CADEM
RESEARCH
& ESTRATEGIA

Informe de estudio

Barómetro del Reciclaje en Chile – ReSimple

Segunda medición

Preparado para RECICLAR ES RESIMPLE®

Septiembre 2025

Objetivos y Metodología

Objetivos

1. Entender las percepciones, actitudes y conocimiento que tienen las personas en torno al mundo del reciclaje.
2. Identificar los principales gatillantes que influyen en la decisión de reciclar o no.
3. Explorar las prácticas de reciclaje entre la población, indagando en qué materiales reciclan, cómo llevan a cabo el proceso de reciclaje y cómo gestionan los materiales reciclados en sus hogares.
4. Monitorear la evolución de los indicadores respecto a la medición anterior.

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Encuesta a nivel nacional
Metodología

TIPO DE ESTUDIO
Estudio cuantitativo en base a encuestas online enviadas al panel de Cadem Online. Cuestionario semi estructurado con una duración promedio de 20 minutos, con preguntas cerradas y abiertas.

GRUPO OBJETIVO
Hombre y mujeres, mayores de 18 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos C1, C2, C3 y D, residentes en todo Chile.

MUESTRA
Se realizaron 1.000 casos.

PONDERACIÓN
Los datos fueron ponderados poblacionalmente a nivel de sujetos por sexo, edad, región y nivel socioeconómico, obteniendo una muestra representativa del universo estudiado.

TRABAJO DE CAMPO
El trabajo de campo fue realizado entre el 04 y el 19 de agosto del 2025.

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Resultados

Los resultados se presentan en cuatro capítulos:

Capítulo 1

Percepciones Generales sobre el Reciclaje

Capítulo 2

Prácticas de Reciclaje

Capítulo 3

Movilizadores y barreras del reciclaje

Capítulo 4

Conocimiento y Rol de Actores

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Capítulo 1

Percepciones Generales sobre el Reciclaje

Capítulo 2

Prácticas de Reciclaje

Capítulo 3

Movilizadores y barreras del reciclaje

Capítulo 4

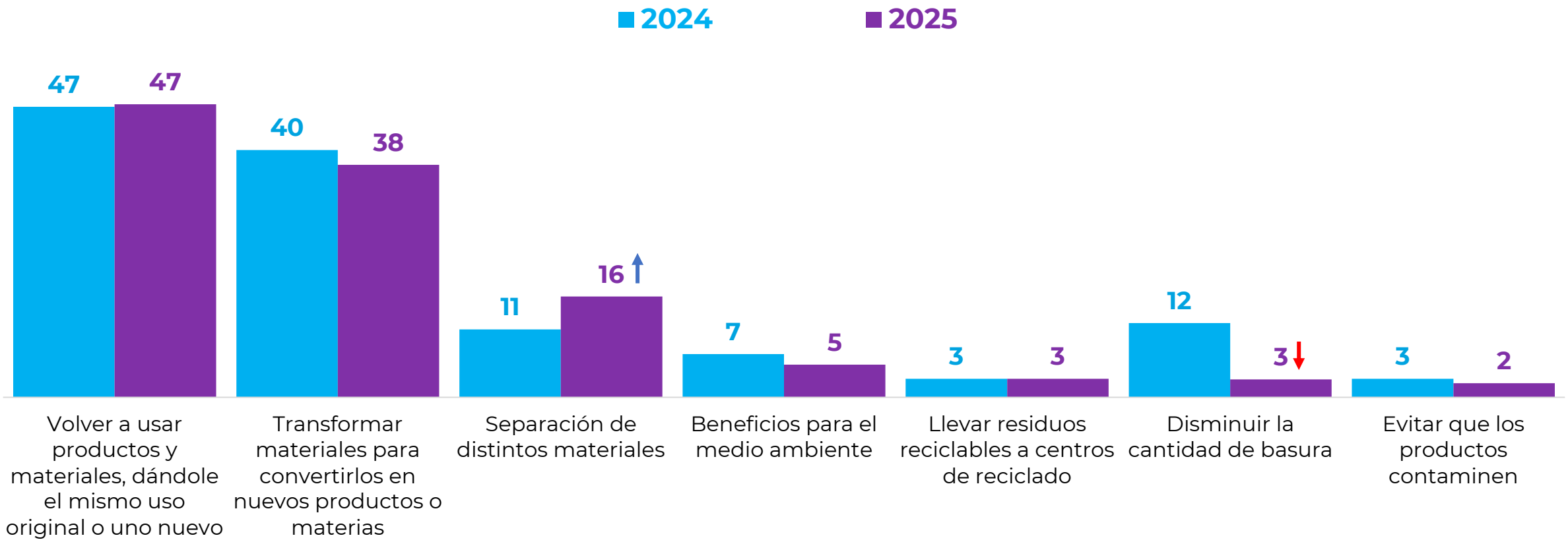
Conocimiento y Rol de Actores

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

¿Qué es reciclar? Total nacional

Según lo que Ud. sabe o imagina, ¿Qué es reciclar?
Espontánea. Respuesta múltiple. %

Opinión pública nacional



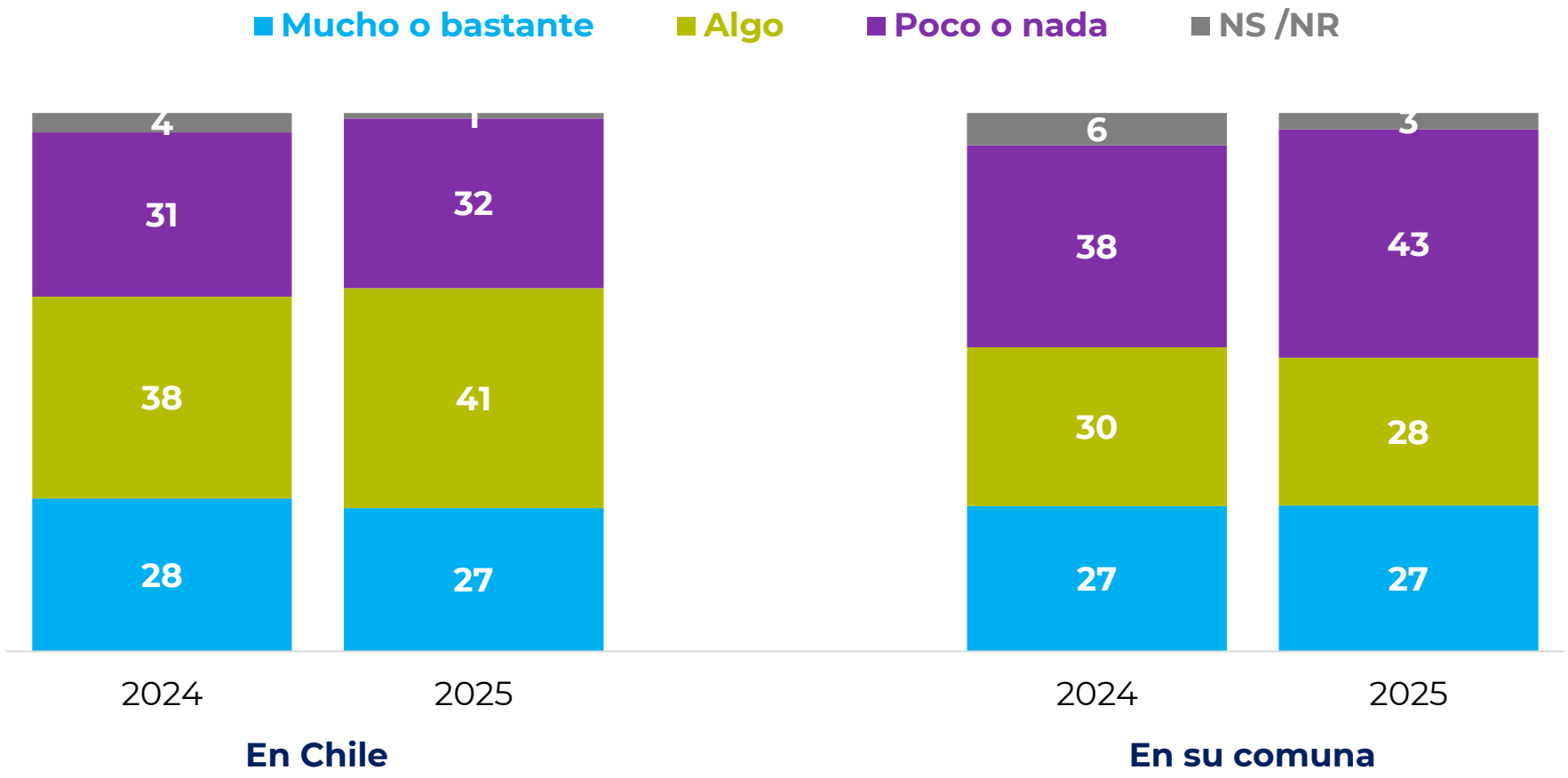
Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

En el contexto de lo que entiende la gente que es reciclar, ¿Cuánto reciclamos los chilenos?

