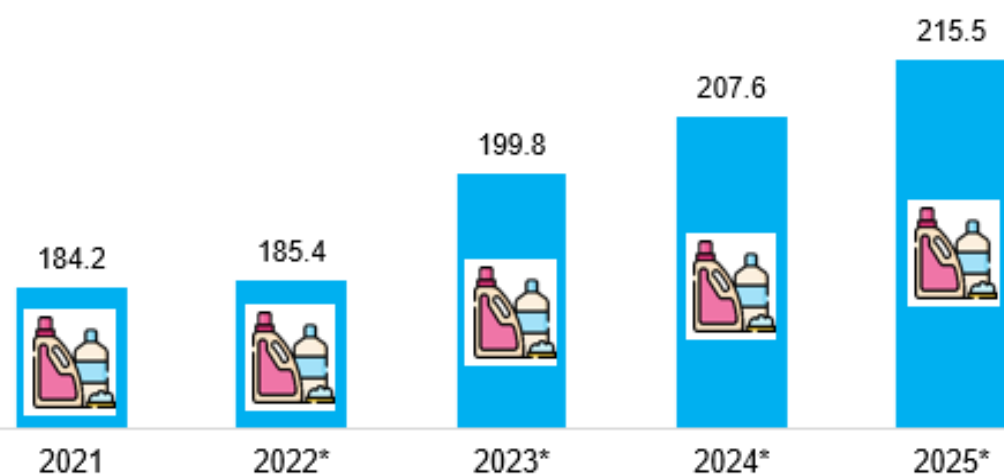
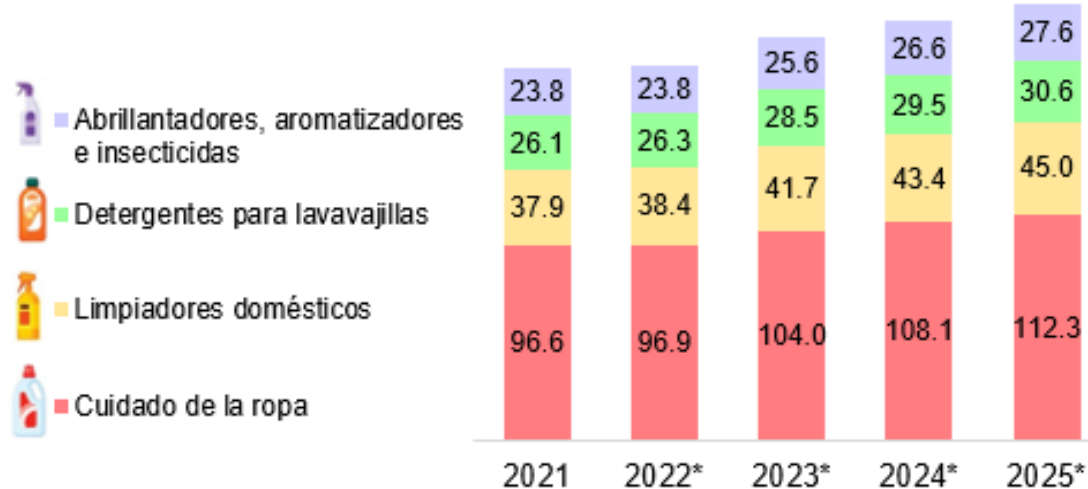


Ventas del Mercado Mundial del Cuidado del Hogar y de la Ropa (Mil. Mill. US\$)



