

#Reciclando
ando

Quinta versión de la **Encuesta Nacional de Reciclaje y Reutilización Reciclando-Ando**

Organizan



PACTO
CHILENO
DE LOS
PLÁSTICOS

FCh
FUNDACIÓN CHILE®

OCEANA

NIQ

¿Cómo se relaciona Chile con la protección del medio ambiente, la sustentabilidad y el reciclaje?

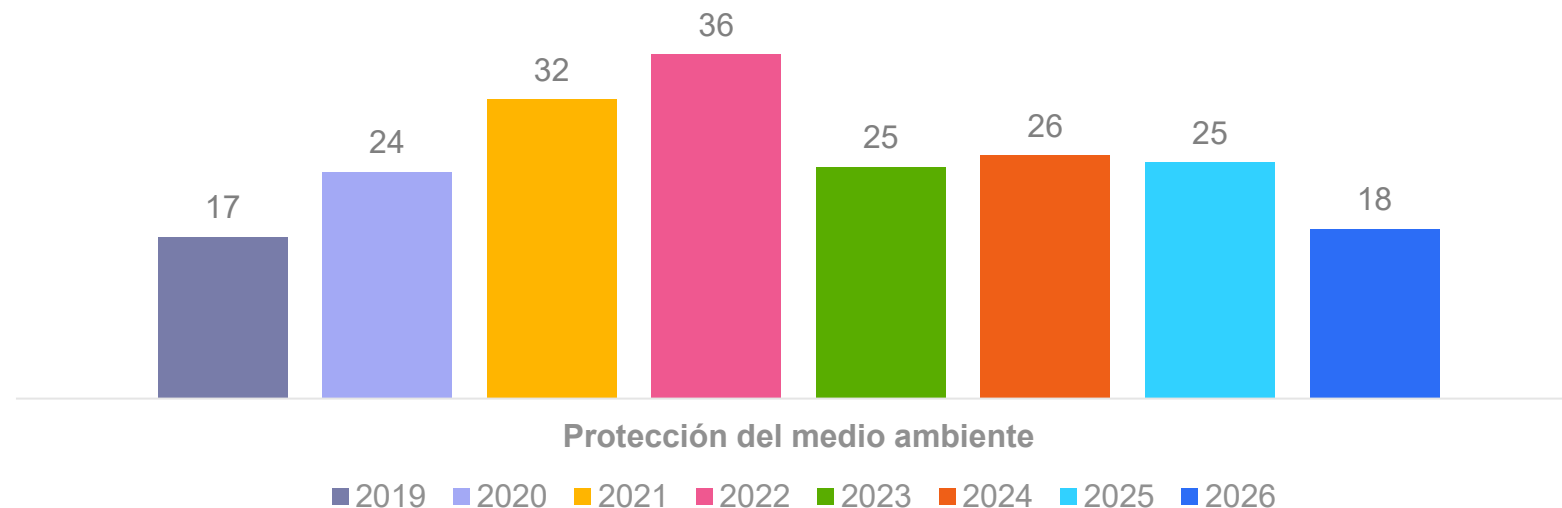
CHILE  3D

5448 encuestas

A lo largo de todo el país
Desde enero a marzo del 2026

¿Cómo ha evolucionado la relevancia de protección del medio ambiente como causa social?

Después del peak alcanzado durante la pandemia, la protección del medio ambiente **pierde protagonismo relativo frente a preocupaciones más inmediatas como salud mental, educación y seguridad económica.**



Hoy son las generaciones más jóvenes quienes continúan siendo un segmento estratégico para fortalecer la cultura del reciclaje y proyectar cambios de comportamiento en el largo plazo.

Este patrón tiene explicación: los temas ambientales viven ciclos de atención, y hoy Chile entra en su fase de consolidación

La curvas que acabamos de ver no son una particularidad chilena: **sigue el ciclo de atención pública.**



Chile ya recorrió el auge y hoy está en la fase de consolidación, donde el desafío es sostener el hábito.

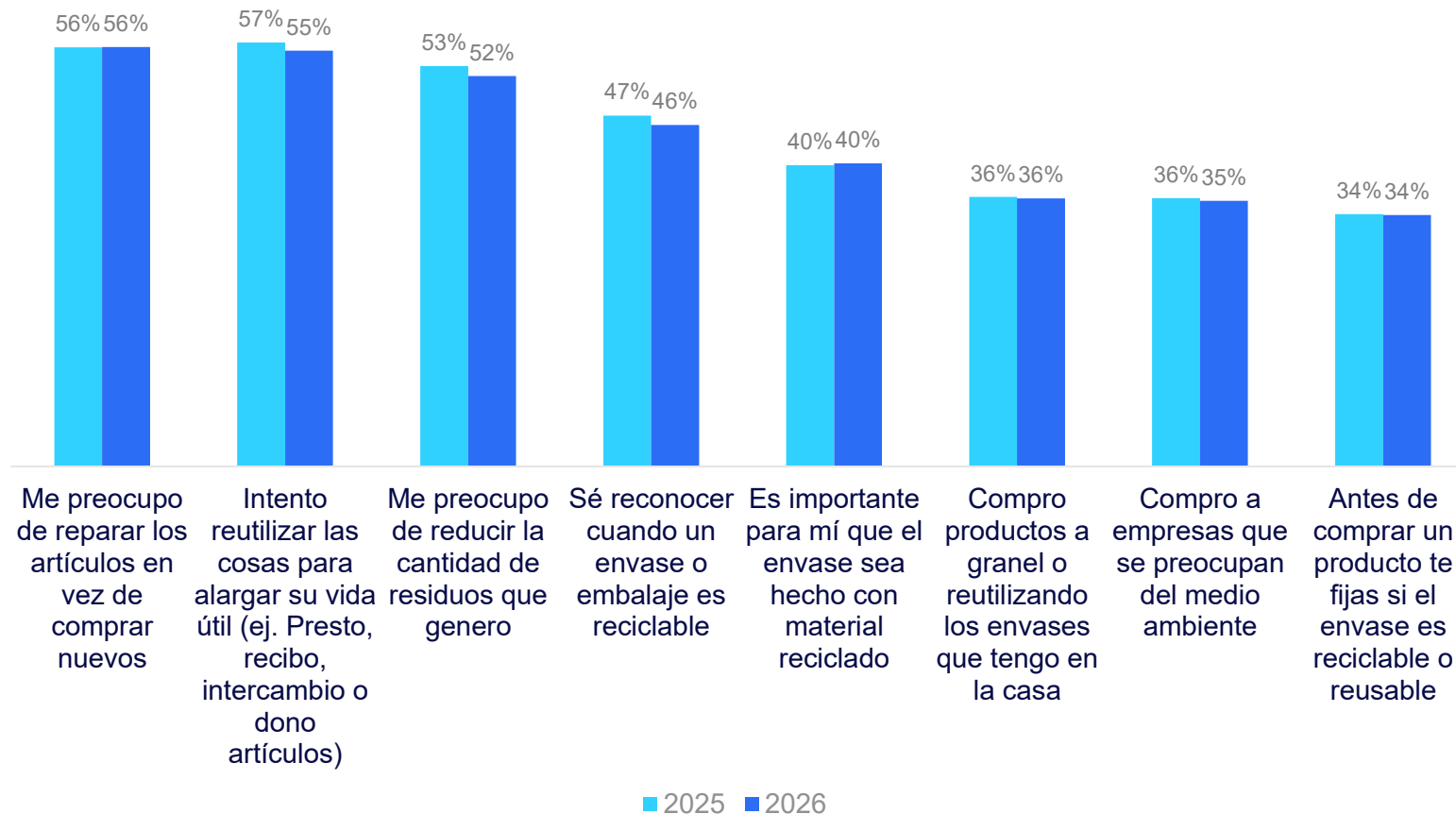
Marco: Downs, A. (1972), ciclo de atención pública. Datos: Chile 3D, P31, serie 2009 a 2026, .

¿Qué conductas sustentables muestran mayor y menor adopción?

Todas las conductas muestran **estabilidad** respecto de 2025.

Reparar, reutilizar y reducir residuos siguen siendo las acciones más instaladas.

% acuerdo con cada afirmación

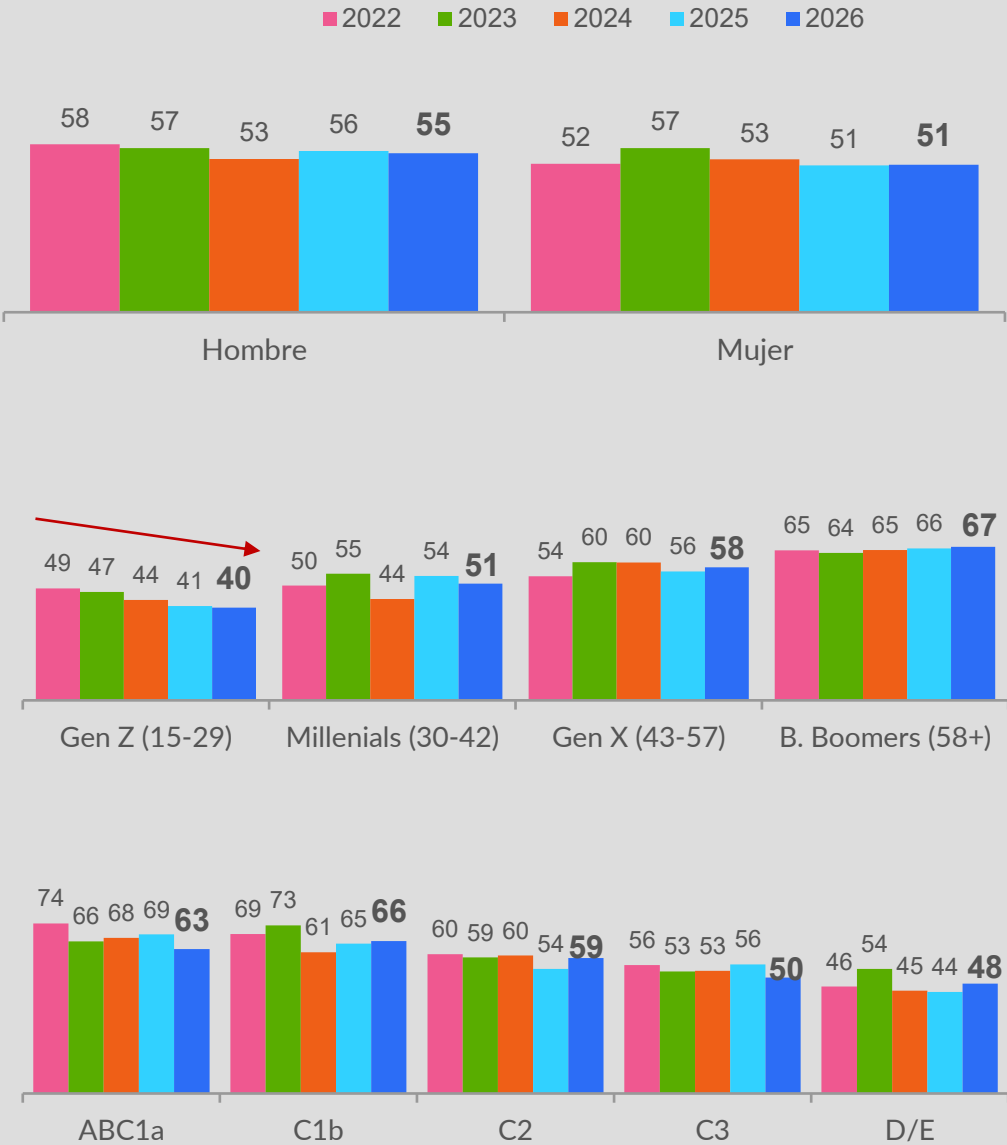


Mientras que las decisiones de compra guiadas por criterios sustentables permanecen más rezagadas.