Utilizando una escala de 1 a 5, donde 1 es nada y 5 es mucho, ¿Cuánto cree Ud. que se recicla...?
Alternativas dadas. Respuesta única. %

Opinión pública nacional



Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Capítulo 1

Percepciones Generales sobre el Reciclaje

Capítulo 2

Prácticas de Reciclaje

Capítulo 3

Movilizadores y barreras del reciclaje

Capítulo 4

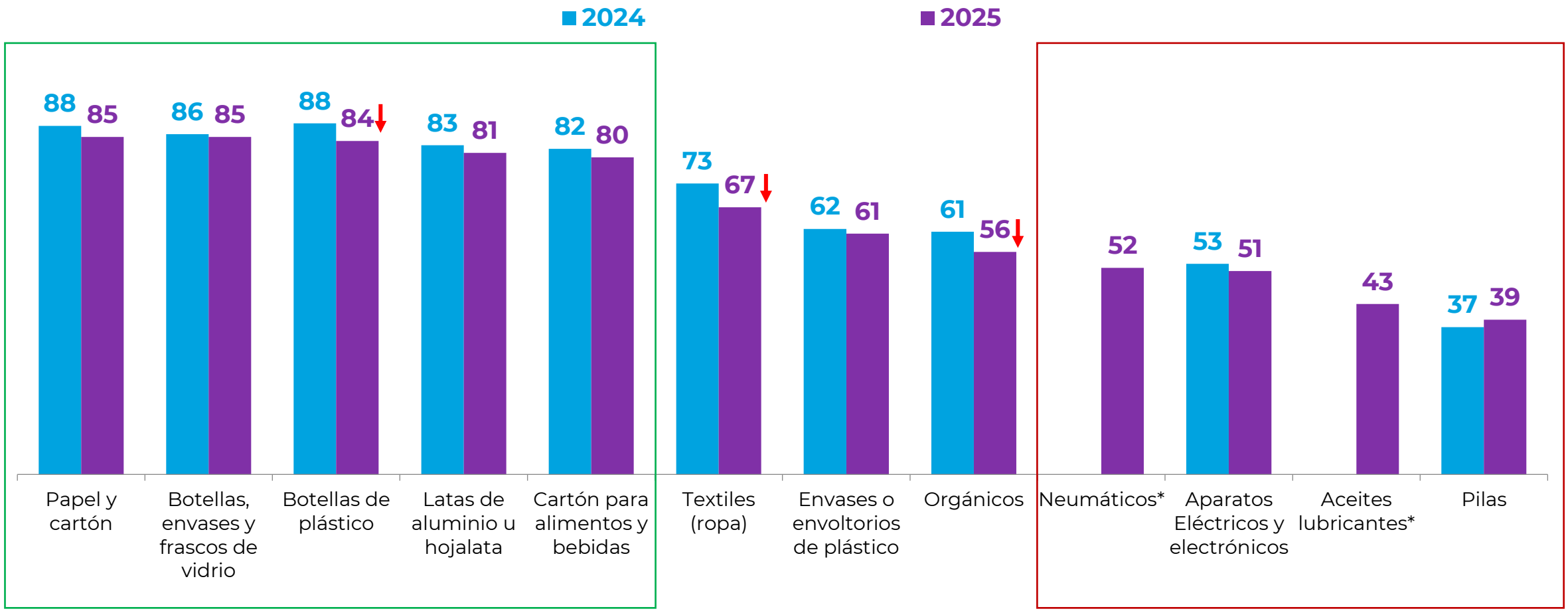
Conocimiento y Rol de Actores

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Residuos que pueden reciclarse

Según lo que usted sabe o imagina, ¿Cuál de los siguientes residuos se pueden reciclar?
Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %

Opinión pública nacional



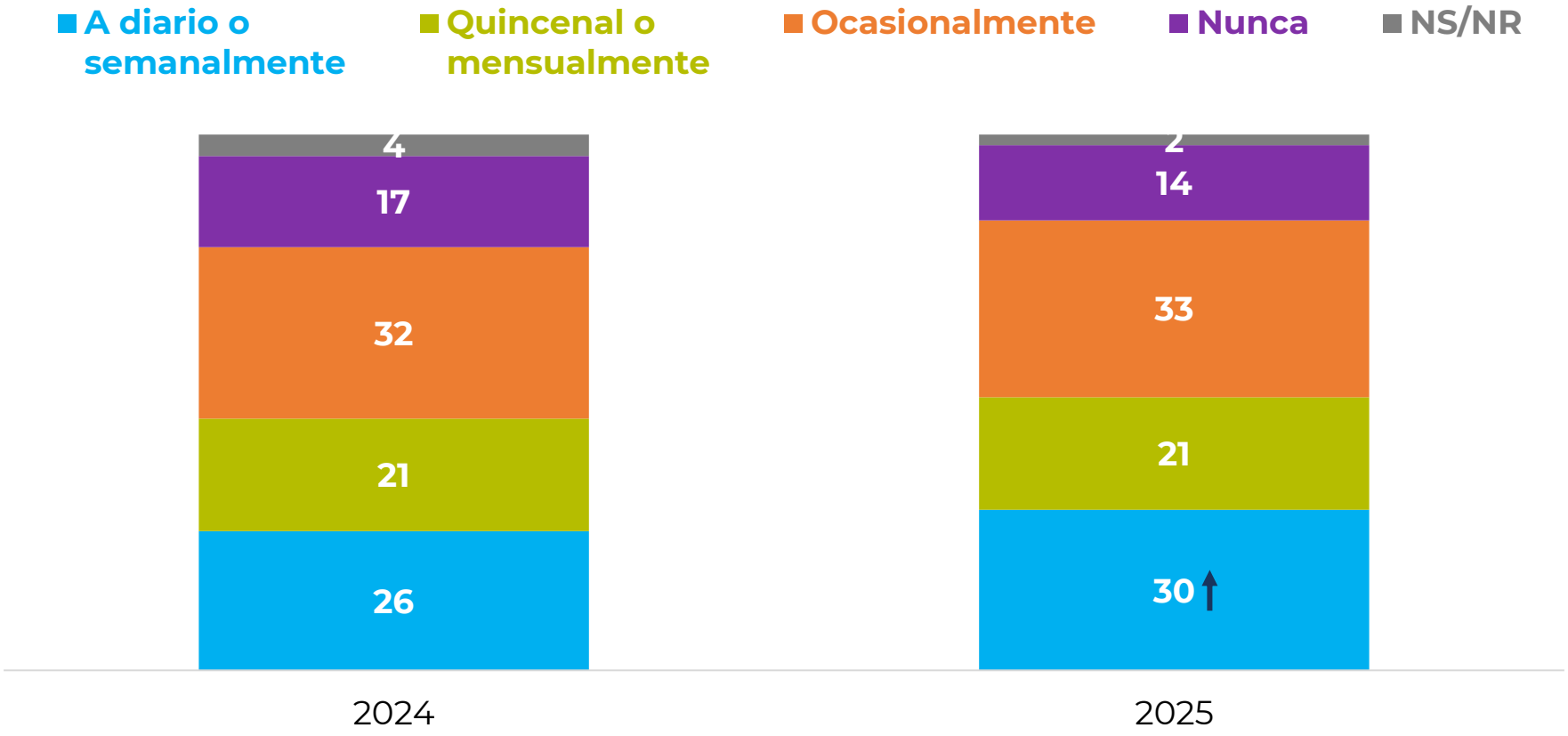
Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000
*Residuo medido desde 2025

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Frecuencia con que los chilenos reciclan

¿Con qué frecuencia Ud. Entrega sus residuos para reciclar?
Alternativas dadas. Respuesta única. %

Opinión pública nacional

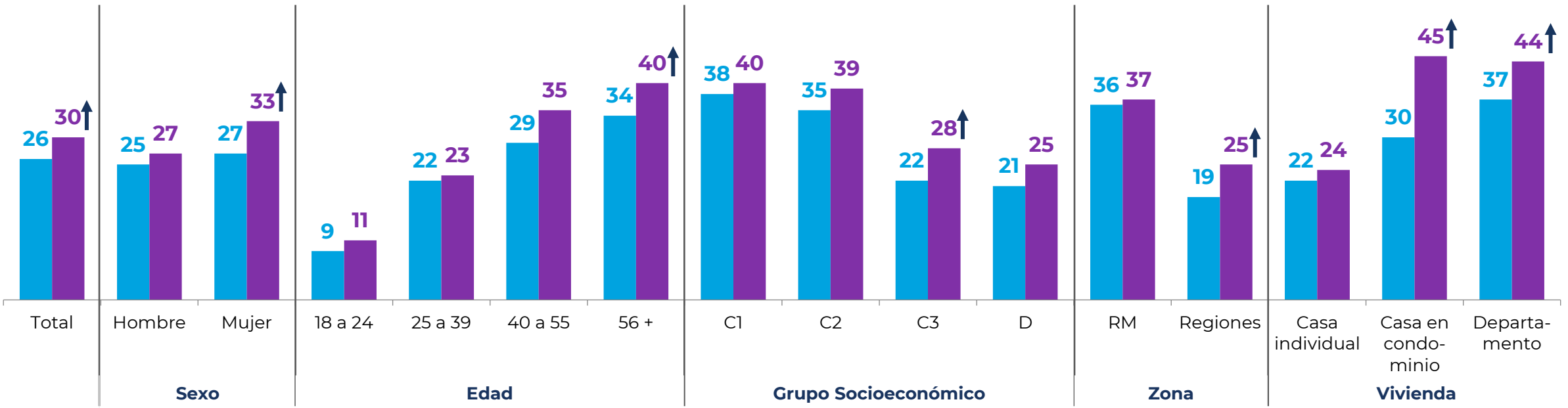


Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

Frecuencia con que los chilenos reciclan

¿Con qué frecuencia Ud. Entrega sus residuos para reciclar?
Alternativas dadas. Respuesta única.
% A diario o semanalmente

