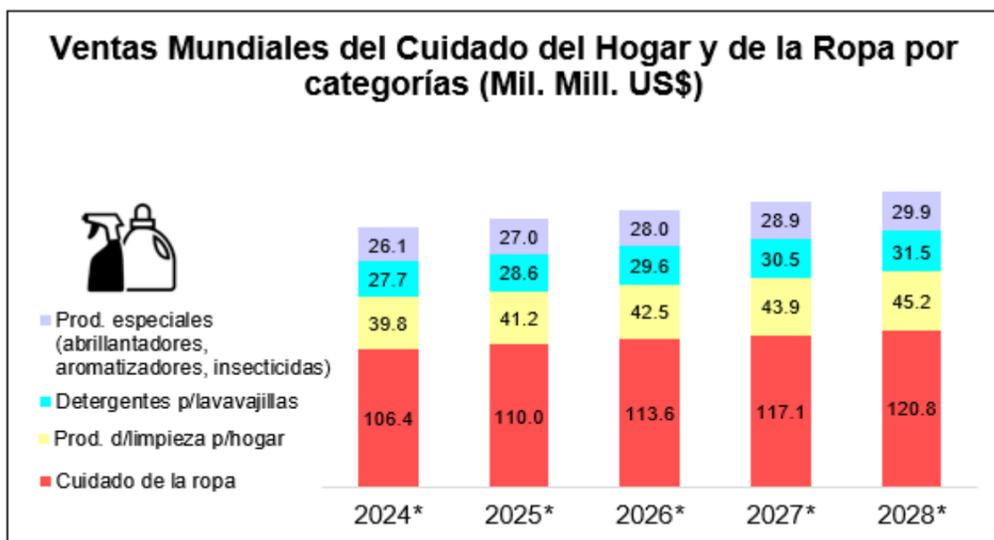
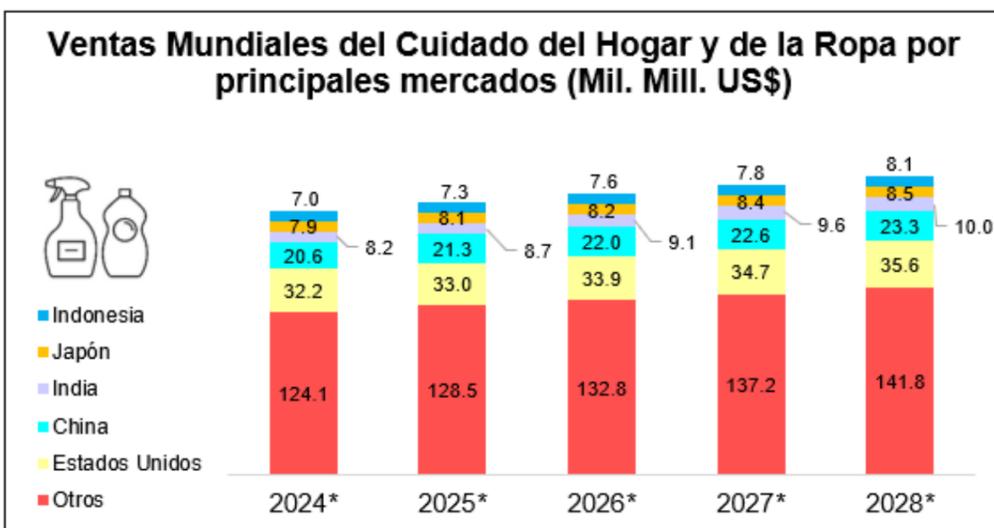