En 17 años la tasa declarada de reciclaje prácticamente se triplica y logra consolidarse sobre el 50%, mostrando que reciclar dejó de ser una conducta de nicho, pero con una pérdida de fuerza en los segmentos más jóvenes.

53%

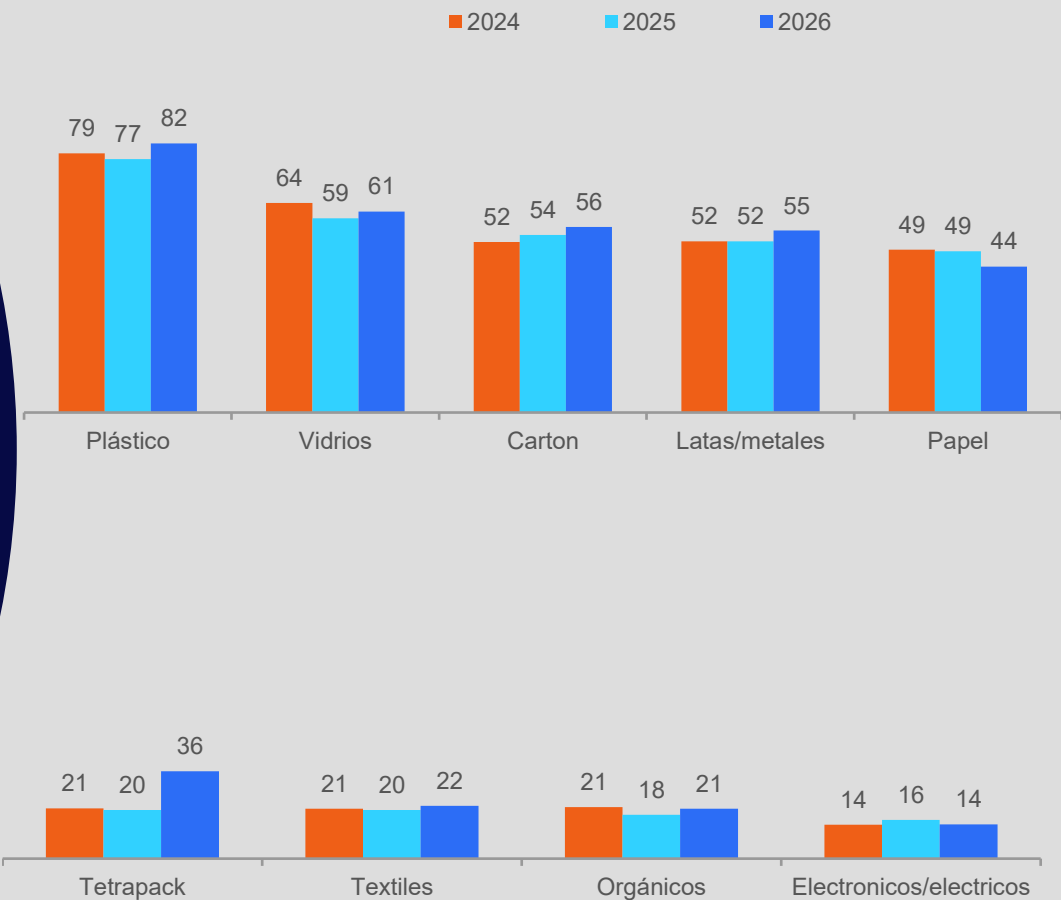
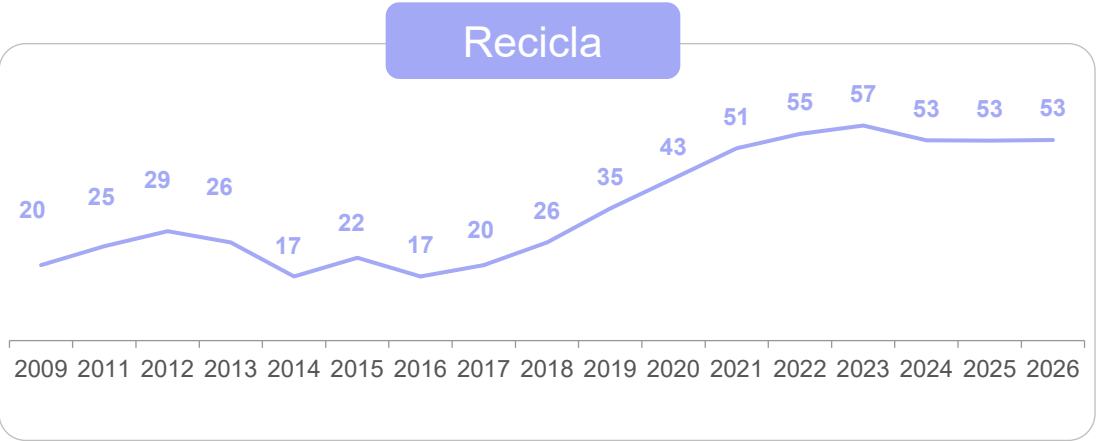
Declara reciclar marzo 2026



Plásticos continúan liderando
ampliamente las categorías recicladas,
mientras residuos como Tetrapak, textiles,
electrónicos y orgánicos siguen
mostrando una brecha importante.

53%

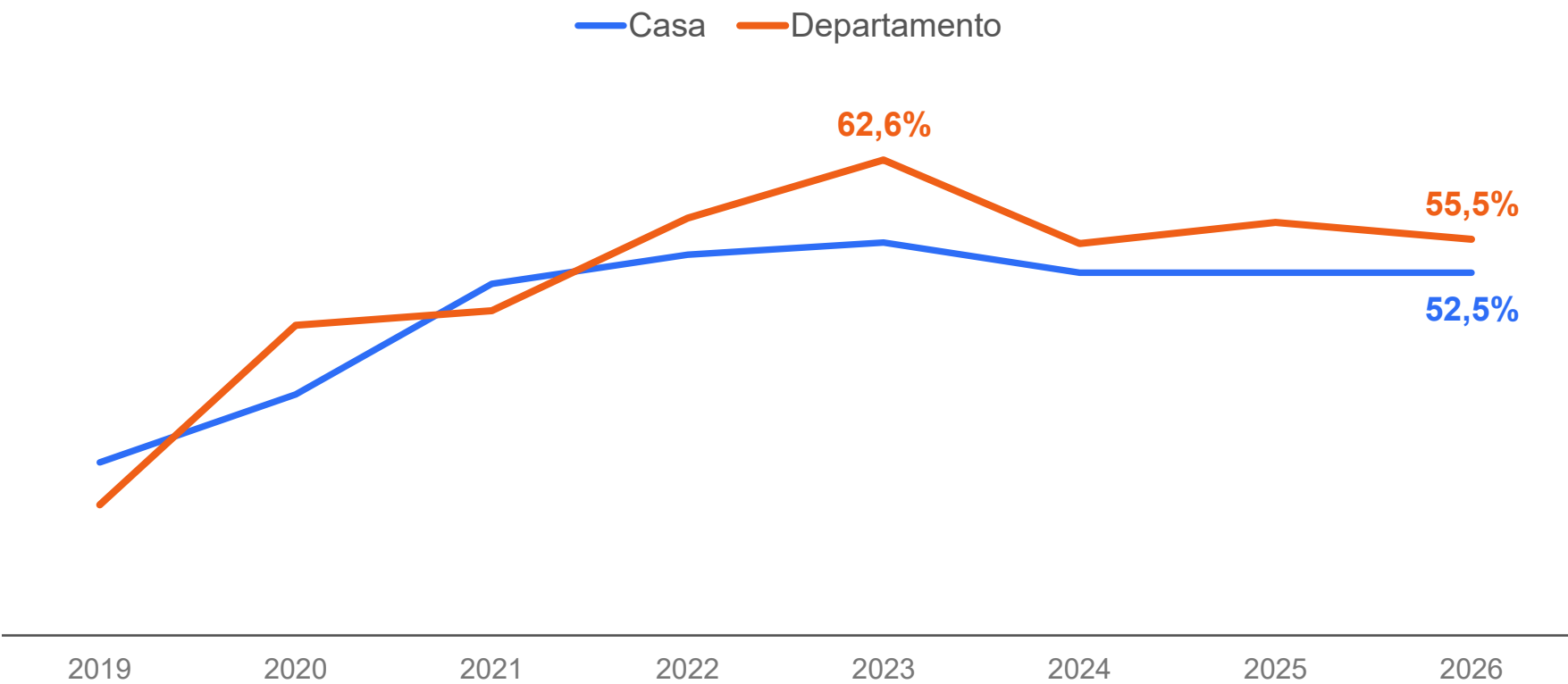
Declara reciclar marzo 2026



Un foco de alto impacto: la vivienda vertical, donde la práctica encuentra su mayor oportunidad de consolidación

Los datos muestran que en departamentos **la práctica es más sensible al contexto**. Diseñar soluciones específicas para edificios es una de las oportunidades más concretas del período.

"¿Reciclas habitualmente?" por tipo de vivienda



El comportamiento es casi idéntico entre casa y departamento.