Opinión pública nacional



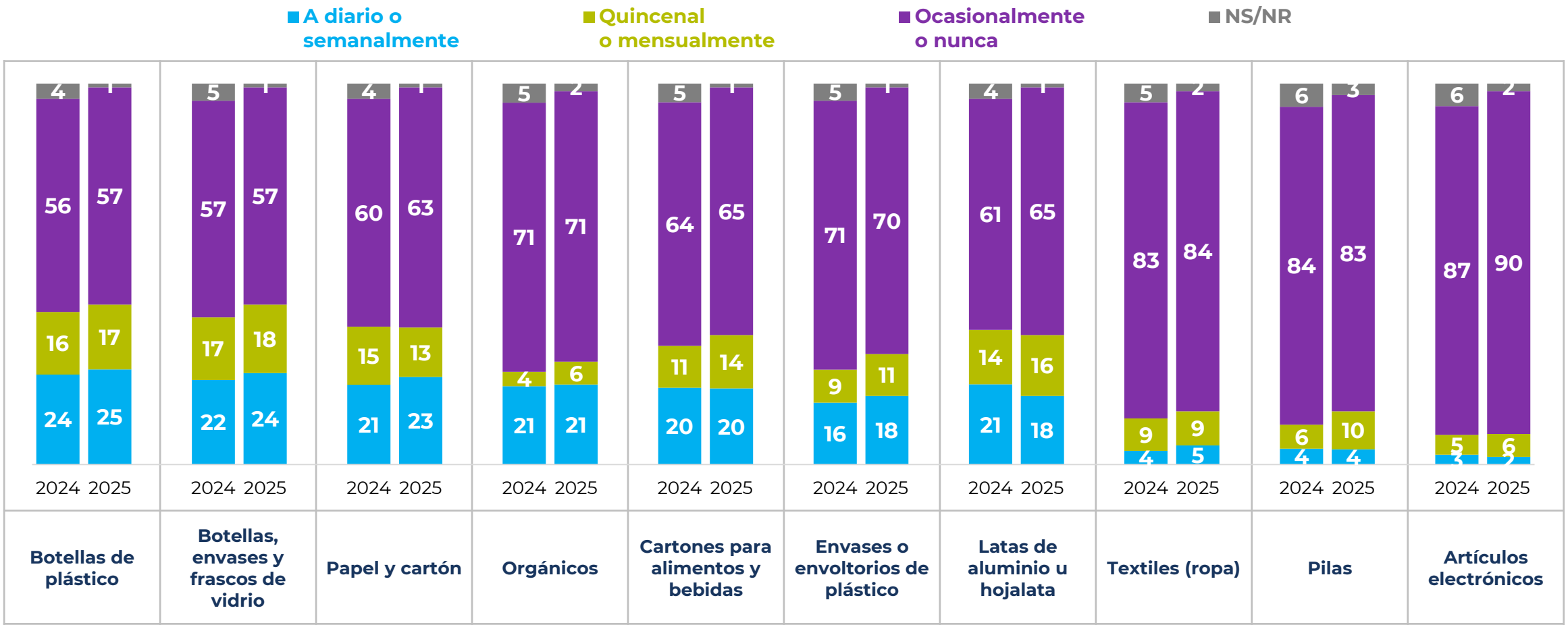
Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

Frecuencia de Reciclaje – Según Residuo

¿Con qué frecuencia recicla los siguientes residuos?

Alternativas dadas. Respuesta única. %

Opinión pública nacional

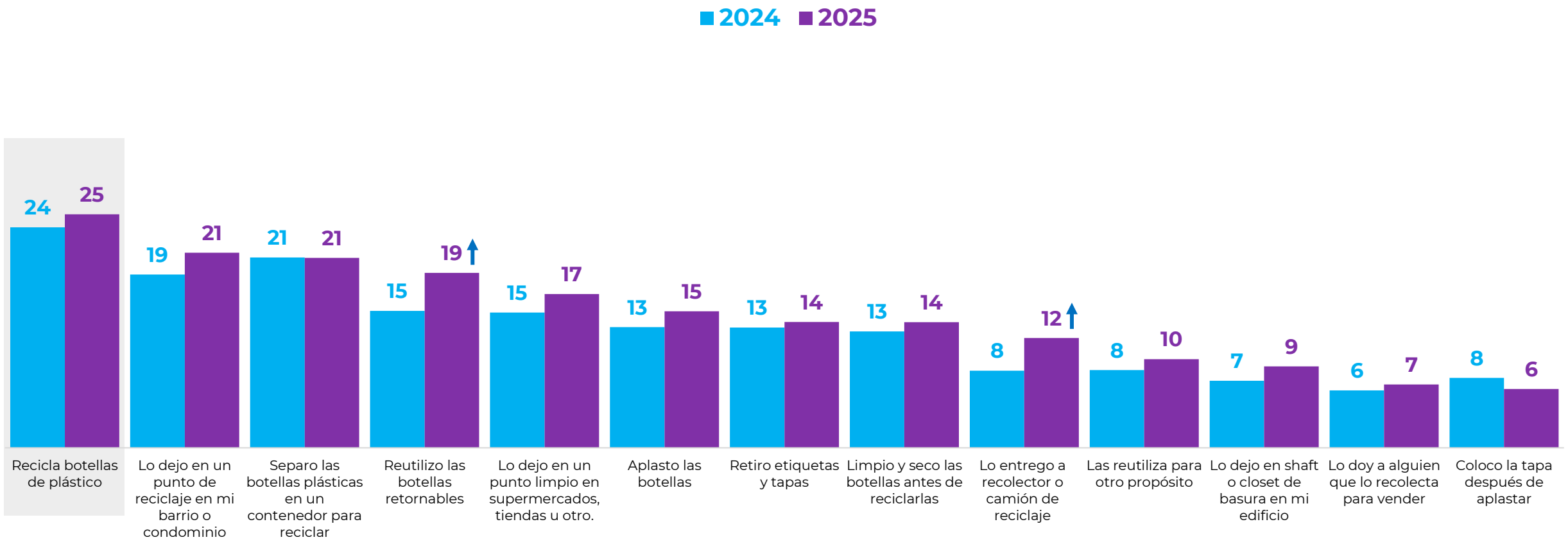


Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

Acciones que se realizan al reciclar botellas de plástico

En relación al reciclaje de botellas de plástico, ¿Realizas las siguientes acciones?
Utiliza una escala de 1 a 5, donde 1 es nunca y 5 es siempre.
Alternativas dadas. Respuesta única. % Siempre o casi siempre

Opinión pública nacional



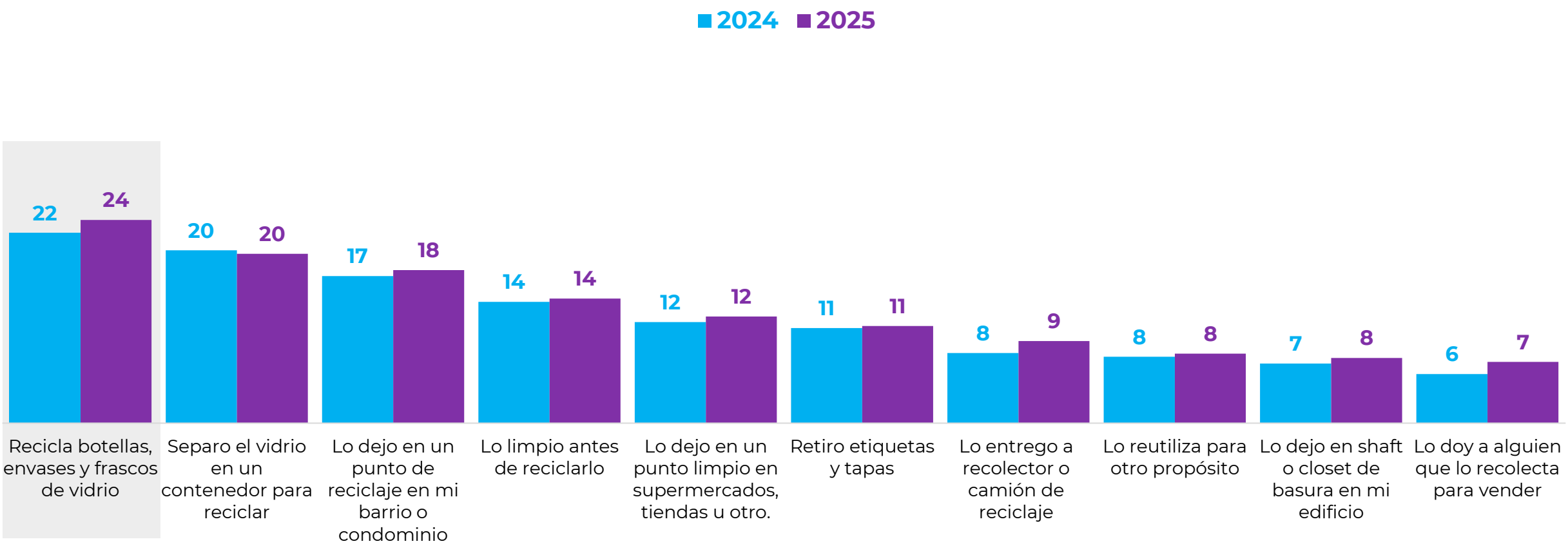
Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Acciones que se realizan al reciclar botellas y frascos de vidrios

En relación al reciclaje de botellas, envases y frascos de vidrio, ¿Realizas las siguientes acciones?
Utiliza una escala de 1 a 5, donde 1 es nunca y 5 es siempre.
Alternativas dadas. Respuesta única. % Siempre o casi siempre

Opinión pública nacional



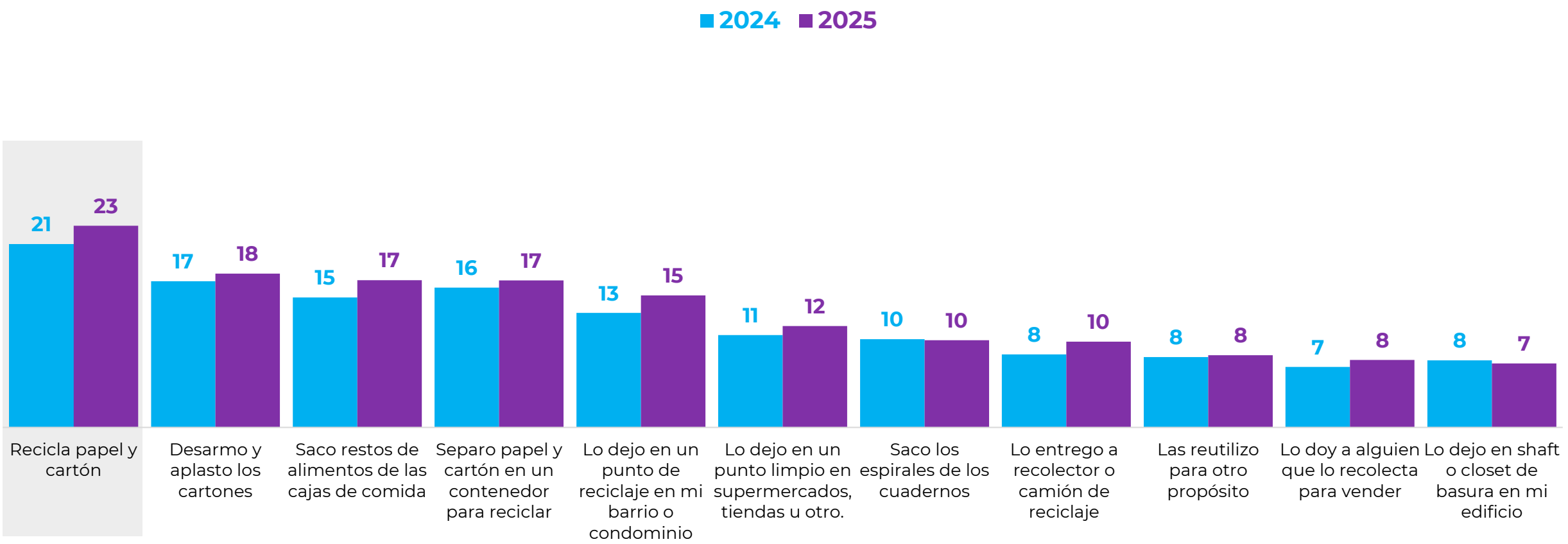
Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Acciones que se realizan al reciclar papel y cartón