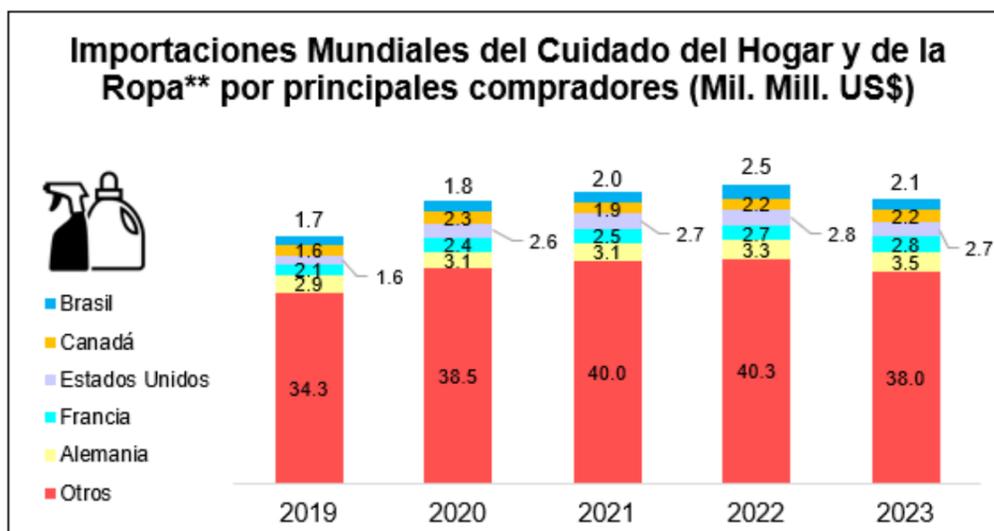
Fuente: Statista



Fuente: Statista



Fuente: Statista



\*\*Se consideraron las partidas del subcapítulo 3402 y las partidas 380810, 380891 y 380894.  
Fuente: Trade Map

### Mercado mundial del Cuidado del Hogar y de la Ropa

El mercado de cuidado del hogar y de la ropa cubre los productos de limpieza sólo para hogares. Los equipos auxiliares de limpieza (por ejemplo, trapeadores y escobas) y los productos profesionales para uso industrial o servicios de limpieza del hogar no están incluidos en este reporte.

En 2024, las ventas mundiales de productos para el cuidado del hogar y la ropa alcanzarían los US\$ 200.0 mil millones. El sector lograría ventas por US\$ 227.4 mil millones al 2028, lo que significaría un crecimiento promedio anual de 3.3% entre 2024 y 2028.

El 53.2% de las ventas de este sector en 2024 se concentrarían en la categoría cuidado de la ropa (US\$ 106.4 mil millones). Esta categoría cubre todos los detergentes destinados al cuidado de textiles en forma de polvo, tabletas o líquidos. Se estima que para 2028, las ventas de esta categoría se situarían en US\$ 120.8 mil millones, con un crecimiento promedio anual de 3.2% entre 2024 y 2028.

La segunda categoría más importante sería la de productos de limpieza para el hogar (artículos para la limpieza de superficies, ventanas y sanitarios) y concentraría el 19.9% de las ventas totales en 2024 (US\$ 39.8 mil millones). Las ventas en 2028 registrarían US\$ 45.2 mil millones que explicaría un crecimiento promedio anual de 3.2% entre 2024 y 2028.

Los detergentes para lavavajillas ocuparían el tercer lugar, con un valor de US\$ 27.7 mil millones en 2024. La categoría cubre productos de limpieza para fregar y limpiar platos y cubiertos, tanto en máquinas lavaplatos como para lavado a mano, ya sea en forma líquida, en polvo o en tableta.

Los principales mercados para el sector de cuidado del hogar y de la ropa son Estados Unidos, China, India, Japón e Indonesia. Estos cinco mercados acumularían el 38.0% de las ventas mundiales en 2024.

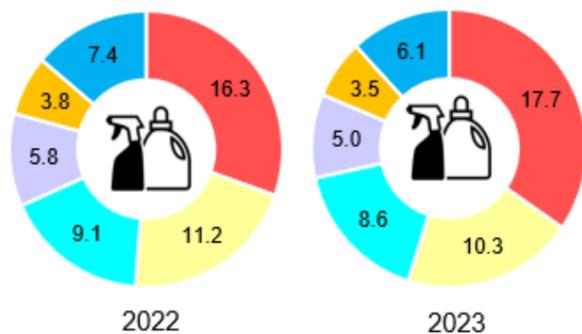
Estados Unidos se mantendría como el país con mayores ventas internas de productos para el cuidado del hogar y la ropa, ya que facturaría US\$ 32.2 mil millones en 2024 (16.1% de las ventas mundiales). En 2028, este mercado alcanzaría US\$ 35.6 mil millones de ventas que reflejaría una tasa de crecimiento promedio anual de 2.6% entre 2024 y 2028.