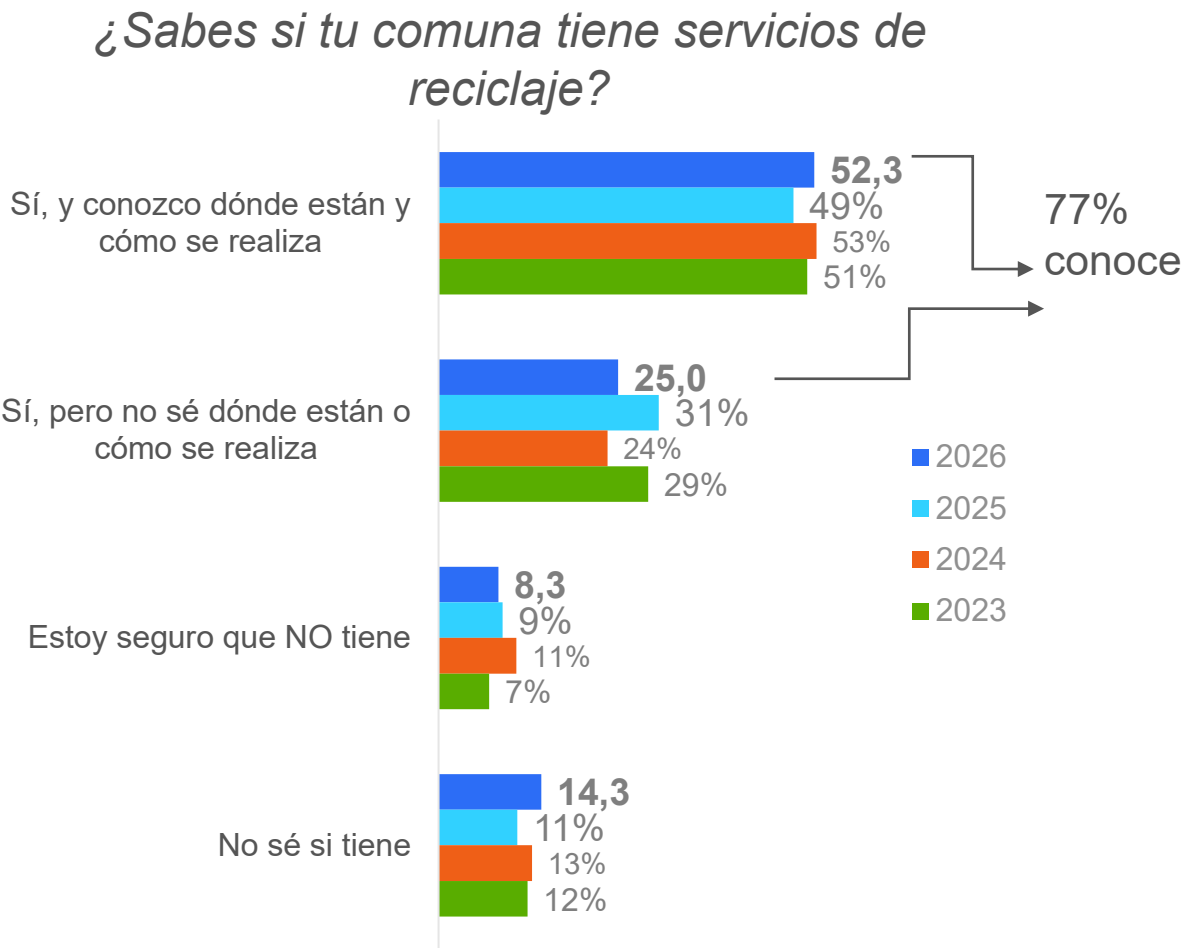
La diferencia está en la estabilidad del contexto, no en las personas. Ahí se abre la oportunidad de diseñar para la vida en altura.

Resultados Reciclando Ando

1107 encuestas
A lo largo de todo el país
JUNIO

El conocimiento sobre la existencia de servicios comunales alcanza niveles altos. La barrera deja de ser saber que existen y pasa a ser utilizarlos de manera habitual.

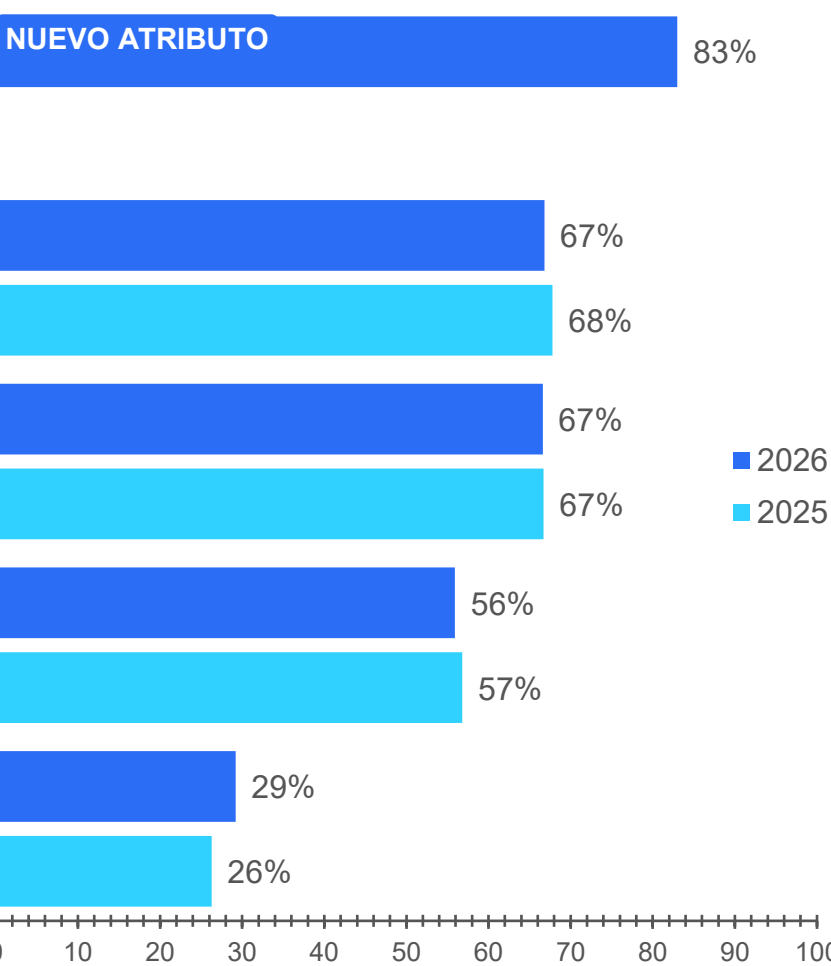
A pesar del alto conocimiento general, persiste una brecha en las generaciones más jóvenes. El desafío será acercar la infraestructura y facilitar su incorporación al hábito de reciclaje.



Tramos de edad			Zona		
18 a 35	36 a 55	56 y más	Norte	RM	Sur
47	56	55	48	52	56
31	21	22	26	27	22
10	8	6	15	6	7
13	14	16	11	16	15

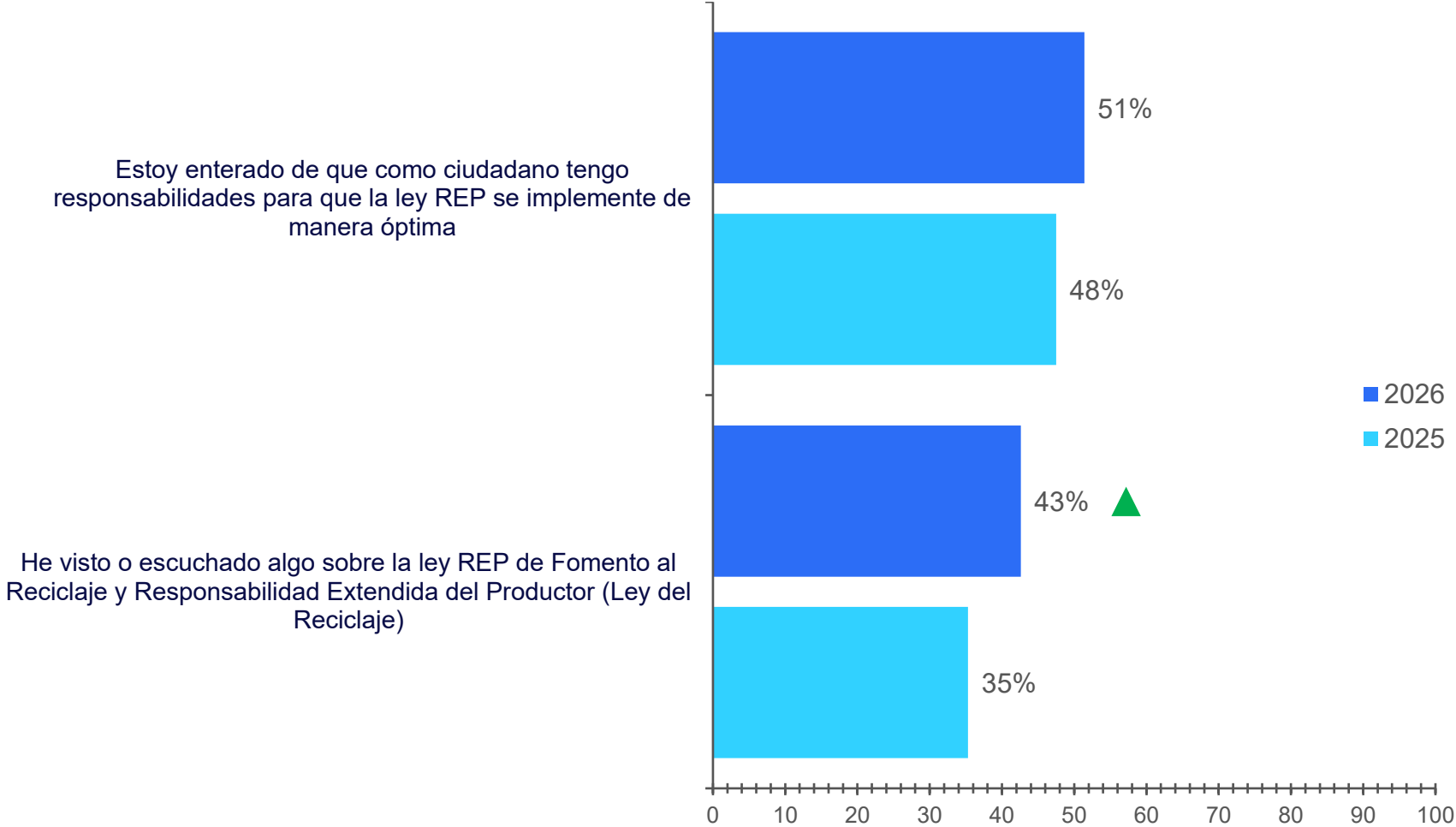
Ley de Plásticos de un Solo Uso: 83% apoya destinar un espacio a botellas retornables en supermercados; el conocimiento y las prácticas se mantienen estables y saber dónde denunciar sigue bajo (29%).