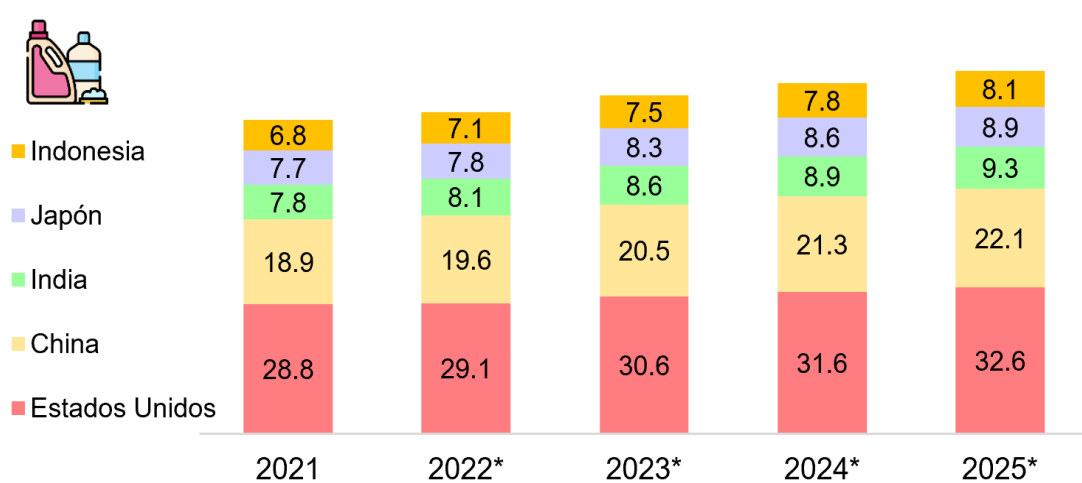
Fuente: Statista

Ventas del Mercado Mundial del Cuidado del Hogar y de la Ropa por categorías (Mil. Mill. US\$)



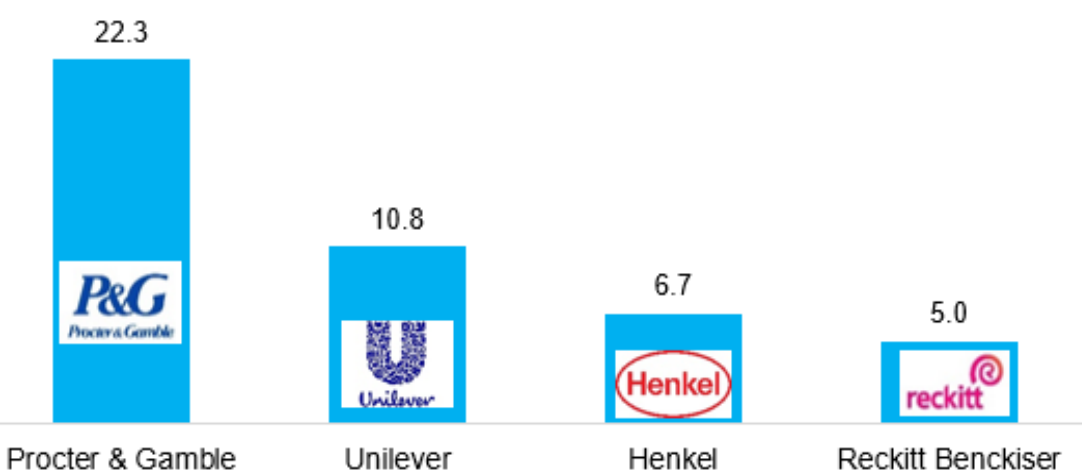
Fuente: Statista

Ventas del Mercado Mundial del Cuidado del Hogar y de la Ropa por principales países (Mil. Mill. US\$)



Fuente: Statista

Ventas Mundiales de Principales Empresas en el Rubro de Cuidado del Hogar y la Ropa (Mil. Mill. US\$)



Fuente: Statista

Mercado Mundial del Cuidado del Hogar y de la Ropa

El mercado de cuidado del hogar y de la ropa cubre 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 el 2023, las ventas mundiales de productos para el cuidado del hogar y la ropa alcanzarían los US\$ 199.8 mil millones. Se espera que al 2025 el sector logre ventas por US\$ 215.5 mil millones, lo que significará un crecimiento promedio anual de 3.9% entre 2023 y 2025.

Las ventas del sector del cuidado del hogar y de la ropa estuvieron lideradas por la categoría de cuidado de la ropa, la cual alcanzaría los US\$ 104.0 mil millones en 2023 (52.1% del total). Esta categoría cubre detergentes y demás productos para el cuidado de telas. Se estima que para 2025, las ventas de esta categoría se situarán en US\$ 112.3 mil millones, con un crecimiento promedio anual de 3.9% entre 2023 y 2025.