De igual forma, China permanecería como el segundo mercado con mayores ventas en 2024 (US\$ 20.6 mil millones). Se proyecta que crecería a una tasa promedio anual de 3.1% en el periodo 2024-2028 y alcanzaría ventas de US\$ 23.3 mil millones en 2028.

Entre los principales cinco mercados, destaca la proyección de crecimiento de India para el periodo 2024-2028, con una tasa de 5.1%.

## Importaciones Mundiales del Cuidado del Hogar y de la Ropa\*\* por principales subpartidas (Mil. Mill. US\$)

- Demás agentes de superficie orgánicos p/venta por menor
- Insecticidas p/venta por menor
- Demás preparaciones p/ lavar y limpieza
- Agentes de superficie orgánicos no iónicos
- Desinfectantes
- Otros

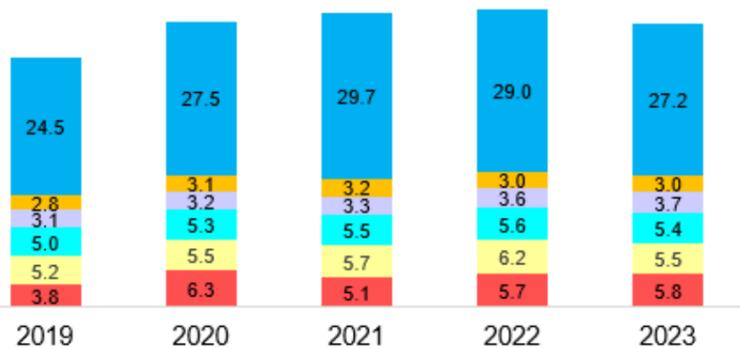


\*\*Se consideraron las partidas del subcapítulo 3402 y las partidas 380810, 380891 y 380894. Debido a que existieron cambios de partidas en 2022, solo se presenta la data comparable 2022-2023. Fuente: Trade Map

## Exportaciones Mundiales del Cuidado del Hogar y de la Ropa\*\* por principales proveedores (Mil. Mill. US\$)



- Otros
- Francia
- Bélgica
- Alemania
- Estados Unidos
- China

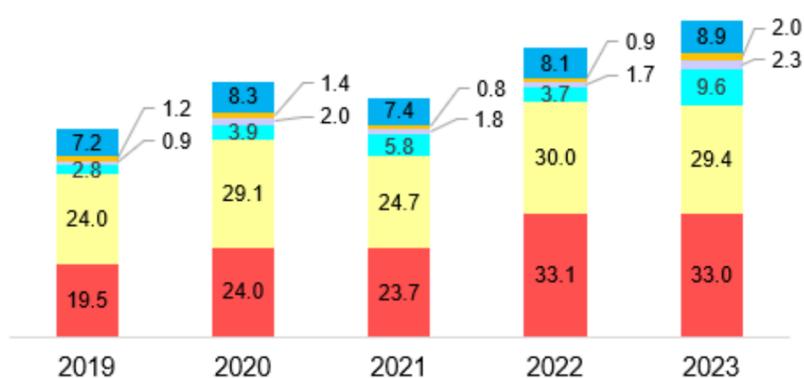


\*\*Se consideraron las partidas del subcapítulo 3402 y las partidas 380810, 380891 y 380894. Fuente: Trade Map