Estoy de acuerdo con que los Supermercados tengan que destinar un espacio exclusivo a la venta de botellas retornables



FCH02_2025 A continuación te vamos a preguntar sobre el conocimiento o experiencia acerca de distintas leyes de responsabilidad medio ambiental. Selecciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases:

Ley REP (Responsabilidad Extendida del Productor): el conocimiento general de la ley crece a 43% (+7pp) y la conciencia de las responsabilidades ciudadanas sube a 51% (+4pp).



FCH02_2025 A continuación te vamos a preguntar sobre el conocimiento o experiencia acerca de distintas leyes de responsabilidad medio ambiental. Selecciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases:



Reutilización y compra a granel

NIQ

FCh
FUNDACIÓN CHILE



PACTO
CHILENO
DE LOS
PLÁSTICOS

OCEANA

Alternativas reutilizables

La disposición hacia alternativas reutilizables sigue siendo mayoritaria, pero cede 7 puntos y ese retroceso se traslada casi por completo a la indiferencia, que sube 6 puntos. Lo que aumenta no es el rechazo, sino la desconexión con el tema.

69%

(▼ 7 pp vs 2025: 76%)

Cree que los establecimientos de expendio de alimentos deberían ofrecer alternativas reutilizables

16%

le es indiferente (vs 10% 2025)

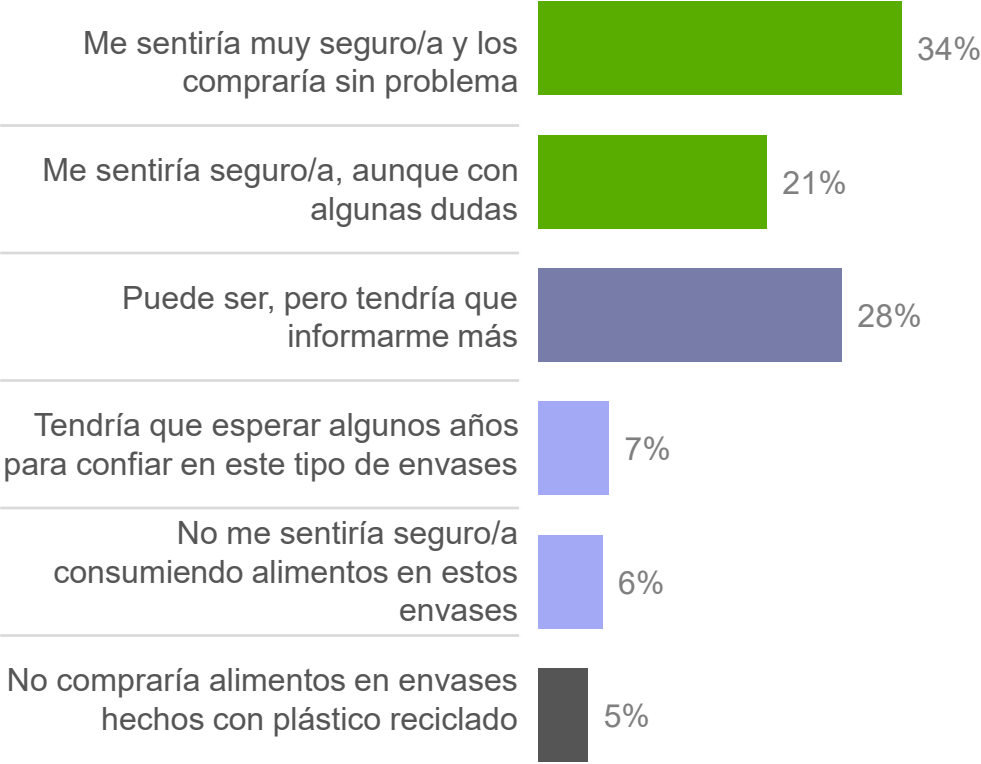
(▲ 6 pp vs 2025: 10%)



¿Crees que los establecimientos de expendio de alimentos (como patios de comida, restaurantes, locales de comida rápida, fuentes de soda, cafeterías, heladerías, entre otros) deberían ofrecer alternativas reutilizables (como loza, cubiertos de metal u otros utensilios lavables) para evitar el uso de productos desechables? Base: total n=1.100 por año. ▼ ▲ indican diferencias significativas al 95% de confianza.

Existe una alta disposición hacia los envases con plástico reciclado, pero la confianza aún necesita ser construida.

55% está dispuesto a comprarlos hoy.

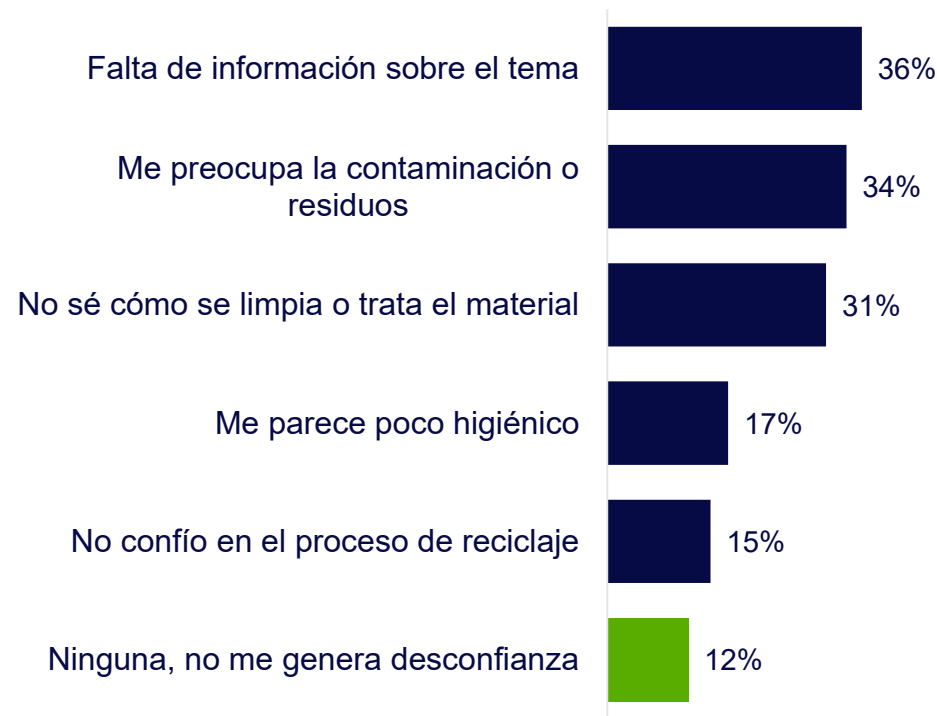


Pensando en envases de alimentos hechos con plástico reciclado y que cumplan con normas sanitarias, ¿qué tan seguro/a y dispuesto/a te sentirías a comprarlos?

La confianza se construye con evidencia

La ciudadanía muestra disposición a adoptar estos envases, **pero necesita pruebas antes que promesas**. La **certificación sanitaria, la información transparente y la educación** aparecen como los principales habilitadores acelerar su adopción, mientras que el rechazo irreductible representa sólo una minoría (8%).

¿Qué te genera más desconfianza sobre el uso de plástico reciclado en envases de alimentos?



¿Qué te haría confiar más en este tipo de envases?



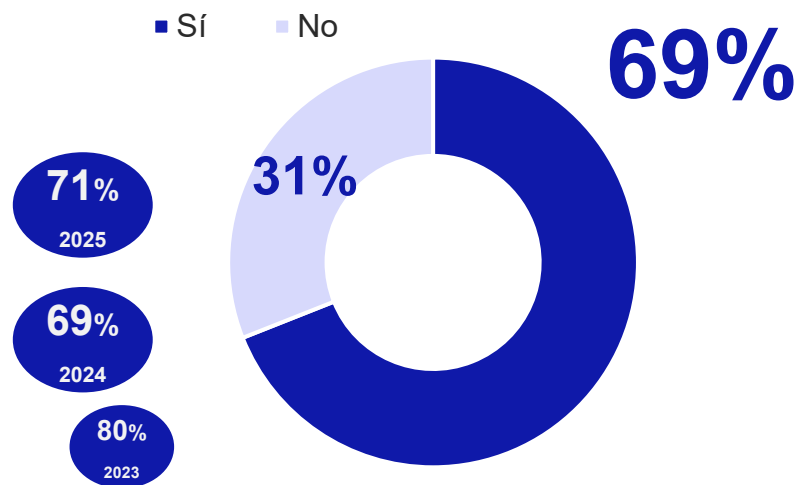
La adopción de estos envases dependerá menos de cambiar percepciones y más reducir la incertidumbre con información simple, visible y creíble.

La compra a granel lleva tres años estancada en 69% y su uso se vuelve cada vez menos frecuente.

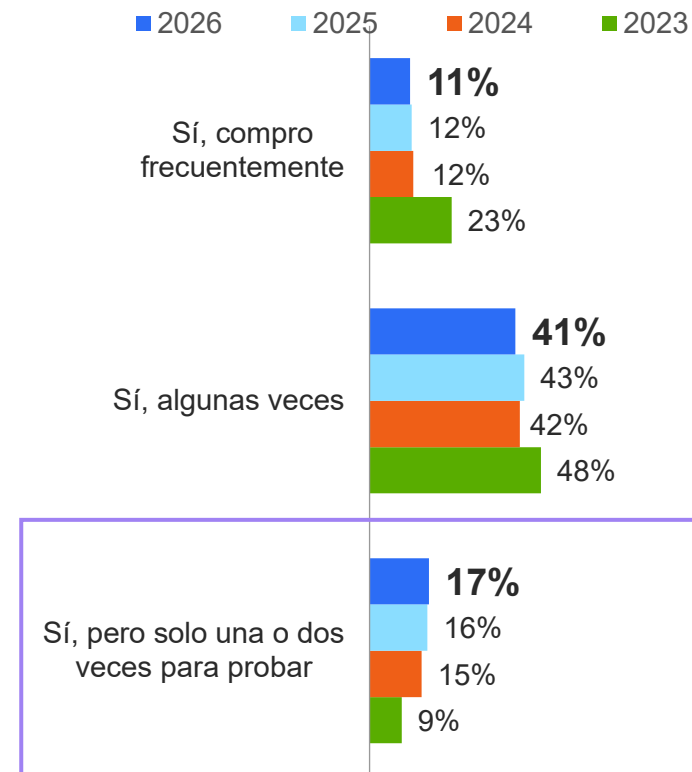
El alcance no se recupera tras la caída de 2024 y la intensidad retrocede: **la compra frecuente se redujo a la mitad desde 2023, de 23% a 11%, mientras la compra de prueba casi se duplicó, de 9% a 17%.** El desafío es doble: recuperar compradores y, sobre todo, convertir la prueba en hábito.