La segunda categoría más importante fue la limpiadores domésticos, que concentraría el 20.9% de las ventas totales en 2023 (US\$ 41.7 mil millones). Esta categoría incluye artículos para el cuidado de superficies (incluidos los blanqueadores y los productos para el cuidado del inodoro). Se esperan ventas por US\$ 45.0 mil millones para el 2025 y un crecimiento promedio anual de 3.9% entre 2023 y 2025.

A nivel de ventas por países, los principales mercados para el sector de cuidado del hogar y de la ropa son Estados Unidos, China, India, Japón e Indonesia, los cuales estarían acumulando el 37.8% de las ventas mundiales en 2023.

Estados Unidos se mantiene como el país con mayores ventas internas de productos para el cuidado del hogar y la ropa. En 2023 facturaría US\$ 30.6 mil millones, monto que representaría el 15.3% de las ventas mundiales. Se estima que alcanzaría los US\$ 32.6 mil millones para el 2025, con una tasa de crecimiento promedio anual de 3.1% entre 2023 y 2025.

De igual forma, China permanecería como el segundo mercado con mayores ventas en 2023 (US\$ 20.5 mil millones). Se proyecta que crecería a una tasa promedio anual de 3.8% en el periodo 2023-2025 y alcanzaría ventas de US\$ 22.1 mil millones en 2025.

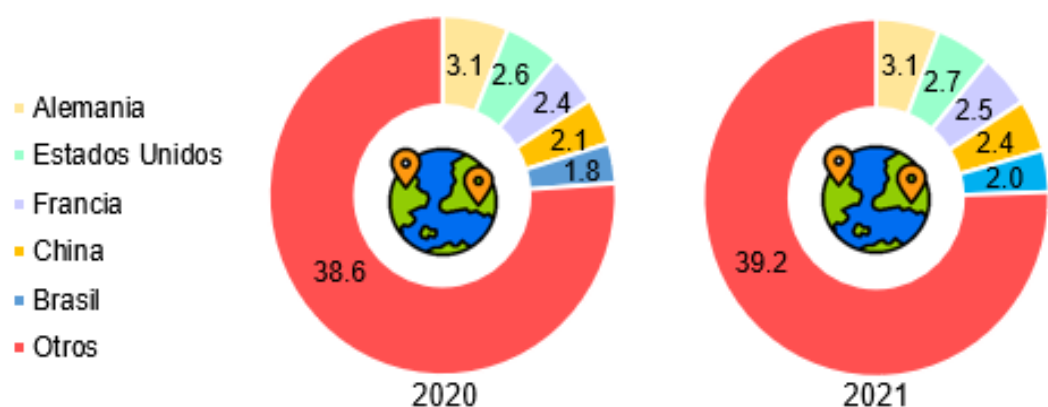
El mercado de productos para el cuidado del hogar y la ropa se caracteriza por tasas de crecimiento relativamente bajas y está dominado por un número reducido de grandes marcas como Procter & Gamble, Unilever, Henkel, Reckitt Benckiser, entre otros.

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

En el 2021, los principales países importadores fueron Alemania, Estados Unidos, Francia, China y Brasil, los cuales registraron compras acumuladas por US\$ 12.7 mil millones, que representó el 24.5% de las importaciones mundiales del sector.

Alemania fue el principal país importador de artículos para el cuidado del hogar y la ropa en 2021, el cual registró compras por