## Exportaciones peruanas de Cuidado del Hogar y de la Ropa\*\* por principales destinos (Mill. US\$)



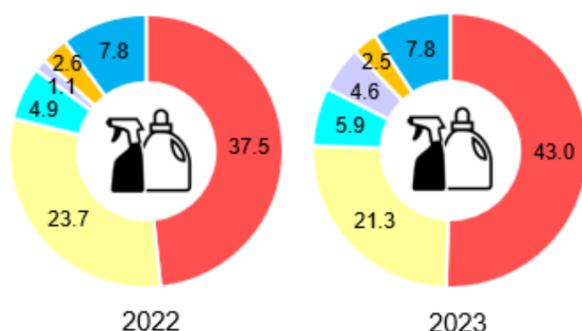
- Otros
- Colombia
- El Salvador
- Chile
- Ecuador
- Bolivia



\*\*Se consideraron las partidas del subcapítulo 3402 y las partidas 380810, 380891 y 380894. Fuente: Adex Data Trade

## Exportaciones peruanas de Cuidado del Hogar y de la Ropa\*\* por principales subpartidas (Mill. US\$)

- Demás agentes de superficie orgánicos p/venta por menor
- Demás preparaciones p/ lavar y limpieza
- Demás desinfectantes p/venta por menor
- Detergentes para la industria textil
- Insecticidas c/permetrina o cipermetrina o piretroides p/venta por menor



\*\*Se consideraron las partidas del subcapítulo 3402 y las partidas 380810, 380891 y 380894. Debido a que existieron cambios de partidas en 2022, solo se presenta la data comparable 2022-2023. Fuente: Adex Data Trade

## Importaciones mundiales de productos para el Cuidado del Hogar y de la Ropa

En 2023, los principales países importadores de productos para el cuidado del hogar y la ropa fueron Alemania, Francia, Estados Unidos, Canadá y Brasil, los cuales registraron compras acumuladas por US\$ 13.2 mil millones (25.7% de las importaciones mundiales del sector).

Alemania fue el principal país importador de artículos para el cuidado del hogar y la ropa en 2023. Este país registró compras por US\$ 3.5 mil millones (6.8% del total importado) que se tradujo en un crecimiento promedio anual de 4.4%, en el periodo 2019-2023.

Francia, que alcanzó US\$ 2.8 mil millones importados en 2023, fue el segundo comprador mundial de productos de cuidado del hogar y la ropa (5.4% del total de compras mundiales) y registró un incremento promedio anual de sus importaciones de 6.8% entre 2019 y 2023.

Estados Unidos fue el país con la mayor tasa de crecimiento promedio anual de importaciones en el periodo estudiado (2019-2023), con una tasa de 13.0% y un valor de US\$ 2.7 mil millones en 2023.

A nivel de subpartidas del sistema armonizado, las mayores importaciones realizadas a nivel mundial fueron de los "demás agentes de superficie orgánicos para venta por menor" (340250), con un valor de US\$ 17.7 mil millones en 2023 (34.7% de las importaciones totales) y un crecimiento de 8.5% frente a 2022.

La segunda subpartida más importada fue "insecticidas para venta por menor" (380891), la cual acumuló el 20.2% del total importado en 2023 (US\$ 10.3 mil millones) y registró una caída de 7.7% frente al 2022.

## Exportaciones mundiales de productos para el Cuidado del Hogar y de la Ropa

Los principales exportadores de productos para el cuidado del hogar y de la ropa fueron China, Estados Unidos, Alemania, Bélgica y Francia. Estos cinco concentraron el 46.2% de las exportaciones mundiales (o US\$ 23.4 mil millones) en 2023.

China fue el principal exportador de productos para el cuidado del hogar y de la ropa en 2023 (US\$ 5.8 mil millones o 11.4% del total exportado) e incrementó su valor exportado en 0.9% frente al 2022.

En 2023, Estados Unidos redujo su valor exportado (US\$ 5.5 mil millones o 10.9% de las exportaciones mundiales) en 11.0% respecto al 2022 y se posicionó como el segundo exportador de productos para el cuidado del hogar y de la ropa.

## Exportaciones de productos para el Cuidado del Hogar y de la Ropa de Perú

Las exportaciones peruanas de productos para el cuidado del hogar y de la ropa alcanzaron los US\$ 85.2 millones en 2023 (+9.8% frente al 2022).