La compra a granel se estabilizó 11 puntos por debajo de 2023 y quienes la practican lo hacen cada vez más a modo de prueba.

¿Compras productos reutilizando contenedores y/o a granel?



¿Y con qué frecuencia?

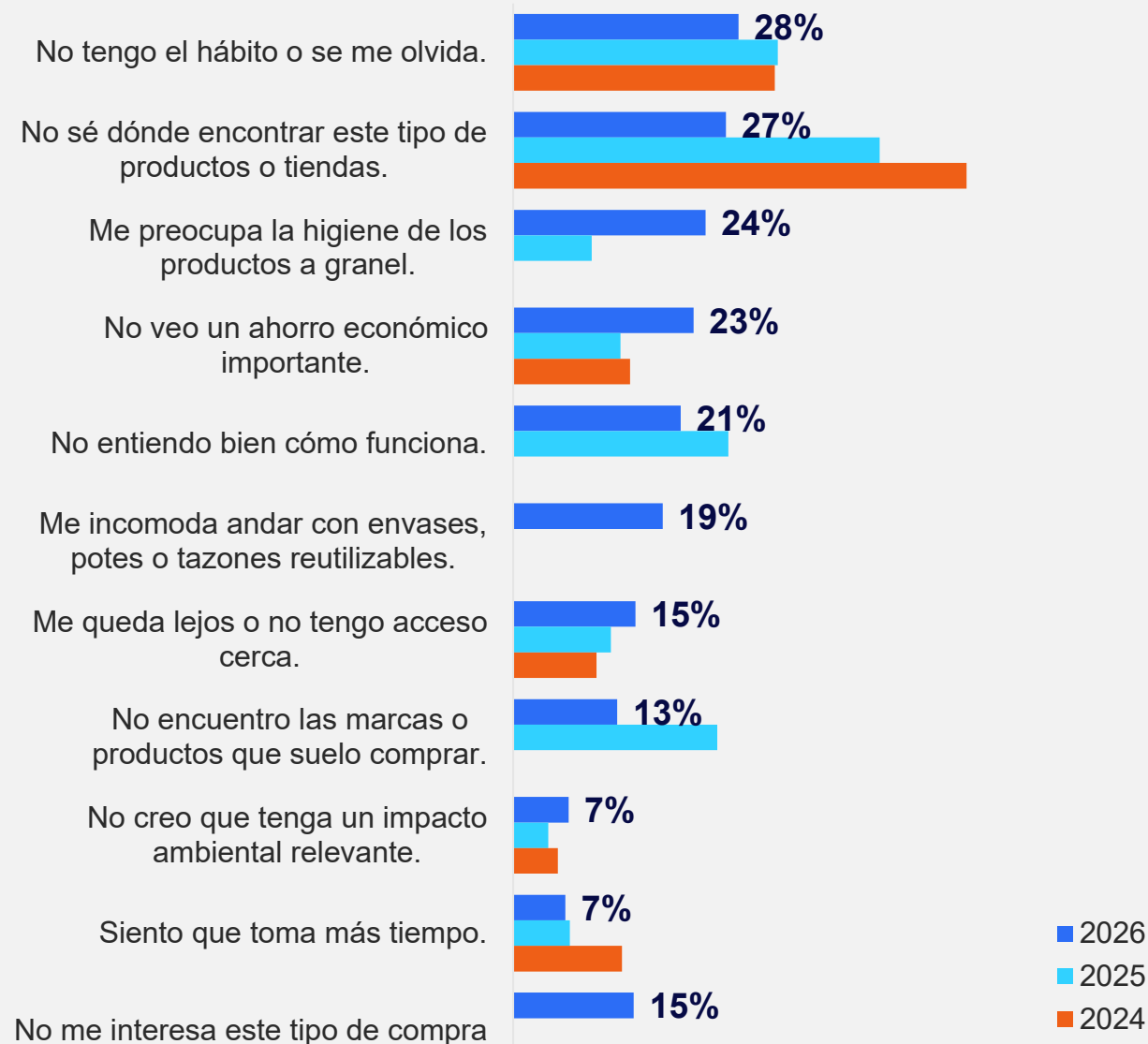


Las barreras están rotando: el acceso dejó de ser el problema y ahora la duda es si el granel es higiénico y si realmente conviene.

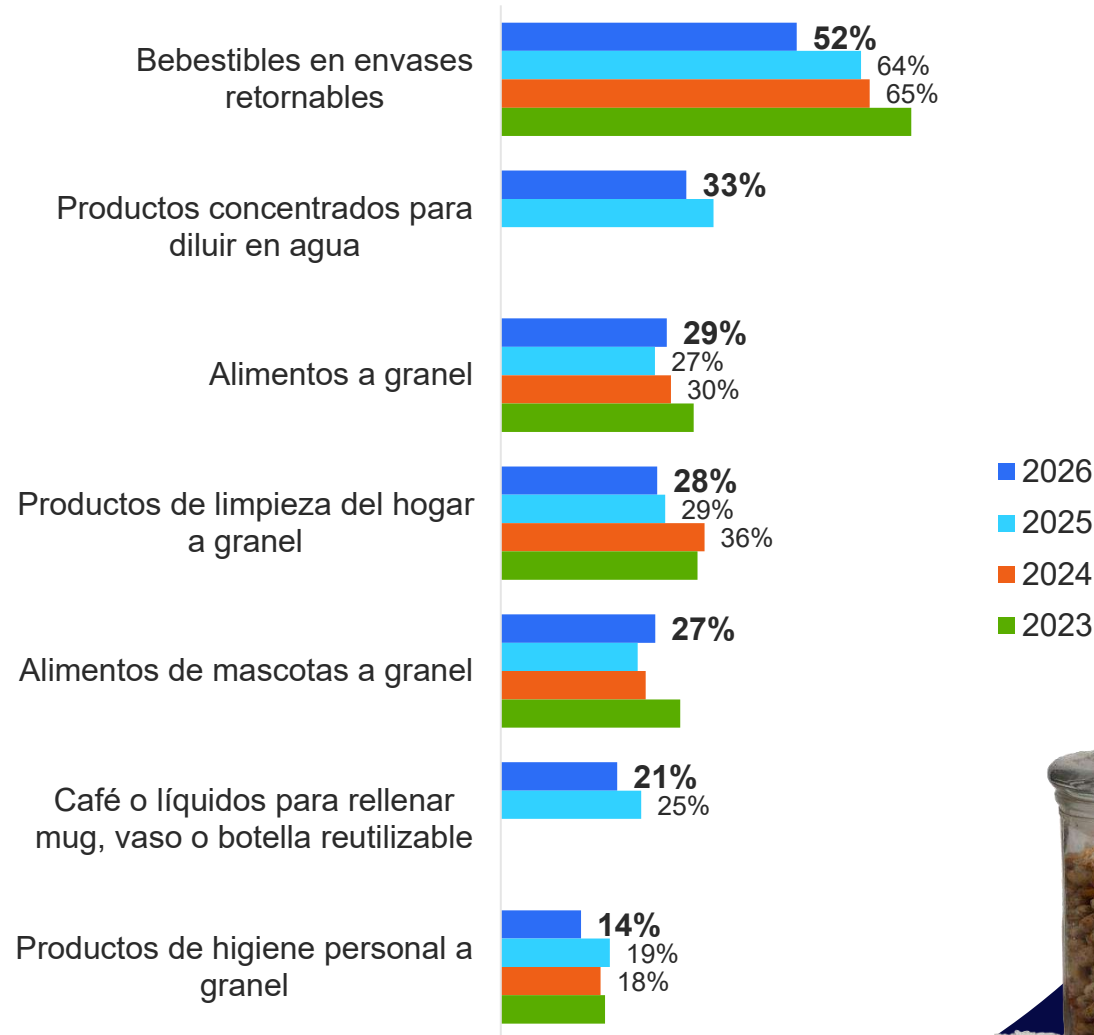
- El desconocimiento de dónde comprar se desplomó de 57% en 2024 a 27% hoy, y no encontrar las marcas habituales cayó de 26% a 13%: **la disponibilidad dejó de ser la traba principal.**
- **En paralelo suben las barreras de confianza y valor:** la higiene pasa de 10% a 24% y la falta de ahorro percibido de 13% a 23%. El desafío ya no es visibilizar la oferta, sino demostrar que el granel es seguro y conveniente.



¿Qué cosas te dificultan o desmotivan a comprar productos reutilizando envases o a granel?



¿Qué productos has comprado reutilizando envases?

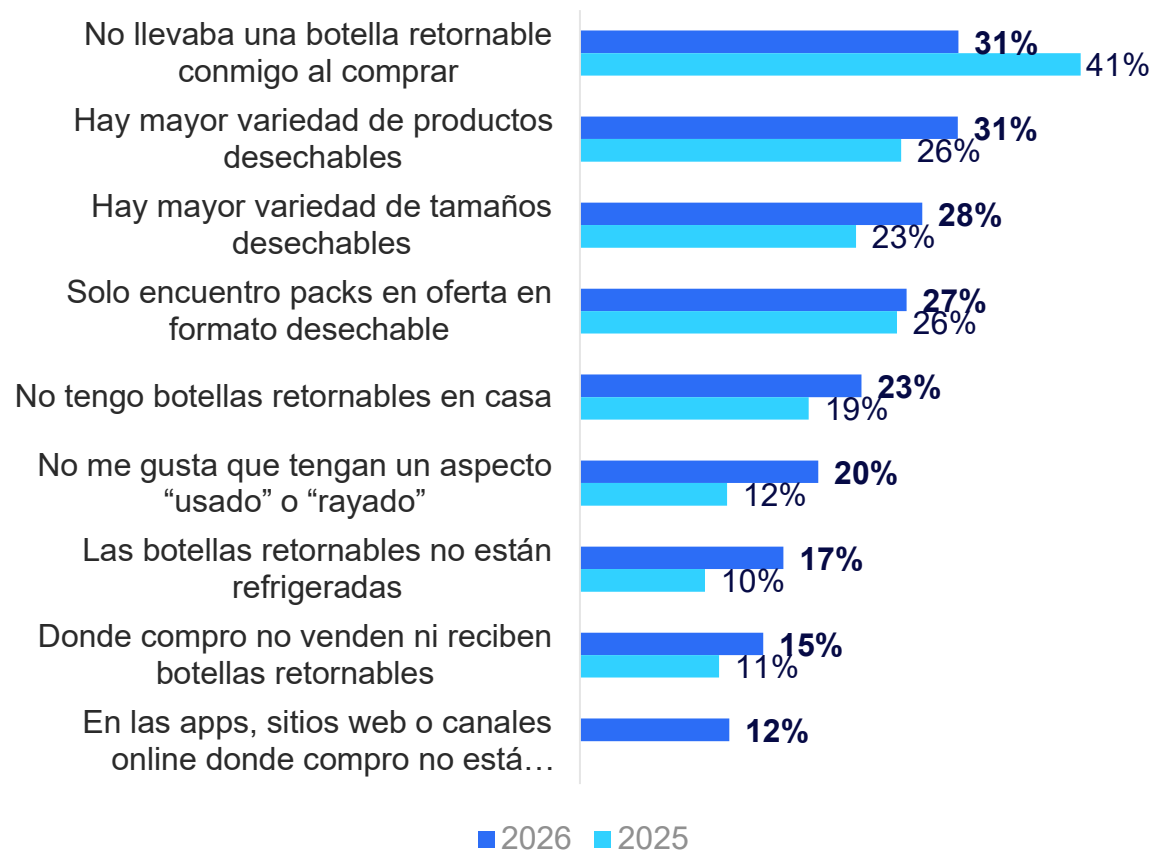


La reutilización ya tiene categorías consolidadas, pero su expansión dependerá de innovar en nuevas ocasiones de consumo.