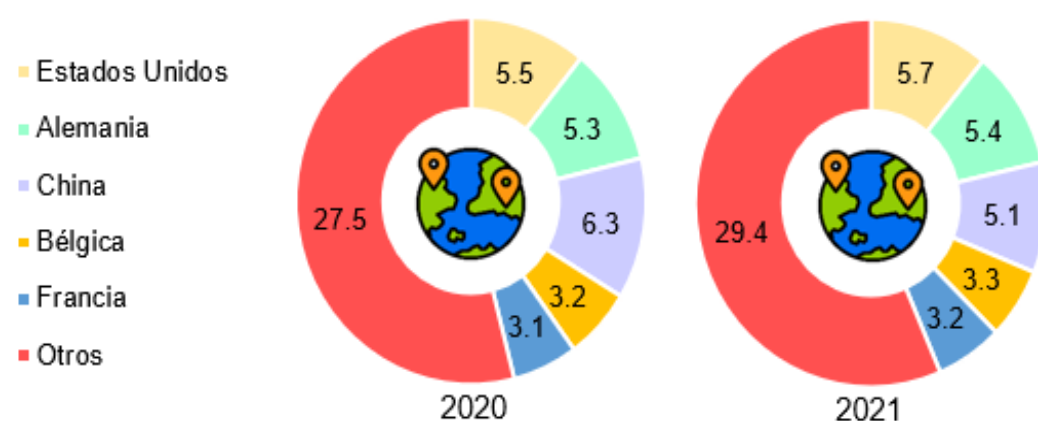
Importaciones** Mundiales del Cuidado del Hogar y de la Ropa por principales países (Mil. Mill. US\$)



**Se consideraron las partidas del subcapítulo 3402 y las partidas 380810, 380891 y 380894

Fuente: Trade Map

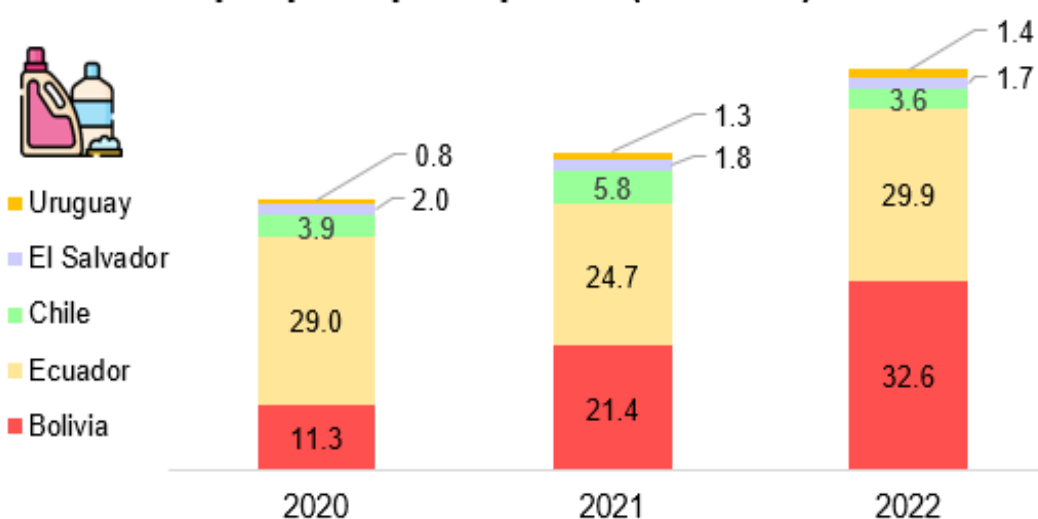
Exportaciones** Mundiales del Cuidado del Hogar y de la Ropa por principales países (Mil. Mill. US\$)



**Se consideraron las partidas del subcapítulo 3402 y las partidas 380810, 380891 y 380894

Fuente: Trade Map

Exportaciones** Peruanas del Cuidado del Hogar y la Ropa por principales países (Mill. US\$)



**Se consideraron las partidas del subcapítulo 3402 y las partidas 380810, 380891 y 380894

Fuente: Adex Data Trade

Principales Razones para Comprar Artículos Sostenibles en el Mundo 2021 (%)



Encuesta con pregunta de opción múltiple, respondida por 19,100 personas.

Fuente: Statista / National Retail Federation; IBM Institute for Business Value

US\$ 3.1 mil millones. Sin embargo, frente a las compras del 2020 significó un caída de 2.1%.