En relación al reciclaje de papel y cartón, ¿Realizas las siguientes acciones?
Utiliza una escala de 1 a 5, donde 1 es nunca y 5 es siempre.
Alternativas dadas. Respuesta única. % Siempre o casi siempre

Opinión pública nacional



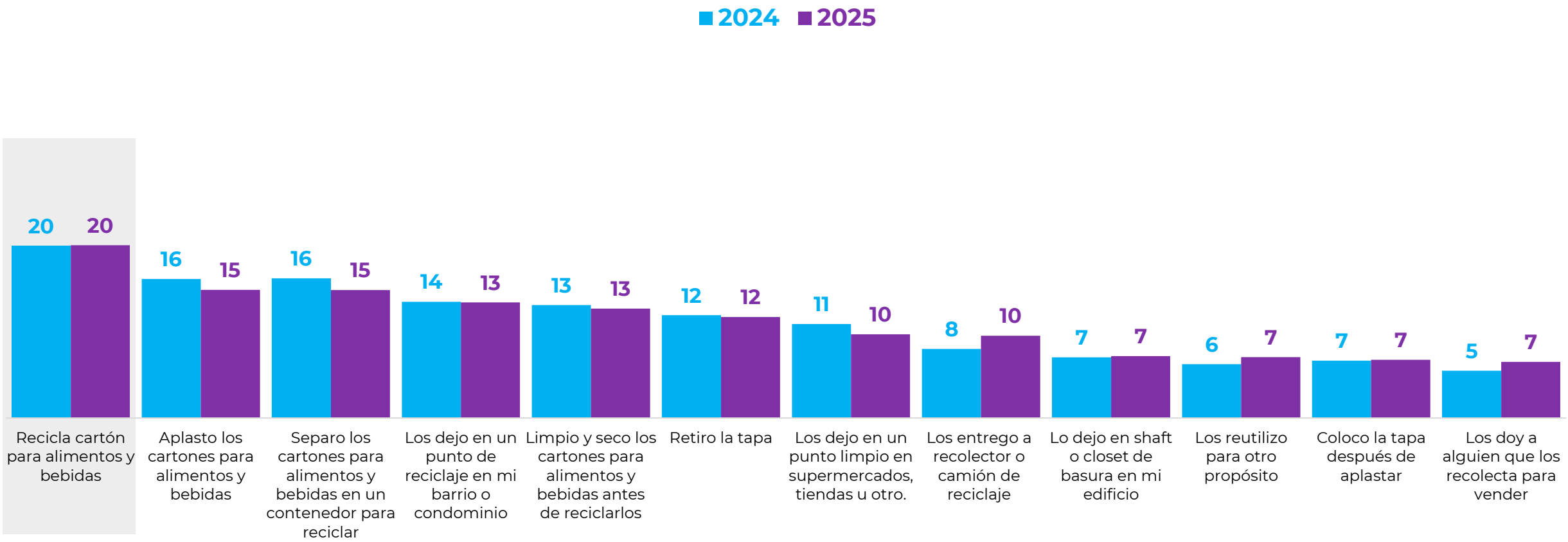
Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Acciones que se realizan al reciclar cartón para alimentos

En relación al reciclaje de cartón para alimentos y bebidas, ¿Realizas las siguientes acciones?
Utiliza una escala de 1 a 5, donde 1 es nunca y 5 es siempre.
Alternativas dadas. Respuesta única. % Siempre o casi siempre

Opinión pública nacional



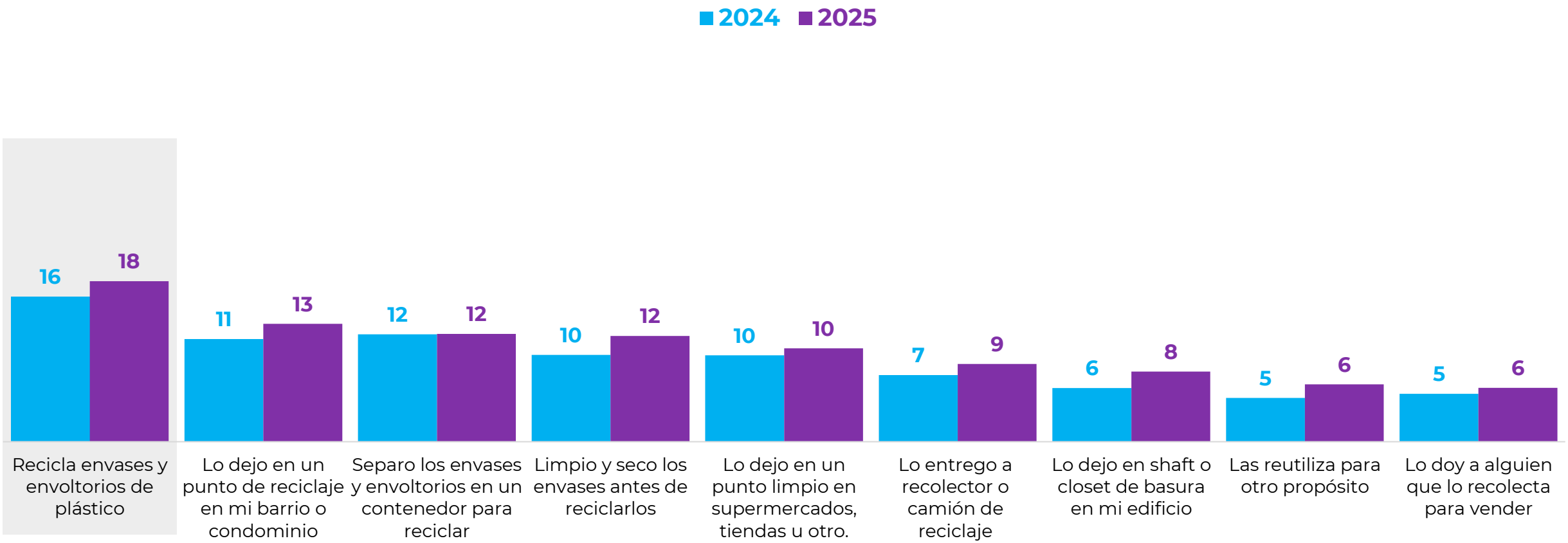
Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Acciones que se realizan al reciclar envases y envoltorios plásticos

En relación al reciclaje de reciclaje de envases y envoltorios de plástico, ¿Realizas las siguientes acciones?
Utiliza una escala de 1 a 5, donde 1 es nunca y 5 es siempre.
Alternativas dadas. Respuesta única. % Siempre o casi siempre

Opinión pública nacional



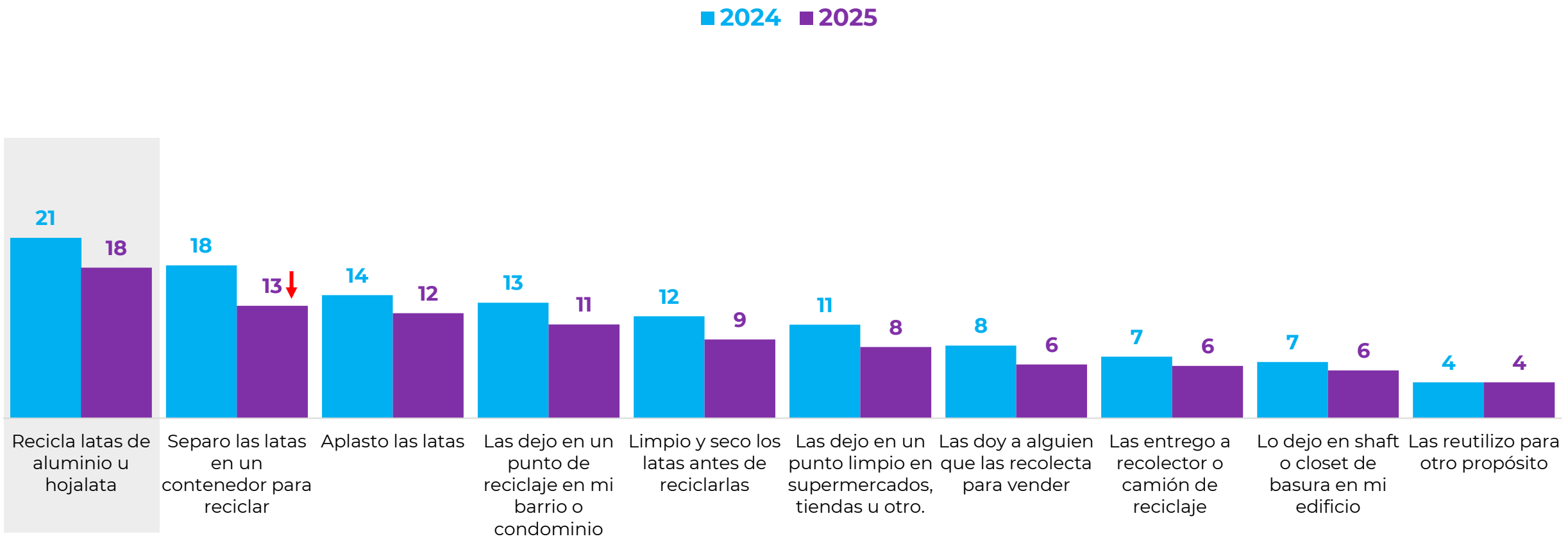
Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Acciones que se realizan al reciclar latas de aluminio u hojalata