Los 5 principales destinos de los envíos fueron Bolivia, Ecuador, Chile, El Salvador y Colombia, los cuales acumularon el 89.5% del total exportado en 2023.

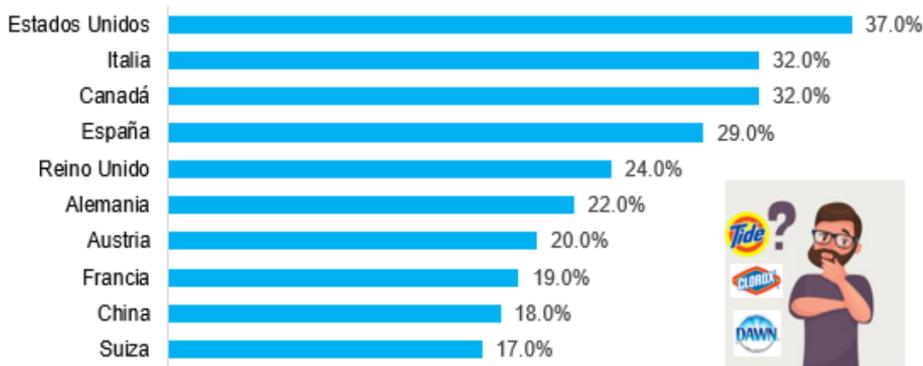
Destaca el crecimiento de las exportaciones de artículos para el cuidado del hogar y de la ropa hacia Chile, con un crecimiento promedio anual de 35.8%, entre 2019 y 2023. En 2023, los envíos hacia Chile aumentaron en 157.2% frente a 2022.

### Tasa de penetración\*\*\* en el hogar de las principales marcas de Cuidado del Hogar en Estados Unidos 2022 (%)



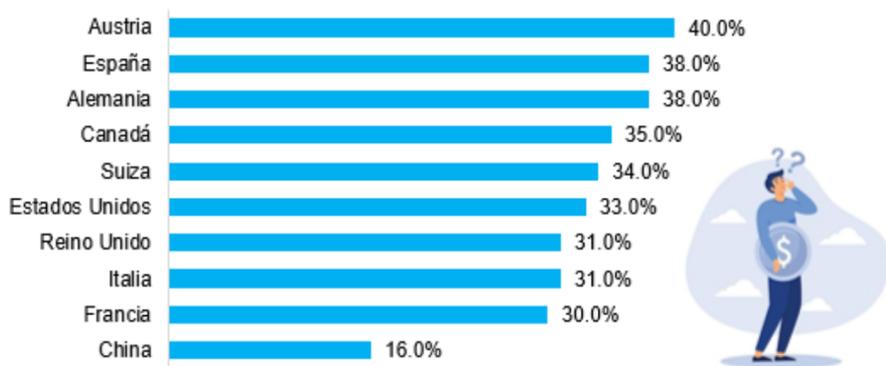
\*\*\*Se refiere a la proporción de hogares que compran una marca.  
Basado en encuesta realizada en 2022  
Fuente: Statista / Kantar Worldpanel

### Reconocimiento de la marca en productos de limpieza y detergentes por países seleccionados (%)



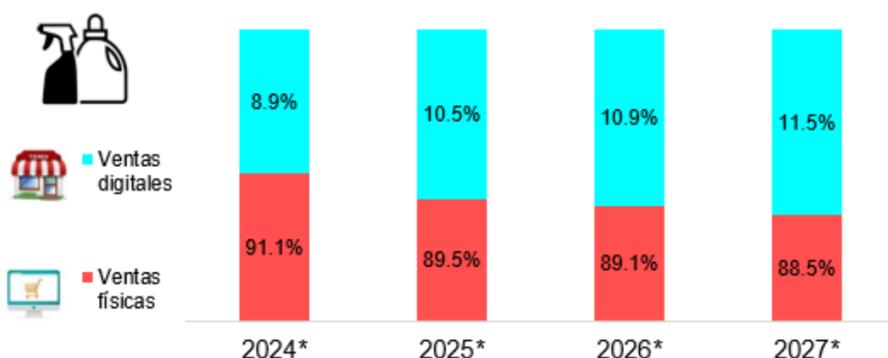
Basado en encuesta realizada en 2023  
Fuente: Statista