China destacó como el país con mayor crecimiento en 2021 y registró un incremento de 14.8% con respecto al año anterior, por un valor de US\$ 2.4 mil millones.

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

En 2021, los principales países exportadores fueron Estados Unidos, Alemania, China, Bélgica y Francia, los cuales registraron ventas acumuladas por US\$ 22.7 mil millones, que representaron el 43.6% de las exportaciones mundiales.

Estados Unidos fue el principal exportador de artículos para el cuidado del hogar y la ropa en 2021, por un valor de US\$ 5.7 mil millones, con un incremento de 4.1% frente al año anterior.

Exportaciones de Perú

Las exportaciones de artículos del cuidado del hogar y la ropa del Perú alcanzaron los US\$ 76.7 millones en 2022, lo que significó un crecimiento de 23.9% frente al año anterior.

Los 3 principales destinos de los envíos internacionales en 2022 fueron Bolivia, Ecuador y Chile, los cuales acumularon el 86.3% del total exportado.

Destacó el crecimiento de Bolivia, que logró desplazar a Ecuador del primer lugar en el 2022, con el 42.5% del total exportado (US\$ 32.6 millones), registrando un incremento de 52.5% frente al 2021.

Tendencias

1. Sostenibilidad

La sostenibilidad se convierte en un tema clave, ya que los consumidores se preocupan más por las alternativas amigables con el medio ambiente. Muchos de los principales fabricantes de artículos para el cuidado de la ropa y el hogar han ampliado su gama de productos para incluir alternativas más respetuosas con el medio ambiente.

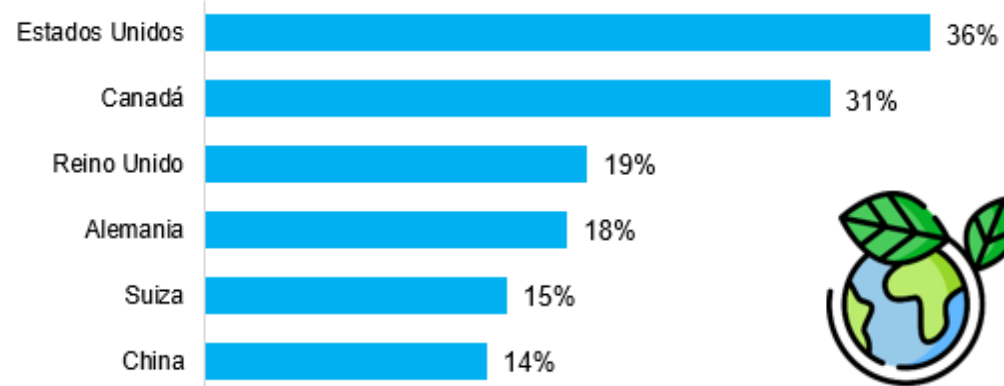
Un ejemplo es Tide Purclean de P&G, el cual es un detergente líquido para ropa con un 65% de origen vegetal, elaborado con energía eólica 100% renovable, sin residuos de fabricación y sin colorantes, cloro, fosfatos, ni blanqueadores ópticos.

La sostenibilidad no solo incluye ingredientes biodegradables y respetuosos con el medio ambiente, el embalaje también es un tema clave. El uso y el reciclaje de plástico se han convertido en un factor clave para el consumidor.

Una investigación realizada por Ecover en Reino Unido reveló que el 75% de los británicos está preocupados por el plástico en los océanos y el 66% se preocupa por el plástico que afecta a la vida silvestre. Además, la gente piensa en cómo el micro plástico en el agua del caño y en la cadena alimentaria está afectando la salud humana.