En relación al reciclaje de latas de aluminio u hojalata, ¿Realizas las siguientes acciones?
Utiliza una escala de 1 a 5, donde 1 es nunca y 5 es siempre.
Alternativas dadas. Respuesta única. % Siempre o casi siempre

Opinión pública nacional



Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Capítulo 1

Percepciones Generales sobre el Reciclaje

Capítulo 2

Prácticas de Reciclaje

Capítulo 3

Movilizadores y barreras del reciclaje

Capítulo 4

Conocimiento y Rol de Actores

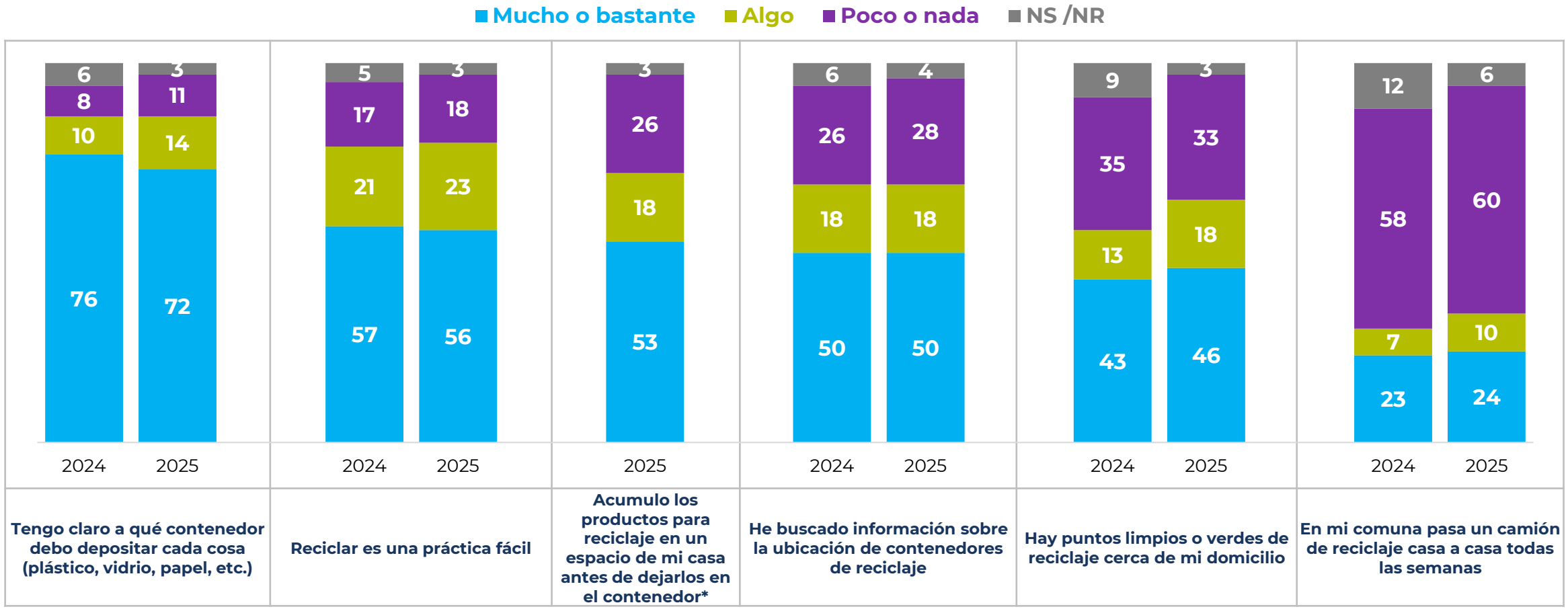
CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Acciones y actitudes hacia el reciclaje

Utilizando una escala de 1 a 5, donde 1 significa que no se identifica nada con la frase y 5 que se identifica totalmente, ¿Cuánto se identifica Ud. con...?

Alternativas dadas. Respuesta única. %

Opinión pública nacional



Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

**Frase medida desde 2025*

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

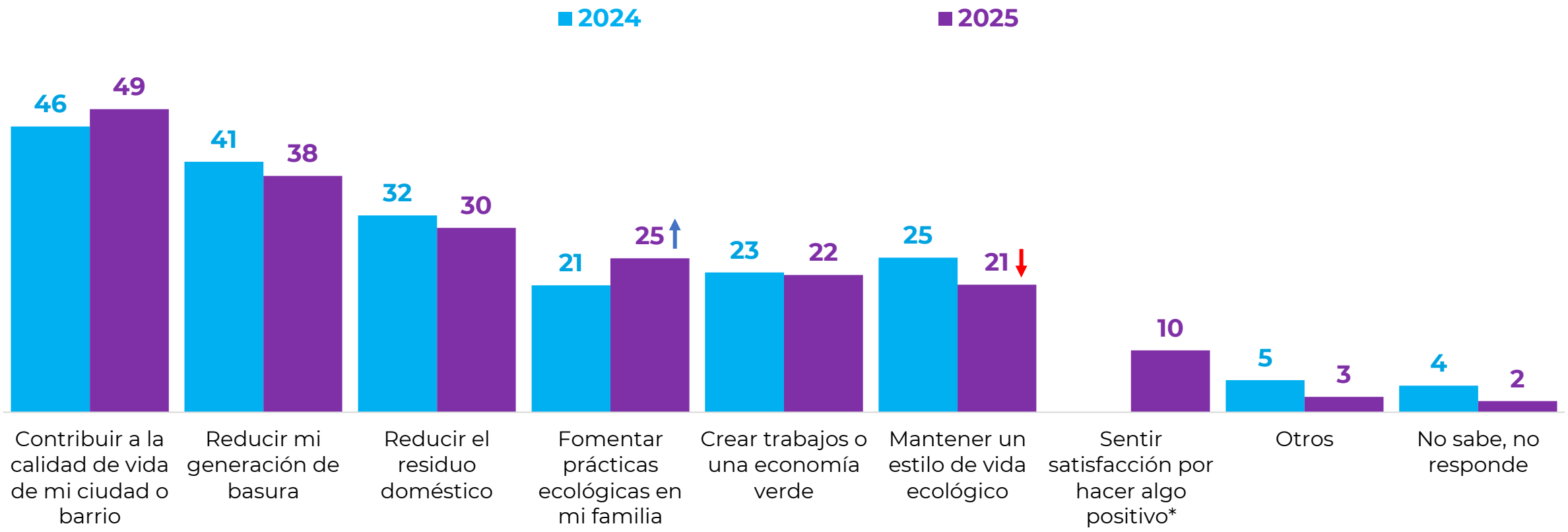
Razones para Reciclar

En general ¿Cuál de los siguientes sería el motivo más importante para reciclar? ¿Y en segundo lugar?

Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %

Total menciones

Opinión pública nacional



Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

*Motivo medido desde 2025

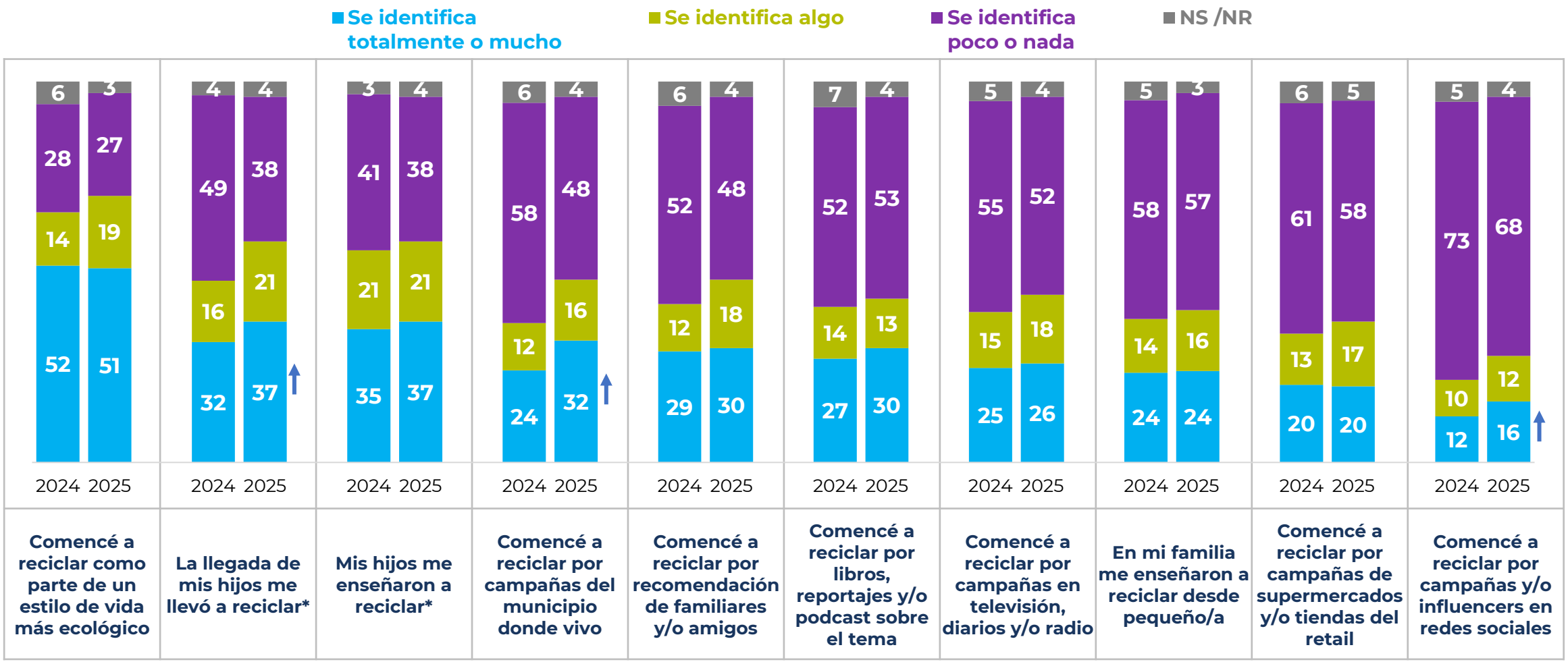
CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Activadores del Reciclaje

Utilizando una escala de 1 a 5, donde 1 es “no me identifica nada” y 5 es “me identifica totalmente”, señale qué tanto lo identifican las siguientes frases.