- Los envases retornables mantienen su liderazgo, mientras que los concentrados diluibles muestran el potencial de nuevas categorías para ampliar la adopción de hábitos sustentables.
 - El desafío será extender este comportamiento a categorías donde la reutilización aún tiene baja penetración.



¿Por qué motivos has preferido comprar botellas desechables en lugar de retornables?



La razón principal es conductual: **no andar con una botella retornable a mano**. Pero es una barrera que cede, cae de 41% a 31% en un año, por sobre los factores de oferta como variedad y disponibilidad.

¿Qué te motivaría a comprar productos a granel o en formato de recarga/reutilización?



La conveniencia económica y el acceso son los principales impulsores para acelerar la adopción de formatos reutilizables. Sin embargo, el primer punto pierde relevancia desde el año anterior.

Bolsas Reutilizables

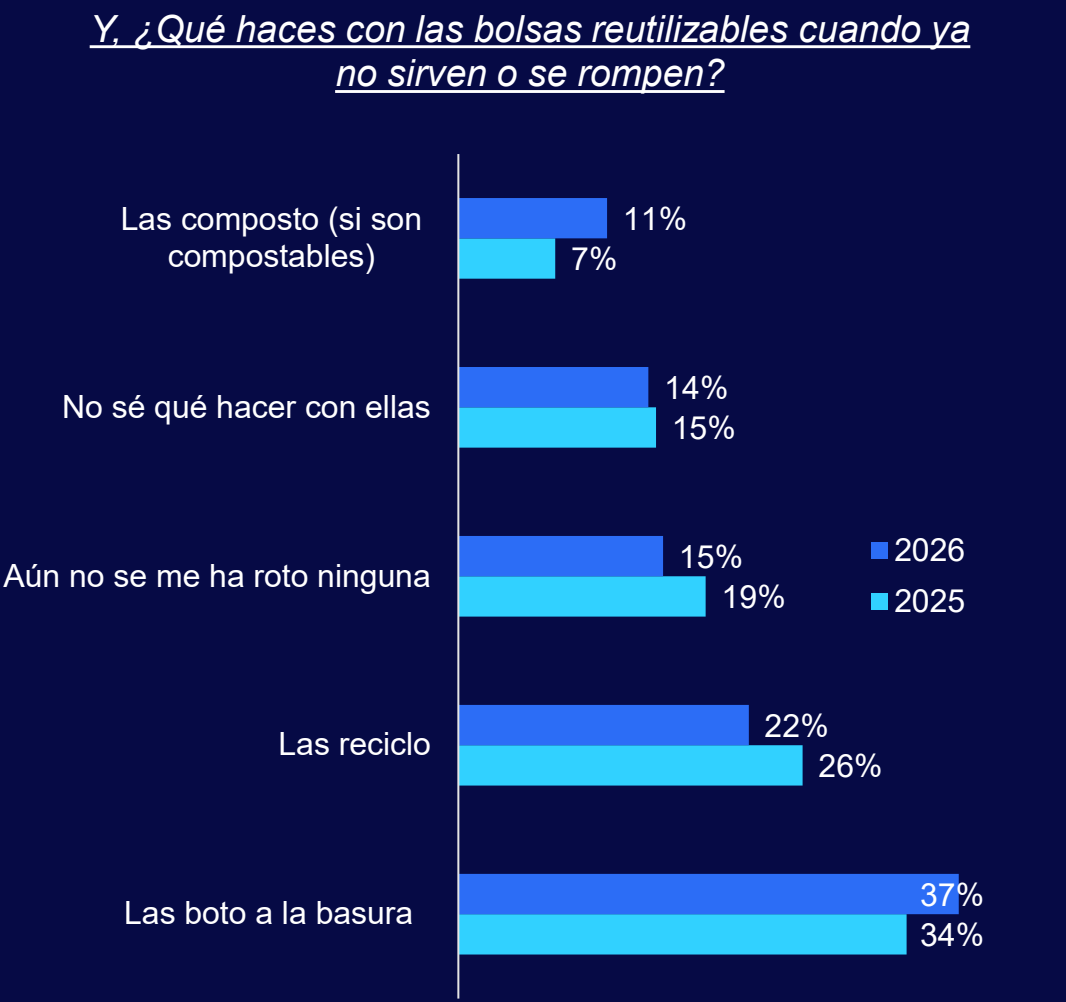
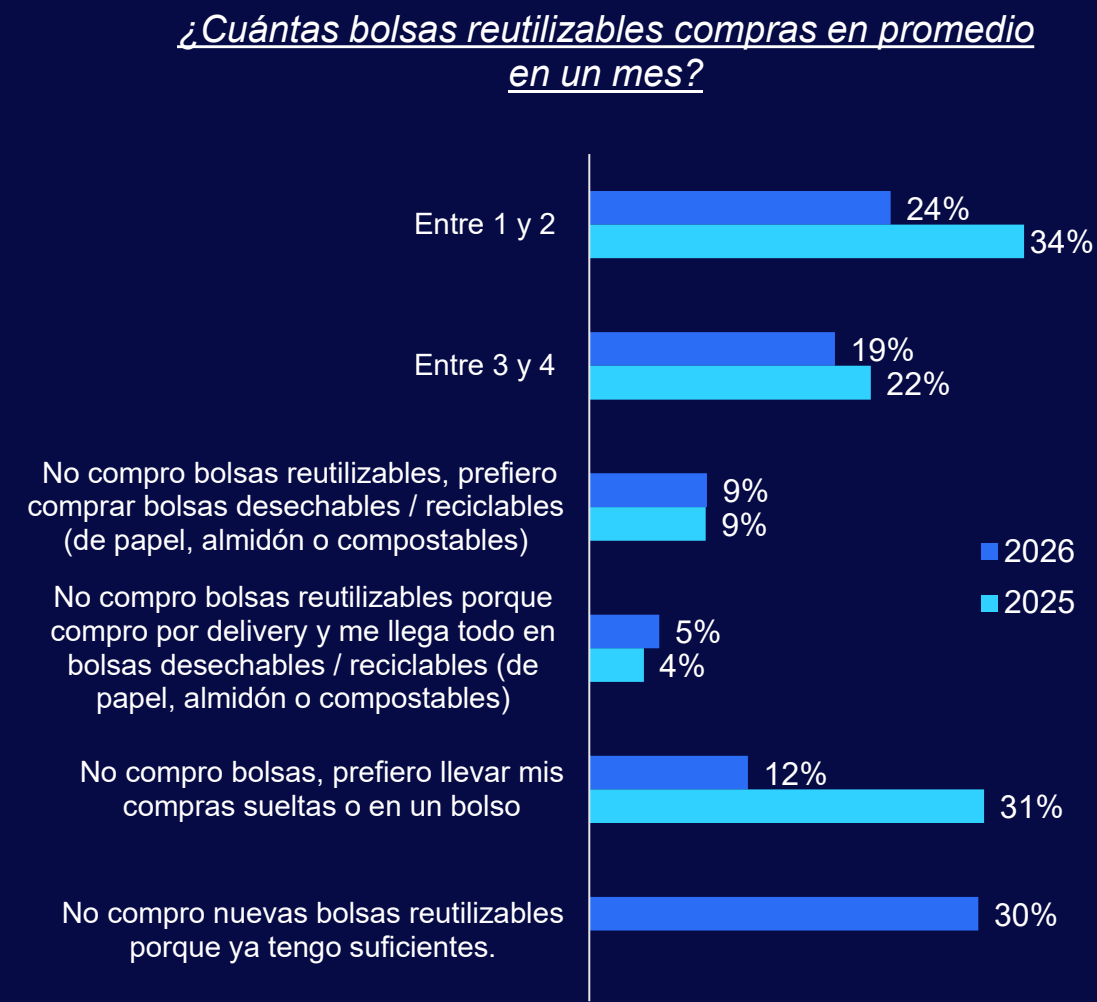
NIQ

FCH
PACTO CHILENO
DE LOS
PLÁSTICOS
FUNDACIÓN CHILE

OCEANA
PACTO CHILENO
DE LOS
PLÁSTICOS

OCEANA

Las bolsas reutilizables ya forman parte del hábito de compra, pero su disposición final continúa siendo una oportunidad para avanzar hacia una economía más circular.