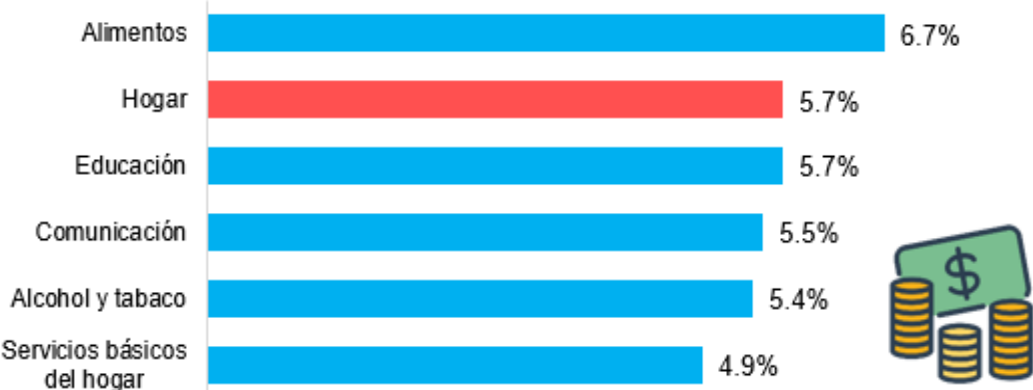
Por otra parte, la tendencia del lavado en frío para prendas de vestir es un tema muy discutido en la industria. Existe la clara ventaja ambiental por un lado y las preocupaciones de higiene

Importancia de la Marca en el Consumo de Productos del Cuidado del Hogar y la Ropa 2020 (% ciudadanos encuestados por país)



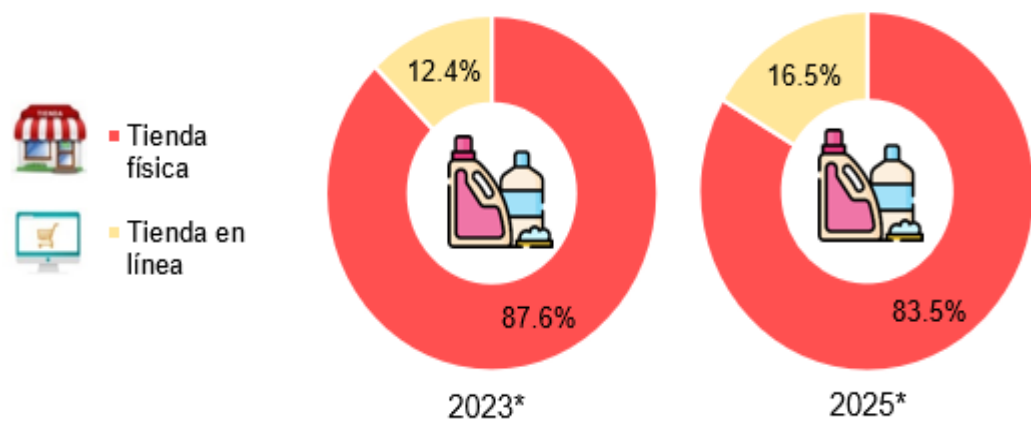
Encuesta con pregunta de opción múltiple, respondida por 25,110 personas.
Fuente: Statista Global Consumer Survey 2020

Crecimiento Promedio del Gasto Per Cápita del Consumidor a nivel Mundial (crec. % 2019-2025)



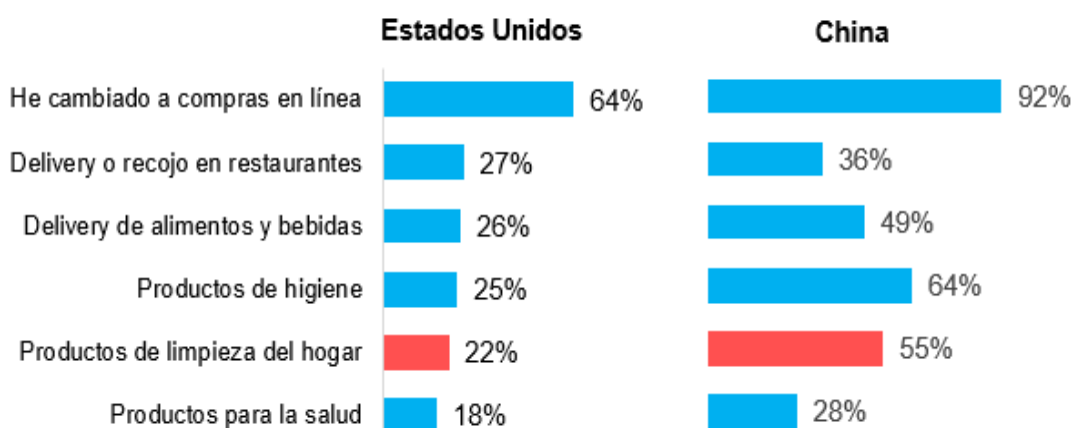
Fuente: Statista Consumer Market Outlook 2020