Alternativas dadas. Respuesta única. %

Opinión pública nacional



Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

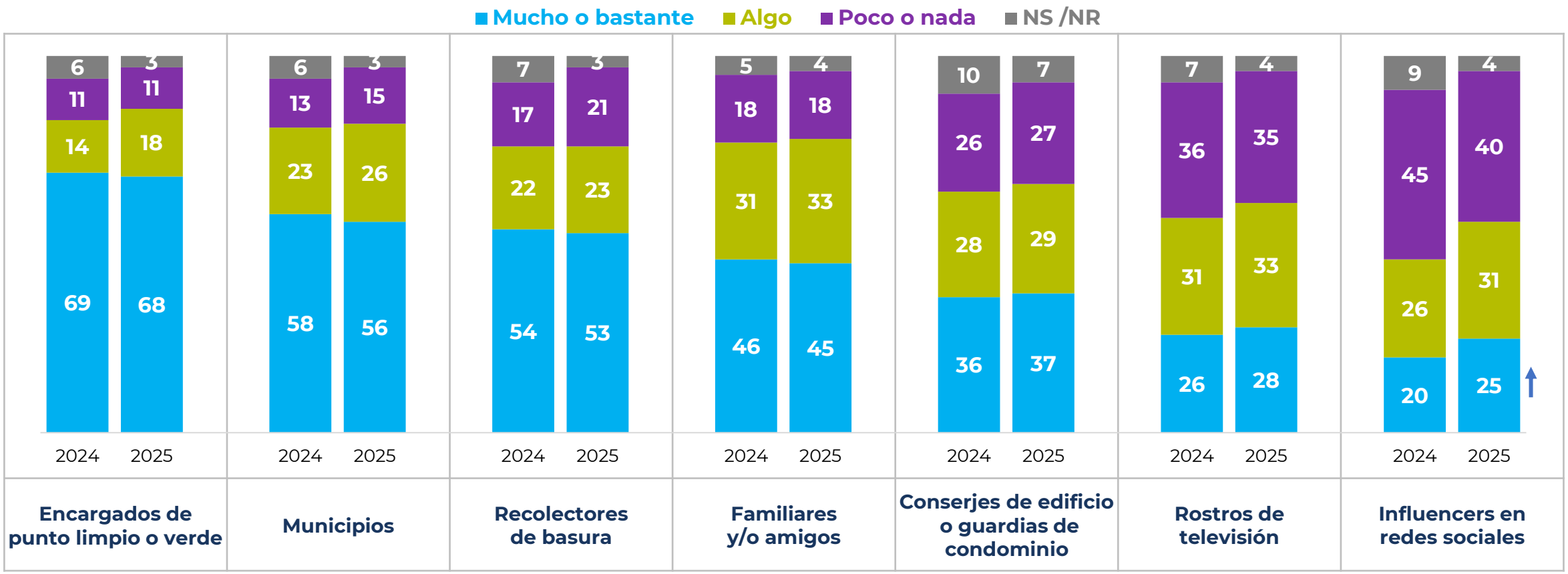
* Sólo para quienes tienen hijos. 2024: 457 casos / 2025: 517 casos

Voces autorizadas e influenciadores sobre reciclaje

¿Cuánto consideraría Ud. la opinión de las siguientes personas o instituciones a la hora de definir si un residuo se puede reciclar o no?

Alternativas dadas. Respuesta única. %

Opinión pública nacional



Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

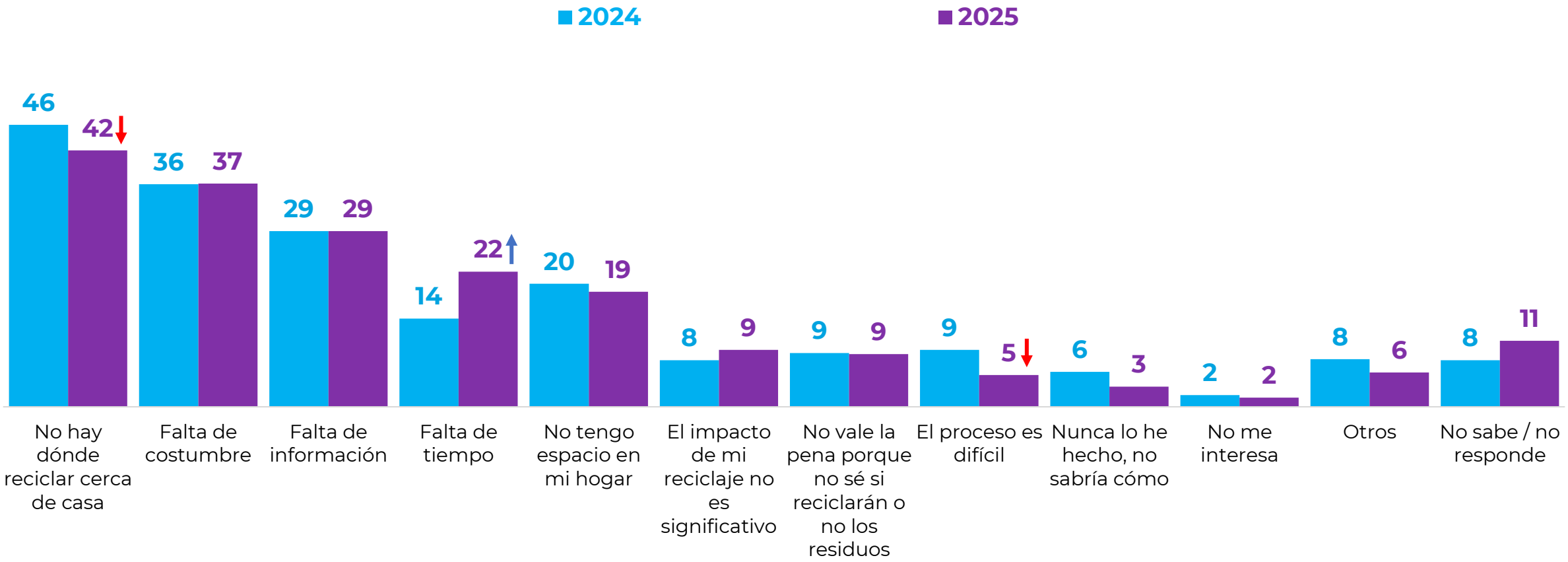
Principales obstáculos para reciclar

En general, ¿Cuál es la principal barrera que tiene o tendría para reciclar? ¿Y en segundo lugar?

Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %

Total menciones

Opinión pública nacional



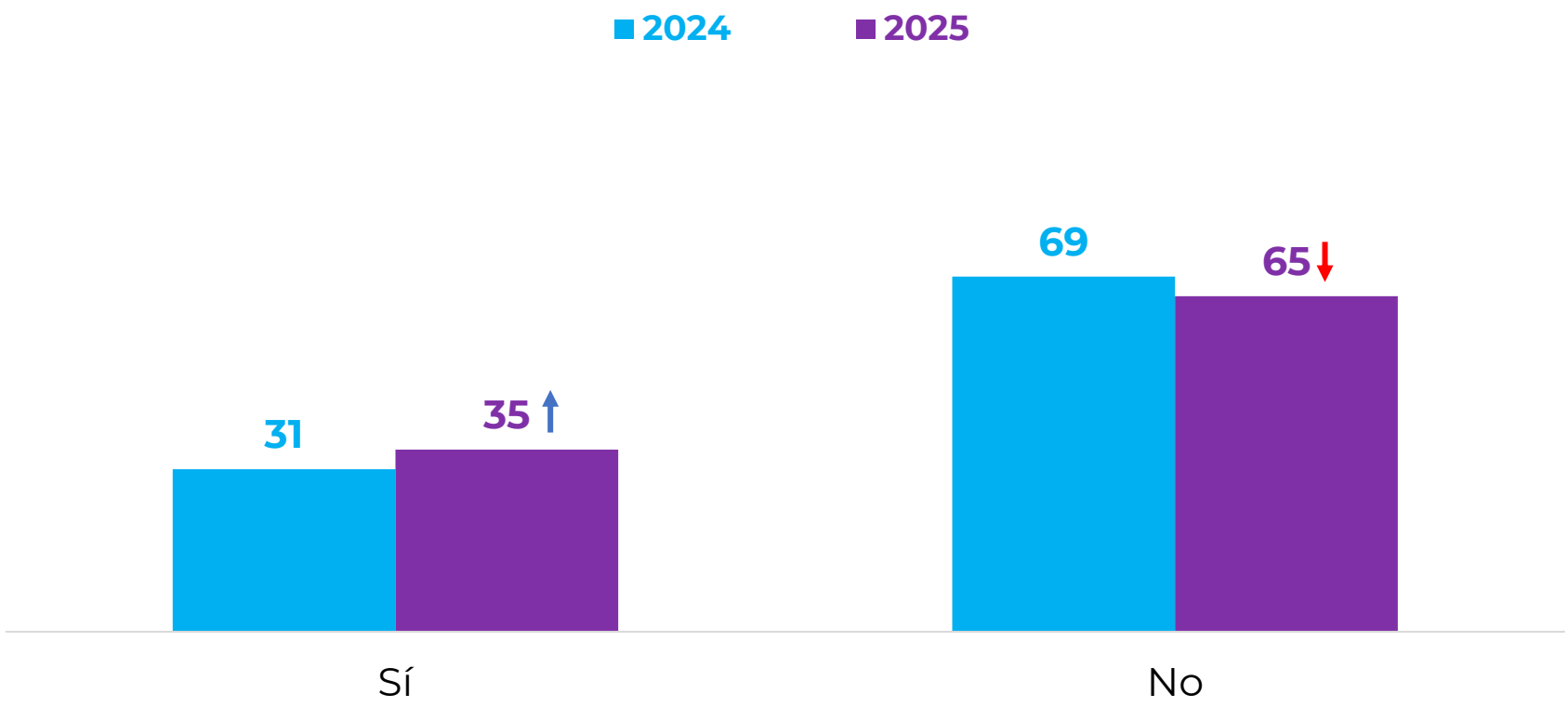
Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Conocimiento proceso posterior