### Importancia del Precio Bajo para consumidores de Productos de Limpieza por países seleccionados (%)



Basado en encuesta realizada en 2023  
Fuente: Statista

### Ventas Mundiales de Cuidado del Hogar y de la Ropa por canales de comercialización (% Part.)



Fuente: Statista

Nota: \*Los valores del año 2024 en adelante son estimaciones de venta. Todos los valores de venta mostrados se refieren al valor minorista e incluyen impuestos sobre las ventas.

A nivel desagregado, los demás agentes de superficie orgánicos para venta al por menor (3402500000) fue la principal subpartida nacional exportada en 2023 y registró envíos por US\$ 43.0 millones (o 50.5% del total). La segunda subpartida exportada fue demás preparaciones para lavar y limpieza (3402909900) con 25.1% de participación (US\$ 21.3 millones).

## Tendencias

### 1. Sostenibilidad

Los consumidores priorizan productos menos dañinos para el medio ambiente y la salud humana sobre los factores de precio y marca. En esta línea, la sostenibilidad se ha convertido en un aspecto vital para la toma de decisiones del consumidor.

Por ejemplo, existe una mayor orientación hacia el uso de formulaciones ecológicas que contienen ingredientes de origen vegetal, biodegradables y no tóxicos, y contribuyen con la reducción de la huella ecológica.

En el tema ambiental, los envases también son importantes. Con el fin de reducir los residuos de envases y las emisiones del transporte, los detergentes para ropa concentrados y monodosis están ganando popularidad, ya que requieren envases más pequeños y menos agua para su producción.

Las marcas están explorando materiales de embalaje innovadores, como plásticos reciclables y biodegradables. Por ejemplo, en 2021, Unilever lanzó la primera botella de detergente para ropa a base de papel, para su marca OMO, las cuales están compuestas de pulpa producida de manera responsable y que se puede reciclar.

Los sistemas de envases recargables también están ganando terreno, ya que existe una creciente preferencia por productos líquidos y en gel. (Grand View Research, 2022). Por ejemplo, la marca Clean Cult ofrece envases recargables y reutilizables y productos de recambios en cajas de cartón para diversos productos de limpieza.

### 2. Opciones para el cuidado de la piel

Existe una mayor demanda de productos naturales que prioricen la salud de la piel. Actualmente, los productores están brindando opciones hipoalérgicas y sin alérgenos (principalmente libre de fragancias, colorantes y productos químicos agresivos), atendiendo a consumidores con piel sensible, alergias o interesados en productos más saludables.

### 3. Mayor concientización sobre la higiene

La pandemia ha incrementado significativamente la concientización sobre la higiene. Ello ha estimulado una tendencia hacia detergentes para ropa con propiedades antibacterianas y antivirales.

### 4. Mayor demanda de etiquetas privadas<sup>(1)</sup>

Las marcas privadas son cada vez más populares, especialmente en Europa occidental y mercados emergentes. En países como Suiza y China, solo el 17.0% y 18.0%, respectivamente, consideran como factor decisivo a la marca.

### 5. El precio ya no es un factor determinante

El precio no es un factor determinante. En China, el 16% de consumidores consideran importante el precio bajo en los productos de limpieza.

### 6. Comercio electrónico

El comercio electrónico alcanzaría el 11.5% de las ventas totales de productos del cuidado del hogar y de la ropa en 2027. La pandemia impulsó las compras en línea y modificó las preferencias de los consumidores hacia canales directos al fabricante y plataformas de comercio como Amazon y Walmart (Grand View Research, 2022). Además, las empresas ofrecen servicios de suscripción, que permite ofrecer recomendaciones de productos personalizadas.

(1) Un producto de etiqueta privada es fabricado por un contratado o un tercer fabricante y es vendido bajo el nombre de la marca de una tienda o minorista.