

Fecha: 19-02-2026
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - Innovacion
 Tipo: Noticia general
 Título: Los dolores del reciclaje textil: mucha ropa, poco mercado

Pág.: 4
 Cm2: 662,7
 VPE: \$ 8.705.654

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad: ☐ No Definida

RECICLAJE, REUTILIZACIÓN Y UN CONSUMIDOR QUE AÚN NO RESPONDE MASIVAMENTE

Los dolores del reciclaje textil: mucha ropa, poco mercado

Procitex, Cirkla, Ecocitex, Recicla2 y 12na muestran un ecosistema que ya tiene plantas, procesos y productos, pero que sigue tensionado por precios, escala y demanda. Entre paneles aislantes, ovillos, regalos corporativos y prendas de lujo, el mayor obstáculo ya no es procesar residuos, sino vender lo que la economía circular logra producir. **FERNANDA GUAJARDO**

En el norte del país, la imagen de cerros de ropa abandonada se volvió un símbolo incómodo. Pero lejos de ese paisaje, en bodegas, plantas y talleres repartidos por distintas ciudades, el problema se vive de otra forma: toneladas que entran, líneas de proceso que podrían absorber más volumen y una pregunta que se repite en casi todos los modelos de negocio. ¿Quién compra lo que sale del reciclaje?

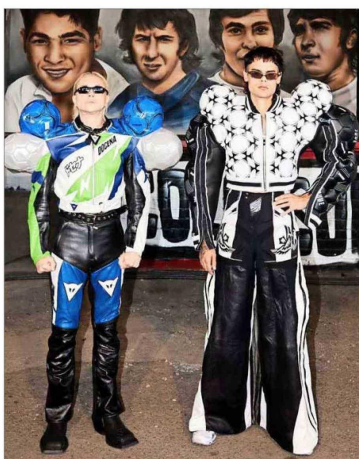
En la escala industrial, Procitex ha empujado esa frontera convirtiendo residuos textiles en materiales como paneles aislantes. Su CEO, Franklin Zepeda, lo plantea sin rodeos: "El principal cuello de botella sigue siendo el mercado", pese a que la tecnología y la capacidad técnica ya están disponibles. Desde su mirada, Chile todavía está en una etapa "inicial-intermedia" en reciclaje y regeneración textil, con avances en conciencia y regulación, pero con una integración industrial fragmentada y una demanda que aún no se consolida.

Procitex es operativamente viable y sostiene su operación con ventas de productos transformados, pero también reconoce que la rentabilidad de largo plazo depende de asegurar contratos de mayor escala y estabilidad comercial. Zepeda resume el momento así: "La operación diaria se sostiene por ventas reales. La rentabilidad plena y sostenida depende de asegurar contratos de mayor escala y estabilidad comercial". La ecuación, en ese nivel, es industrial: sin volumen de compras sostenido, la infraestructura queda subutilizada.

Unos pasos más atrás en la cadena aparece Cirkla, que se mueve en un terreno híbrido entre industria y servicios. Antes de convertirse en su "brazo reciclador textil", la empresa nació como fábrica textil de indumentaria técnica y uniformes institucionales para grandes compañías, con producción regular y certificaciones. Desde esa base productiva —y desde el conocimiento de los volúmenes que maneja la gran industria—, la firma creó Cirkla para hacerse cargo del descarte y cerrar el ciclo del material.

Hoy, la empresa recibe ropa corporativa de clínicas, aerolíneas y retailers, y parte de ese textil vuelve al mercado convertido en frazadas, bolsos o regalos corporativos. Su fundador, Mauricio Macaya, ha sido explícito sobre cómo se ha sostenido el proyecto: "No hemos tenido ninguna ayuda ni estatal, y la única ayuda, entre comillas, ha sido la confianza que han tenido las empresas privadas".

Esa relación, explica, es la que ha permitido mantener contratos activos y re-



El dúo Ca7riel y Paco Amoroso utilizó prendas de 12na para abrir el show de Kendrick Lamar en Chile

novar acuerdos con distintas compañías, quienes asumen el costo del reciclaje.

Pero incluso con esa base industrial, aparece una tensión de fondo. Macaya también advierte que hay más conciencia ambiental, "pero no en el consumo", lo que obliga a buscar un equilibrio entre los volúmenes que entran desde la propia industria y la capacidad real del mercado para absorber productos reciclados.

CAPACIDAD INSTALADA

Si la industria mira el problema en miles de toneladas, Ecocitex lo baja a una unidad más cotidiana: el ovillo de hilo reciclado. Su CEO, Daniela Ehijo, lo resume con una frase que atraviesa a todo el sector: "Nos sobra la ropa. Pero nadie está dispuesto a comprar el producto del reciclaje". En su modelo, ese ovillo compite en precio con uno importado y paga los mismos impuestos, lo que obliga a equilibrar ingresos entre la recepción del residuo y la venta del producto final.

La paradoja aparece en los propios números de operación. Ecocitex tiene capacidad para procesar cerca de 10 toneladas, pero hoy trabaja con menos de la mitad de ese volumen. "Tengo una capacidad de procesamiento de 10 toneladas, pero no proceso más de cuatro... no porque no pueda, es porque no puedo vender más", explica Ehijo.

Más lejos del eje indus-

trial, Recicla2 nació en Viña del Mar a partir de una escena concreta: donaciones post-incendio que se acumulaban en toneladas, muchas en mal estado. Su fundadora, Consuelo Miranda, cuenta que el proyecto dejó atrás la simple reparación de prendas y se convirtió en un sistema de gestión con varias líneas de salida. "Todavía no la logramos, no llegamos a un punto de equilibrio, pero en la medida de que más personas nos conozcan, que la industria confíe más en nosotros... si se pueda ser sostenible", señala.

Hoy, Recicla2 recibe incluso textiles muy deteriorados, los desfibra y los transforma en materia prima para nuevos usos, y ha construido alianzas con municipios y empresas regionales para sostener ese flujo de material. El modelo, sin embargo, también enfrenta costos fijos altos, exigencias sanitarias y una logística que pesa más cuando se trabaja a escala local.

En el otro extremo del ecosistema aparece 12na (Docena), un estudio de diseño que trabaja el *upcycling* desde hace más de dos décadas y vende piezas de lujo en mercados como Francia y EE.UU. No se trata de ropa de segunda mano, sino de prendas únicas intervenidas con diseño. Sin embargo, ese modelo no se sostiene solo con la venta de prendas. Su cofundador, Mariano Breccia, apunta a un problema cultural que atraviesa al sector: "Hay bastante falta de educación en el cliente... se confunde lo costoso del proceso con lo caro, y es un error bastante común".

En la práctica, eso se traduce en que el estudio necesita diversificar para mantenerse en pie. Breccia lo dice sin rodeos al explicar el corazón del negocio en Chile: "Vivimos de eso. (...) Es parte fundamental del *core* del negocio", en referencia a los talleres y programas de formación que realizan de manera permanente. La venta de prendas de lujo existe y da visibilidad al proyecto, pero la estabilidad económica, reconoce, depende de ese trabajo educativo y comunitario que les permite sostener la operación en el tiempo.

"El principal cuello de botella sigue siendo el mercado".

FRANKLIN ZEPEDA
CEO de Procitex.

"Tengo una capacidad de procesamiento de 10 toneladas, pero no proceso más de cuatro... no porque no pueda, es porque no puedo vender más".

DANIELA EHIO
CEO de Ecocitex.

Entre plantas industriales y talleres de upcycling, el sector enfrenta hoy el desafío de transformar capacidad productiva en demanda real para combatir el desperdicio textil.



ANGELA ASTUDILLO