Ahora, ¿Usted sabe qué ocurre luego de que los residuos se entregan para reciclar?
Alternativas dadas. Respuesta Única. %

Opinión pública nacional



Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Proceso posterior al reciclaje doméstico

Según lo que sabe o se imagina, ¿Qué ocurre con los residuos reciclados?
Espontánea. Respuesta múltiple. %

Opinión pública nacional

	2024	2025
SE PROCESAN LOS MATERIALES	**77**	**77**
Se transforman en un nuevo producto	**52**	**52**
Vuelven a ser materia prima, se re procesan	**29**	**22**
Los separan, clasifican	**10**	**10**
Son llevados a plantas de tratamiento	**12**	**6**
Los limpian	**5**	**4**
LOS VENDEN	**3**	**9**
SISTEMA DE RECICLAJE	**7**	**2**
NO RECICLAN	**5**	**2**
No recuerdo	**12**	**12**

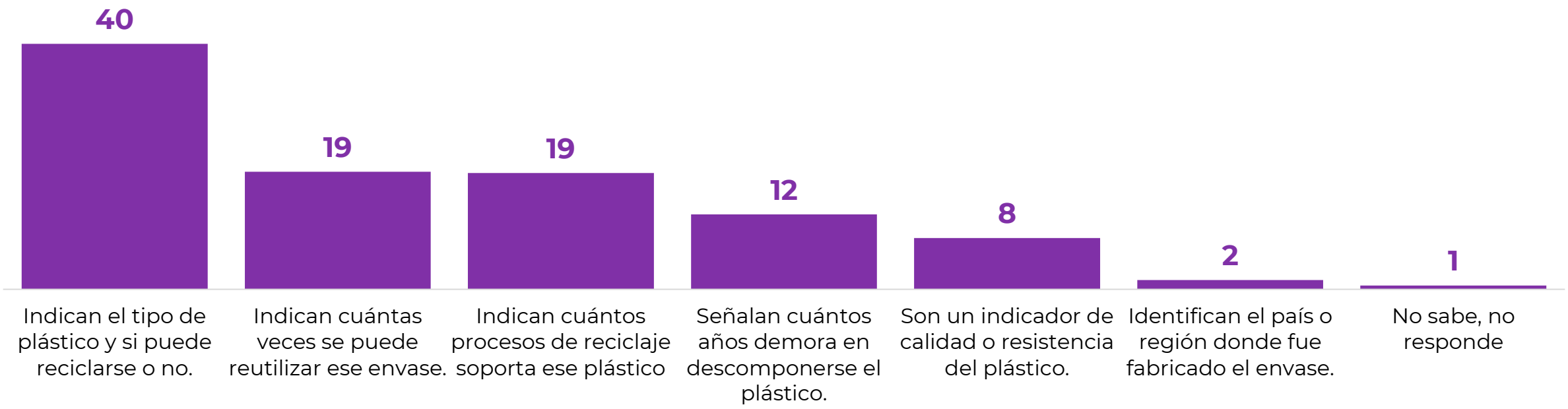
Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Conocimiento etiquetado plásticos

¿Qué cree usted que significan los números que aparecen dentro de un triángulo en los envases plásticos?
Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %

Opinión pública nacional



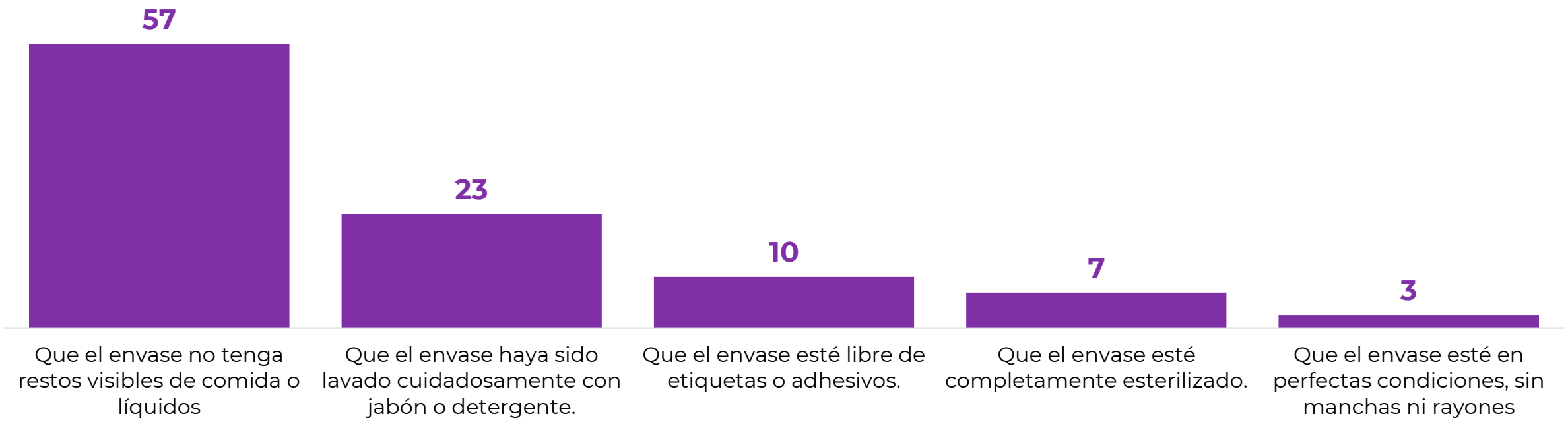
Casos: OP Nacional: 1.000

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Limpieza de materiales

Para reciclar correctamente, los materiales deben venir limpios, secos y aplastados. ¿Qué significa que estén limpios?
Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %

Opinión pública nacional



Casos: OP Nacional: 1.000

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Capítulo 1

Percepciones Generales sobre el Reciclaje

Capítulo 2

Prácticas de Reciclaje

Capítulo 3

Movilizadores y barreras del reciclaje

Capítulo 4

Conocimiento y Rol de Actores

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

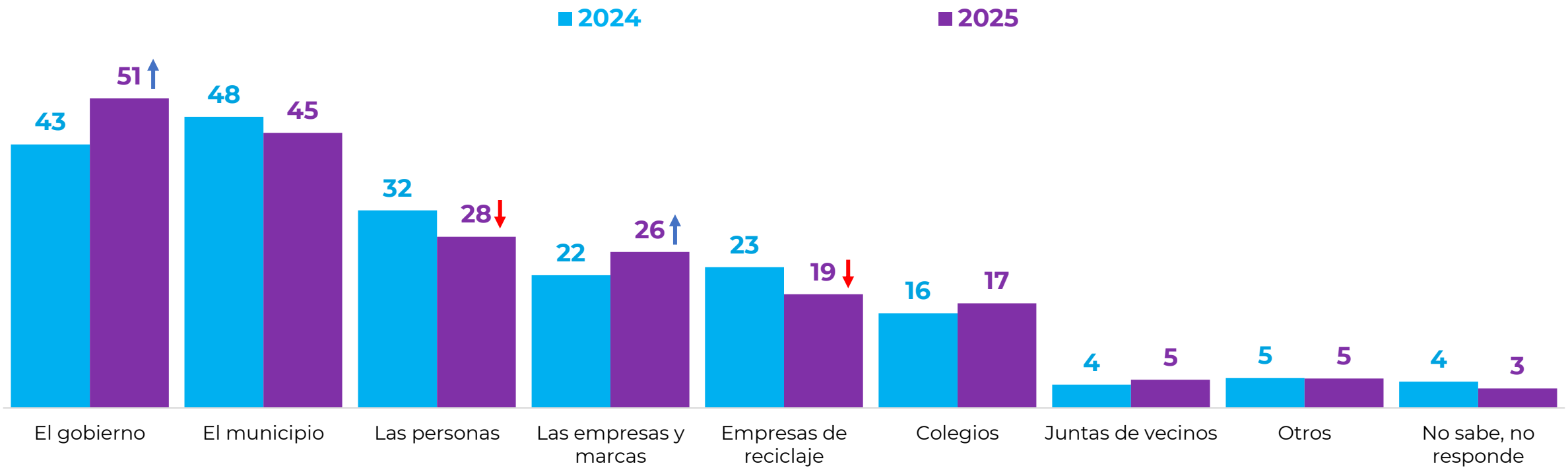
Principal Responsable de la promoción del reciclaje

¿Quién diría Ud. que es el principal responsable de promover el reciclaje? ¿Y en segundo lugar?

Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %

Total menciones

Opinión pública nacional



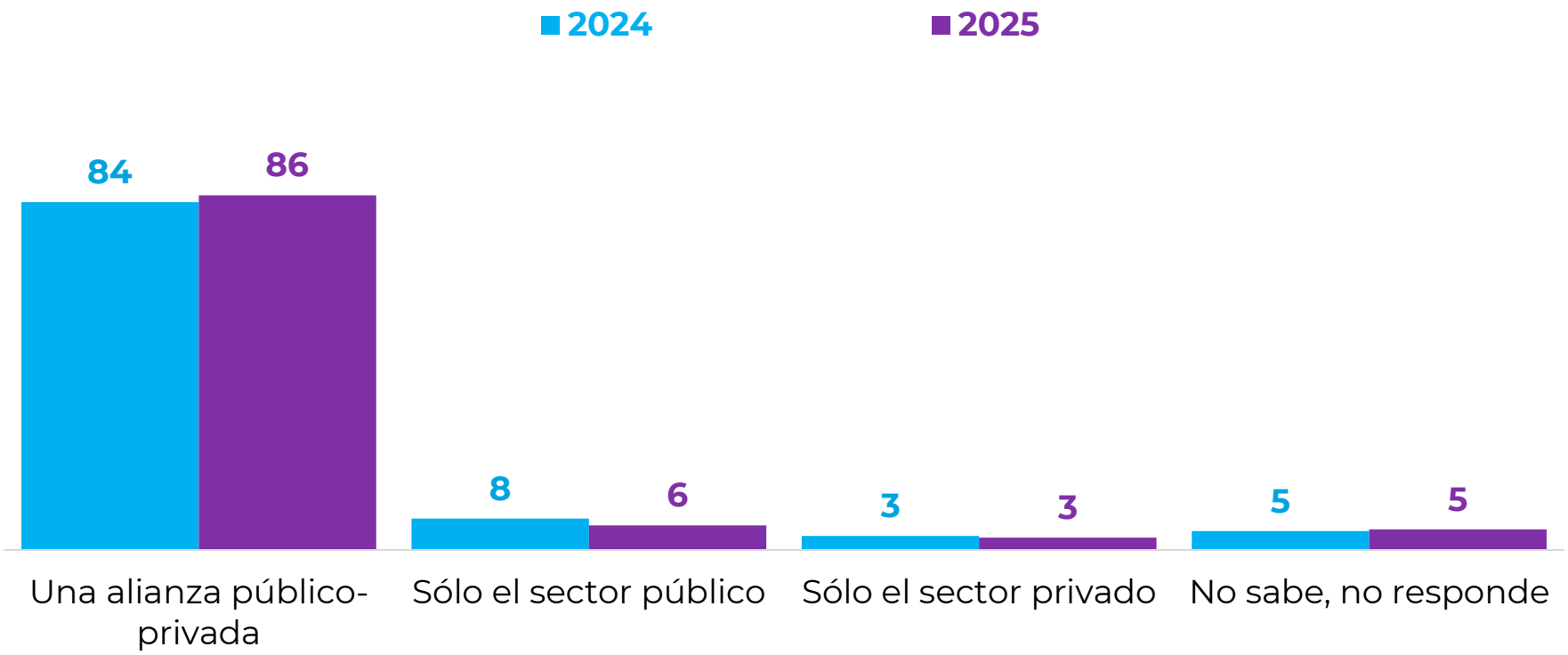
Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Estrategia para el futuro del reciclaje

