–171. <https://doi.org/10.1038/494169a>
- Salvador García-Galán, S. (2017). Huella ambiental de tres tipos de bolsas de la compra.
- Samudio, R., Bonzi, G., Fernández, A., Maehara, K., Villanueva, G., Saldivar de Salinas, L. R. y Bernal de Macchi, G. (2017). Reducción de utilización de bolsas de polietileno: Alternativa ecológica de gestión en San Lorenzo, Paraguay. 2015. *Población y Desarrollo*, 23(44), 52-59.
- Sánchez Mora, J. F. y Herrera Nassar, G. A. (2022). Valor percibido e intención de compra del consumidor sobre las prácticas verdes frente a los plásticos de un solo uso de productos de consumo masivo en Bogotá.
- Schneider, A. y Ingram, H. (1990). Behavioral assumptions of policy tools. *The Journal of Politics*, 52(2), 510–529. <https://doi.org/10.2307/2131904>
- Spaargaren, G. (2003). *Sustainable consumption: A theoretical and environmental policy perspective*. *Society & Natural Resources*, 16(8), 687–701. <https://doi.org/10.1080/08941920309192>
- Thaler, R. H. y Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Thøgersen, J. (2014). Unsustainable consumption: Basic causes and implications for policy. *European Psychologist*, 19(2), 84–95. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000176>
- Tudor, V. C., Marin, A., Vasca, D. Z., Micu, M. M. y Smedescu, D. I. (2018). The influence of the plastic bags on the environment. *Materiale plastice*, 55(4), 595-599.
- UNEP. (2018). *Single-use plastics: A roadmap for sustainability*. United Nations Environment Programme. <https://www.unep.org/resources/report/single-use-plastics-roadmap-sustainability>
- Zárate Gómez, J. I. (2018). *Percepción del consumidor ante la eliminación de bolsas plásticas en la tienda por departamento de Ripley Mall del Sur*. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/353494ae-df1e-4502-bbf8-b8ceb809218e/content>