Compostaje

NIQ

FCh
FUNDACIÓN CHILE



PACTO
CHILENO
DE LOS
PLÁSTICOS

OCEANA

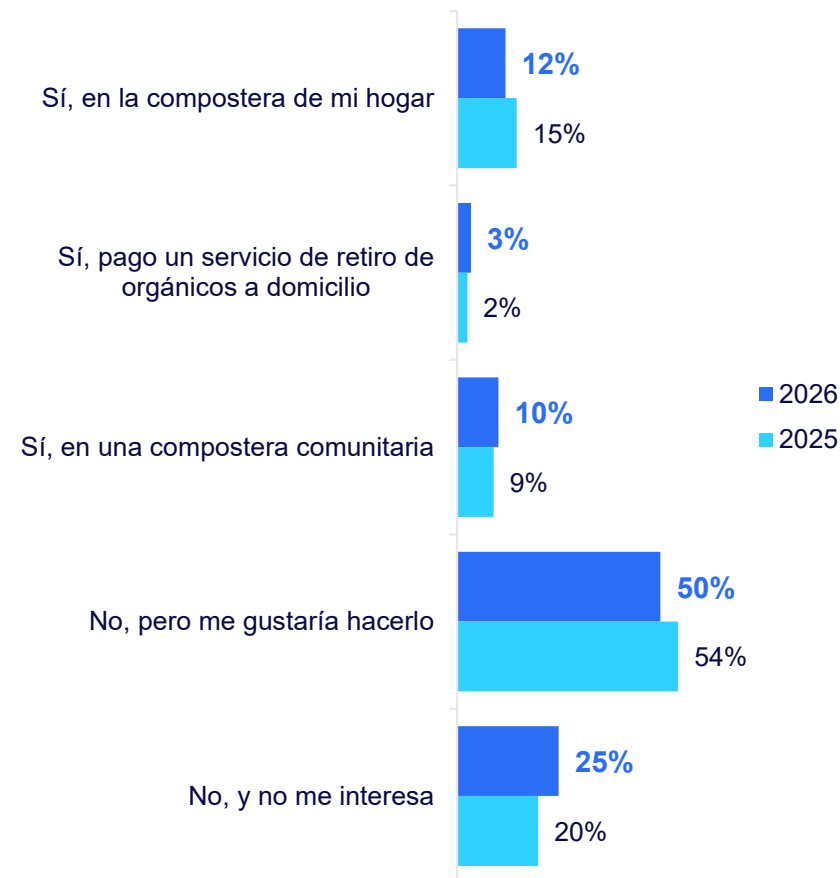
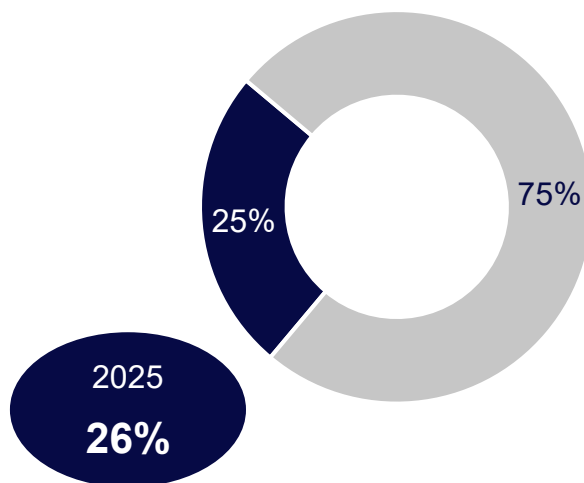
El compostaje aún no logra consolidarse como un hábito cotidiano, lo que evidencia una oportunidad para seguir desarrollando infraestructura y educación.



La principal oportunidad está en quienes aún no compostan, pero manifiestan interés por hacerlo. Más de la mitad declara que le gustaría incorporar esta práctica, mientras que sólo una minoría afirma no tener interés.

¿Actualmente, realizas compostaje ?

■ Sí ■ No

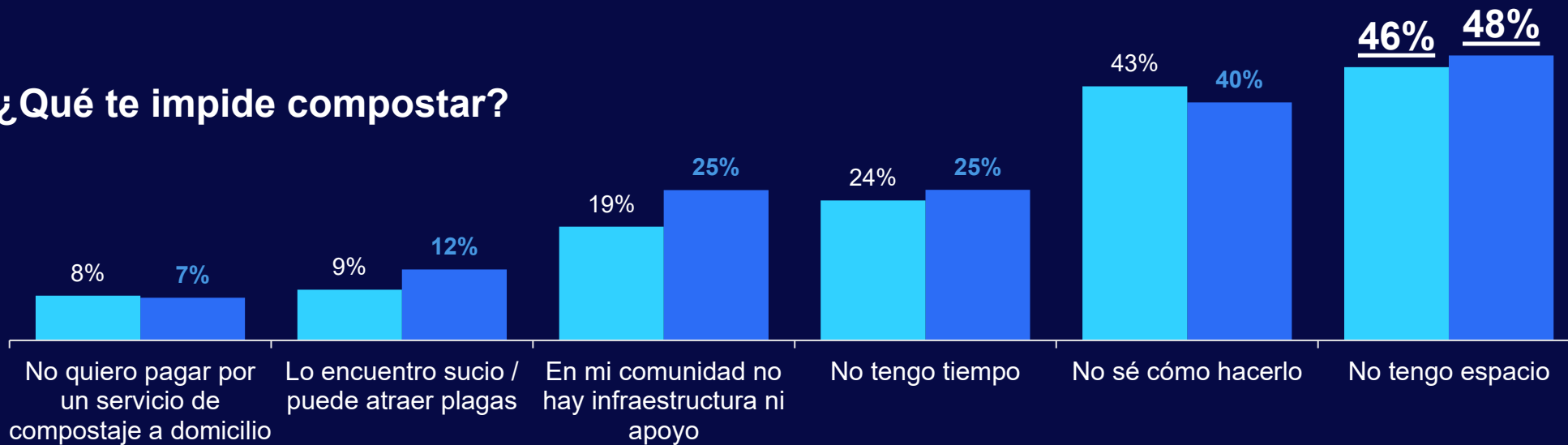


El compostaje no se limita por falta de interés, sino por la ausencia de condiciones para hacerlo.

Las principales barreras para compostar siguen siendo no contar con un espacio adecuado (48%) y no saber cómo hacerlo (40%), mientras que factores como el tiempo o el costo tienen una incidencia considerablemente menor.

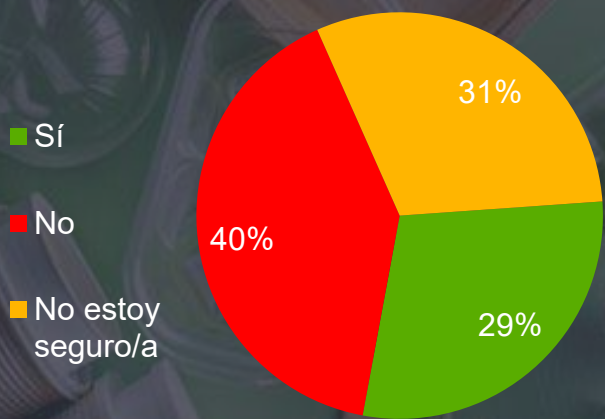
■ 2026 ■ 2025

¿Qué te impide compostar?

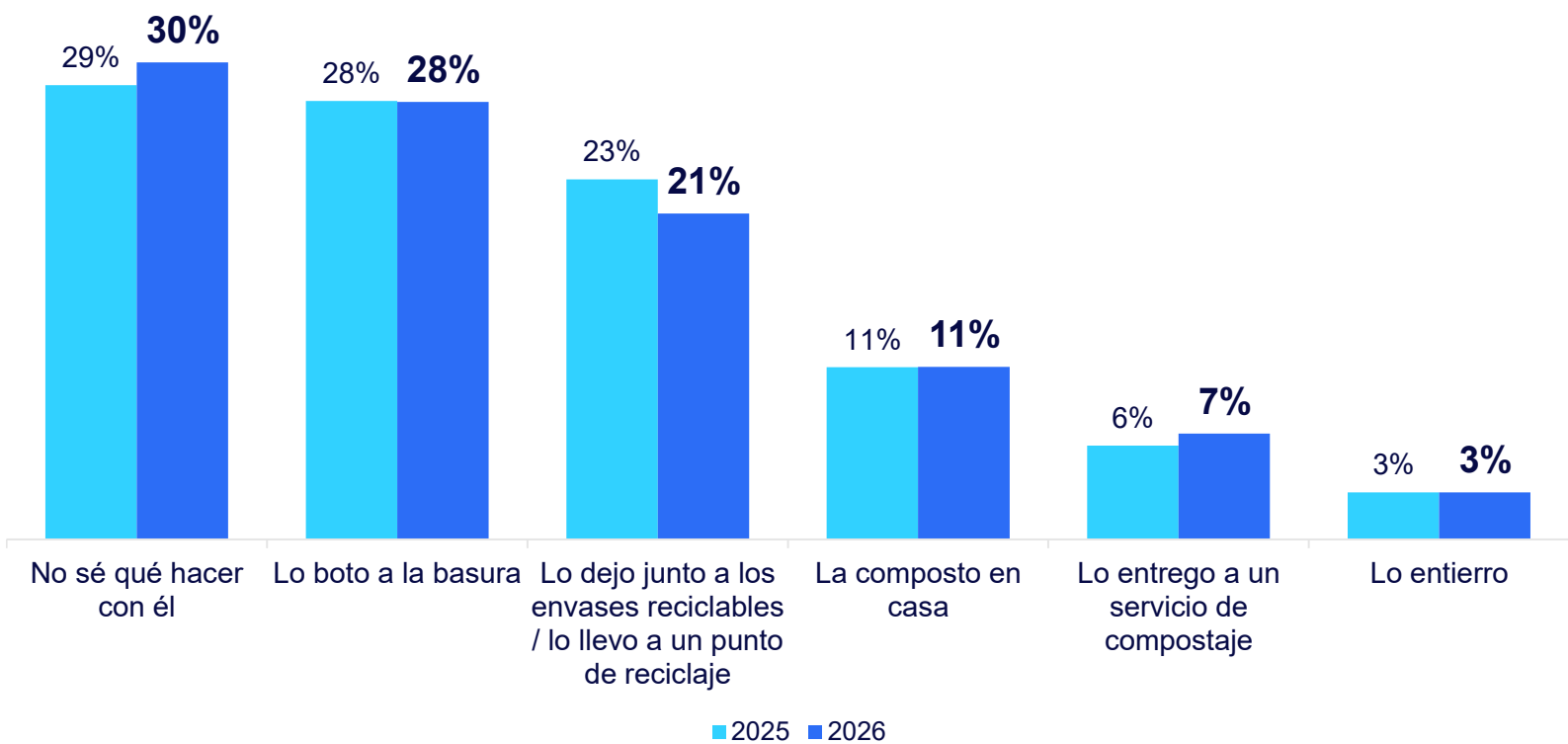


La identificación de envases compostables continúa siendo una brecha relevante, limitando que estos materiales cumplan su propósito ambiental.

¿Sabes identificar un envase compostable?



La baja capacidad para identificar envases compostables limita que las personas puedan disponerlos correctamente al finalizar su uso.



Como consecuencia, predominan conductas como no saber qué hacer con ellos o botarlos a la basura, evidenciando la necesidad de fortalecer la educación y el etiquetado de estos envases.