¿Ud. cree que en el futuro el reciclaje debería ser responsabilidad de...?
Alternativas dadas. Respuesta Única. %

Opinión pública nacional



Casos: OP Nacional 2024: 1.000 / 2025: 1.000

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Principales resultados y conclusiones

Hallazgos clave del estudio

Las personas que habitan en condominios están impulsando la cultura verde

La frecuencia con que los habitantes de condominios (principalmente casa, pero también departamento) declaran reciclar, aumenta significativamente en esta medición (casa en condominio: de 30% a 45%, +15pts, y departamento: de 37% a 44%, +7pts). Al analizar la frecuencia de reciclaje diario/semanal de materiales específicos, es el papel y cartón el que experimenta la mayor alza en este grupo (casa en condominio: de 28% a 44%, +16pts), aunque también aumenta en el caso de botellas de plástico y vidrios, pero en menor medida. Posiblemente, la implementación de acciones comunitarias en condominios esté empujando el desarrollo del reciclaje, más que en habitantes de casas que no forman parte de comunidades cerradas y organizadas.

Mientras los jóvenes se estancan, los mayores de 40 años marcan tendencia en el reciclaje

Mientras las personas de 40 a 55 años han aumentado la frecuencia con que reciclan materiales como botellas de plástico (de 23% a 30%, +7pts), vidrio (de 20% a 28%. +8pts) y papel/cartón (de 18% a 27%, +9pts), aquellos entre 25 y 39 años parecen estar reciclando con menos frecuencia, lo que se observa particularmente en materiales como las botellas de plástico (baja de 25% a 18%, -7pts) y latas de aluminio (baja de 19% a 12%, -7pts).

El reciclaje despega en el segmento C3: fuerte alza en orgánicos, botellas y envases plásticos

Además de ser el grupo socioeconómico con mayor aumento en su frecuencia de reciclaje diario/semanal (pasa de 22% a 28%, +6pts), el C3 da la sorpresa al reciclar cada vez más frecuentemente materiales como orgánicos (de 17% a 26%, +9pts), botellas plásticas (de 20% a 28%, +8pts), y envases plásticos (de 12% a 20%, +8pts), . Si bien aún se encuentra lejos de los segmentos altos (C1-C2), quienes reciclan más frecuentemente, muestra avances notorios en este sentido.

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Principales resultados

Uno de cada tres chilenos (30%) declara reciclar, aumentando respecto a la medición 2024 (+4pts). Sin embargo, la asociación espontánea hacia el concepto de reciclaje continúa orientada hacia la reutilización.

- Al igual que en la medición pasada, predomina la idea de que reciclar es volver a usar productos o materiales, con el fin de darles un uso nuevo o el mismo uso original (47%). El reciclaje entendido como la transformación de materiales para convertirlos en nuevos productos o materias alcanza el 38%, sin diferencias significativas respecto a la medición anterior.
- Un 30% de la opinión pública declara reciclar a diario/ semanalmente (+4pts respecto a 2024), proporción que es mayor en personas sobre 56 años (40%), niveles socioeconómicos altos (40%) y medios altos (39%), RM (37%), y residentes en condominios (casa 45%, departamento 44%). Respecto a la medición pasada, los segmentos que experimentan mayores alzas son las mujeres (+6pts), mayores de 56 años (+6pts), GSE C3 (+6pts), zona sur (+21pts), habitantes de casa en condominio (+15pts) y de departamentos (+7pts).
- Los principales motivos para hacerlo son: la contribución a la calidad de vida de los barrios y ciudades en que residen (49%), reducir la propia generación de basura (38%) y reducir el residuo doméstico (30%). Aumenta en esta medición como motivo para reciclar el fomentar prácticas ecológicas en la familia (25%; +4pts)

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Principales resultados

Si bien se mantienen algunas prácticas ineficientes en el proceso de reciclar, destaca el aumento de acciones positivas en el reciclaje de botellas de plástico, como la reutilización de botellas retornables y la entrega de botellas a un recolector o camión de reciclaje.

Los productos reciclados con mayor frecuencia (a diario o semanalmente) son las botellas de plástico (25%), botellas, envases y frascos de vidrio (24%), papel y cartón (23%), orgánicos (21%) y cartones para alimentos y bebidas (20%), mientras que los menos reciclados son los artículos electrónicos (2%), pilas (4%) y textiles (5%), manteniéndose la tendencia de 2024. A nivel de segmentos, el grupo de 40 a 55 años es el que experimenta un mayor aumento en la frecuencia de reciclaje de materiales como botellas de plástico, vidrio y papel/cartón.

Al igual que en la medición anterior, se mantienen algunas prácticas que hacen menos eficiente el proceso de reciclaje:

- **Botellas de plástico:** sólo un 15% las aplasta frecuentemente, un 14% las limpia y seca frecuentemente, y apenas un 6% coloca la tapa de forma habitual después de aplastar. Sin embargo, destaca el aumento en la reutilización de botellas retornables (19%, +4pts) y la entrega a un recolector o camión de reciclaje (12%, +8pts).
- **Botellas, envases y frascos de vidrio:** sólo un 14% limpia habitualmente los envases, y sólo un 20% los separa frecuentemente en un contenedor para reciclar.
- **Papel y cartón:** sólo un 17% habitualmente saca los restos de alimentos de las cajas de comida.
- **Latas de aluminio/hojalata:** el reciclaje de este residuo disminuye levemente (-3pts). Sólo un 9% las limpia y seca habitualmente, y apenas un 12% las aplasta frecuentemente. Además, disminuye en esta medición la separación de latas en un contenedor para reciclar (13%, -5pts).

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Principales resultados

Pese a que la baja disponibilidad de lugares cercanos sigue siendo la principal barrera para reciclar, disminuye respecto a la medición pasada, lo que podría estar dando cuenta de avances en materia de cobertura de la red de reciclaje.

No tener lugares donde reciclar sigue liderando el listado de barreras, pero va perdiendo fuerza (42%, -4pts). Le sigue la falta de costumbre (37%) y de información (29%), y adquiere especial fuerza la falta de tiempo (22%, +8pts). Por otra parte, desciende como barrera la dificultad del proceso (5%, -4pts).

Se incrementa la percepción de responsabilización del gobierno como principal promotor del reciclaje, y disminuyen "las personas" como actores protagonistas de este proceso.

La mitad de la muestra (51%, +8pts) cree que es el gobierno el principal responsable de promover el reciclaje, seguido de otro actor público, los municipios (45%). Por otra parte, aumenta la percepción de que las empresas y marcas son los responsables en este sentido (26%, +4pts), y disminuye en el caso de las personas (28%, -4pts) y las empresas de reciclaje (19%, -4pts).

Pese a lo anterior, la mirada a futuro está puesta en las alianzas público-privadas como responsables del desarrollo del reciclaje (86%).

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Conclusiones

- El estudio mide acciones específicas por material (enjuagar, secar, retirar tapas, aplastar, etc.) y el entendimiento del estándar “limpio, seco y aplastado”. En este sentido, **persisten confusiones operativas** que terminan afectando la calidad del residuo y, en consecuencia, las tasas de recuperación.
- Las motivaciones ambientales y de **cuidado intergeneracional** dominan el marco valórico, y entre los “activadores” se observa el **rol de los/as hijos/as** como gatillante adicional en hogares con niñas/os. Esto orienta el framing comunicacional hacia **beneficios colectivos y futuro compartido.**
- Se miden obstáculos como **falta de infraestructura/puntos cercanos**, **desconocimiento de “cómo hacerlo bien”**, **tiempo/comodidad** y **dudas sobre el destino final**. En suma, el costo percibido (logístico y cognitivo) sigue siendo el gran freno.
- Una proporción relevante **no sabe qué ocurre después** de entregar el residuo; esa opacidad erosiona la motivación (“¿vale la pena?”). La trazabilidad comunicada y verificable aparece como **palanca estratégica.**
- A la hora de determinar si algo se puede reciclar, pesan más las **voces institucionales y expertas** que las de influenciadores generalistas; priorizar municipalidades, ministerios/servicios, gestores y comunidad científica **aumenta credibilidad** del mensaje técnico.
- Hoy se atribuye el liderazgo principalmente al **Estado/municipios**, y hacia el futuro la ciudadanía sigue esperando un **modelo de corresponsabilidad** con participación pública y de productores/sistemas de gestión.

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Nueva de Lyon 145 Piso 2,
Providencia Santiago, Chile.
cadem@cadem.cl
+562 2438 6500

www.cadem.cl

CADEM
RESEARCH
& ESTRATEGIA