Ventas de productos de Cuidado de la Ropa y el Hogar por canales de comercialización (% part. mundial)



Fuente: Statista

Cambio de Compras Presenciales a Compras en Línea debido al Covid-19 en 2020 (var. % consumidores encuestados)



Encuesta con pregunta de opción múltiple, respondida por 19,259 personas.
Fuente: Statista Survey "Covid-19 Barometer 2020"

*Estimaciones, las cuales consideran el impacto del conflicto Ucrania-Rusia.

por el otro. La mayoría de los productos con una imagen sostenible anuncian que el lavado en frío es una opción eficiente, pero dejan que el consumidor elija la temperatura de lavado.

2. Marcas privadas

Si bien los consumidores piensan detenidamente qué productos comprar para el cuidado de la ropa y el hogar, las marcas no son el factor decisivo y ello se refleja en el desarrollo de marcas privadas.

En Europa Occidental, las marcas privadas son muy comunes en farmacias y supermercados, con estándares de calidad similares a sus equivalentes de marca. Por ejemplo, en España las marcas privadas Hacendando (de Mercadona), Carrefour y Día son las marcas más consumidas.

3. Enfoque en seguridad y salud

La COVID-19 potenció la tendencia de salud e higiene que se enfoca en la desinfección. Los productos del cuidado de la ropa y el hogar se asocian cada vez más con "seguridad", "salud" o "libre de virus". Esta percepción impulsa las compras de productos que brindan estas características o usan publicidad que responden a esta necesidad.

Se proyecta que los gastos en bienes y servicios para el hogar serán los de mayor crecimiento con respecto al total de gastos globales de los hogares, con una tasa promedio de 5.7%, para el periodo 2019-2025, ello debido a la mayor conciencia sobre la higiene causada por la pandemia, a pesar de que muchos hogares tienen menos ingresos.

4. Mayor comercio electrónico

Las ventas electrónicas no juegan un papel determinante en el cuidado del hogar y la ropa. Sin embargo, se han recuperado significativamente durante la pandemia de COVID-19 y se espera que al cierre del 2023 representen el 12.4% de las ventas totales.

En general, la adopción del comercio electrónico en productos del cuidado de la ropa y el hogar en Asia es mayor que en los EE. UU. y Europa. A nivel de países esto se refleja en Corea del Sur, que tiene la participación de compras en línea más alta, con un 24%, seguida de China con un 19% para 2020.

5. Productos de conveniencia

A pesar del mayor precio, los paquetes de lavandería de conveniencia están en aumento. No hace mucho, el detergente en polvo fue reemplazado por el detergente líquido y ahora las cápsulas de detergente van por ese camino.

Conocidos como "pods", un término registrado por la marca Tide, son un sustituto conveniente para las grandes jarras y cajas de detergente. Las cápsulas contienen detergente, ya en porciones, en un pequeño paquete compacto y soluble en agua. Esto hace que el proceso de lavado sea aún más fácil, conveniente y limpio, ya que la dosificación o el derrame ya no son un problema, puesto que las cápsulas simplemente se arrojan a cualquier tipo de lavadora. Además, el creciente número de hogares unipersonales refuerza la necesidad de una forma cómoda y compacta de lavar la ropa.

Los fabricantes también se enfrentan a importantes retos, dado que los pequeños paquetes coloridos son atractivos para los niños y pueden confundirse con dulces y ya se han producido algunos envenenamientos accidentales. Los fabricantes están trabajando para hacerlos menos atractivos y participan en campañas publicitarias para mantenerlos fuera del alcance de los niños.