Compra de productos

NIQ

FCh
FUNDACIÓN CHILE



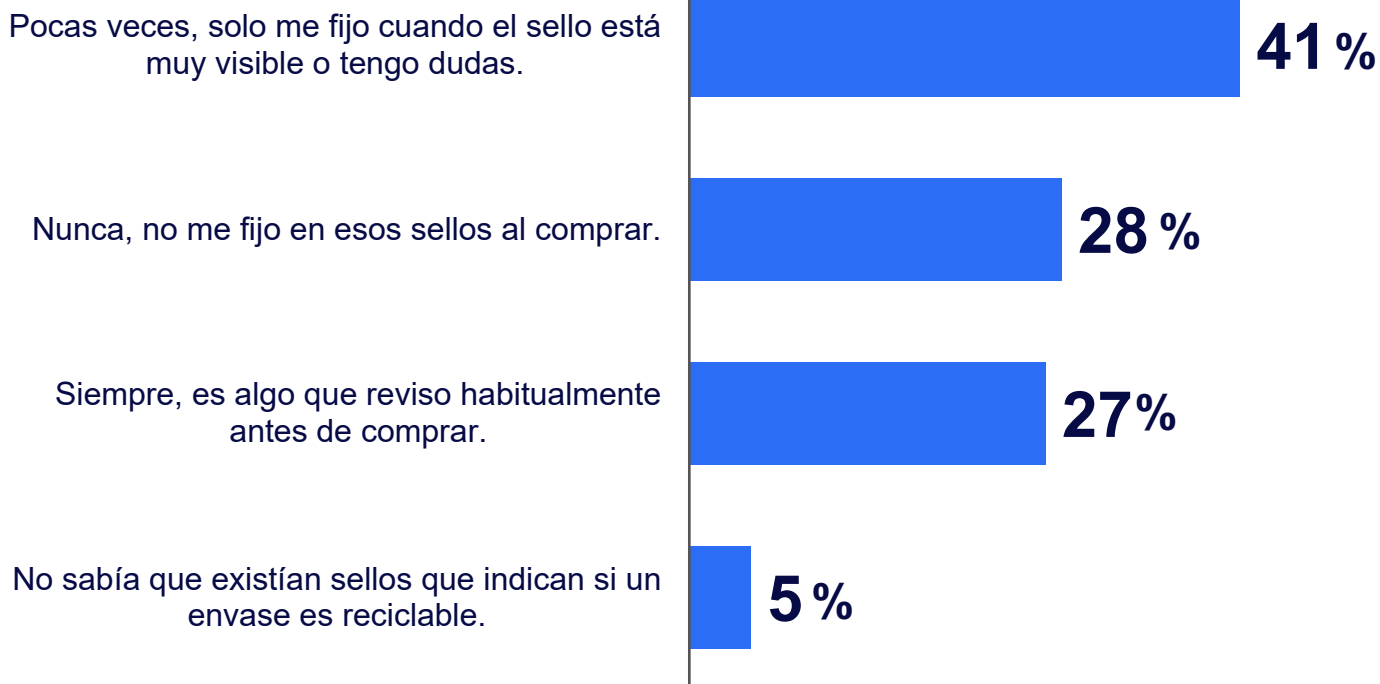
PACTO
CHILENO
DE LOS
PLÁSTICOS

OCEANA

La visibilidad del sello es tan importante como su existencia.

El consumidor ya reconoce los sellos de reciclabilidad, pero aún no los incorpora sistemáticamente en su decisión de compra. Su capacidad de influir dependerá de que sean **claros, visibles y fáciles** de interpretar en el punto de venta.

Cuando compra productos, ¿con qué frecuencia te fijas en sellos o etiquetas que indican si el envase se puede reciclar?

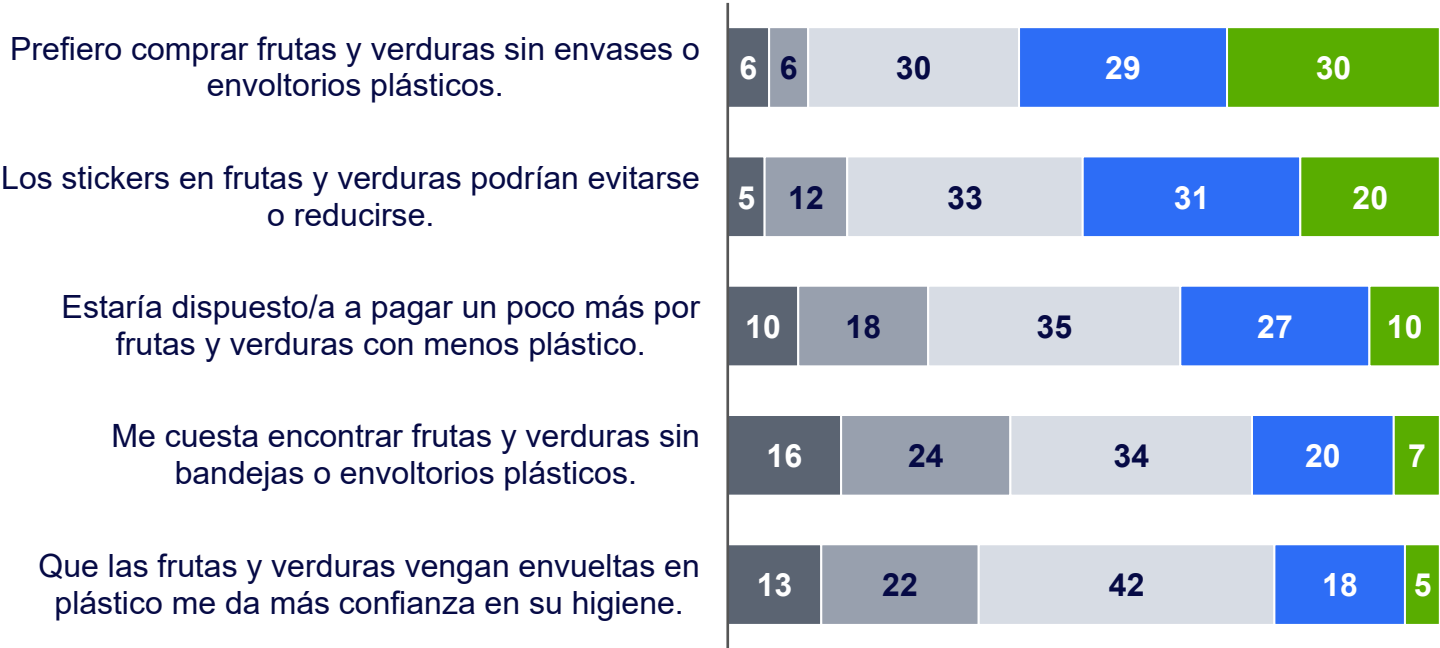


La demanda ya existe; ahora el desafío es responder con una mayor oferta de productos con menos plástico.

La mayoría de los consumidores prefiere frutas y verduras sin envoltorios plásticos y muestra apertura hacia alternativas con menor uso de plástico.



■ Muy en desacuerdo ■ En desacuerdo ■ Ni desacuerdo ni de acuerdo ■ De acuerdo ■ Muy de acuerdo



"¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes frases sobre frutas y verduras?"

Conclusiones

El aprendizaje es liberador: con la conciencia ya instalada, el mayor retorno está en fortalecer los tres componentes de la práctica

Cuando la voluntad ya es masiva, el esfuerzo rinde más al habilitar la materialidad, clarificar el sentido y desarrollar las competencias, que al reforzar actitudes ya presentes.

DESDE

Sensibilizar

La etapa que ya rindió sus frutos: la voluntad hoy es masiva y transversal.



HACIA

Habilitar

Hacer que reciclar y reutilizar sea posible, claro y cotidiano en el día a día.

Reciclar no es una decisión individual, es una práctica social: se sostiene cuando se conectan tres elementos

La evidencia sociológica muestra que reciclar se sostiene cuando se juntan tres cosas: que haya dónde hacerlo (materialidad), que se entienda para qué (sentido) y que se sepa cómo (competencia). La actitud, por sí sola, no basta.

Competencia

Saber cómo: reconocer materiales y separar sin dudas.



Materialidad

La infraestructura para hacerlo: puntos de reciclaje cercanos y estables.

Sentido

Entender para qué: el valor y el destino de lo que se recicla.

Marco: Shove y Warde, *Teoría de las Prácticas Sociales*; revisión chilena de Ariztía, T. (2017), *Cinta de Moebio*.

6 APRENDIZAJES QUE DEJAN LOS DATOS

1

El reciclaje se consolidó, pero no con la misma fuerza en todas las generaciones.

El 53% declara reciclar en marzo de 2026. Tras el peak de 57% en 2023, la cifra se estabiliza en torno a 53%; la brecha va de 40,2% en el segmento más joven a 66,6% en el de mayor edad.

Dejó de ser una conducta de nicho, pero su continuidad no está asegurada por igual para todas las generaciones.

2

Conocer el sistema no equivale a poder usarlo ni exigirlo.

El 77% conoce los servicios comunales y 43% conoce la Ley REP en términos generales, pero solo 29% sabe dónde denunciar.

El conocimiento institucional avanzó más rápido que la capacidad efectiva de acceder al sistema, usarlo y exigir su cumplimiento.

3

No existe una sola brecha de reciclaje: depende del material y del lugar.

Entre quienes reciclan, los plásticos alcanzan 81,8%, mientras Tetrapak, textiles, electrónicos y orgánicos siguen rezagados. En departamentos, la práctica es más sensible a la estabilidad del contexto.

La brecha no reside solo en las personas: cambia según el residuo y las condiciones materiales del territorio y la vivienda.

6 APRENDIZAJES QUE DEJAN LOS DATOS

4

La disposición existe, pero la confianza y el valor definen si se vuelve hábito.

El 55% se declara dispuesto a comprar envases de alimentos con plástico reciclado y el rechazo irreductible es solo 8%. En granel, el uso frecuente cae de 23% a 11%.

Las dudas de higiene suben de 10% a 24% y la falta de ahorro percibido de 13% a 23%: la apertura no basta si seguridad y conveniencia no son evidentes.

2

El compostaje revela la distancia entre interés y condiciones.

Solo una cuarta parte composta, aunque más de la mitad de quienes no lo hacen quisiera incorporarlo. Las barreras son espacio (48%) y saber cómo hacerlo (40%); solo 24% identifica un envase compostable.

Sin infraestructura, orientación y etiquetado claro, el interés difícilmente se convierte en práctica.

3

La circularidad avanza cuando logra convivir con las prioridades cotidianas.

La protección ambiental pierde prioridad relativa frente a preocupaciones inmediatas. A la vez, el ahorro (41%) y el acceso (37%) encabezan las motivaciones para adoptar recarga y reutilización.

La transición se vuelve sostenible cuando cabe en los presupuestos, espacios y rutinas de las personas, no cuando se presenta como una exigencia aparte.

¡GRACIAS!

NielsenIQ

