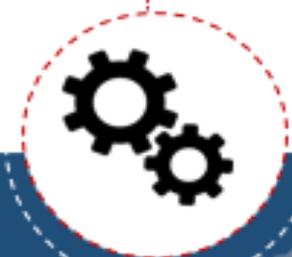


## INFORMES ESPECIALIZADOS

El mercado de limpiadores  
domésticos en Ecuador



2021

## I. Panorama actual<sup>1</sup>

Los productos de limpieza y desinfección son agentes antimicrobianos con la capacidad de eliminar microorganismos dañinos como virus, hongos y bacterias. La limpieza y desinfección adecuadas de las superficies es esencial para mantener un ambiente saludable. La limpieza con detergente y agua tibia es un proceso que elimina la suciedad visual y la contaminación; se prefiere un proceso de limpieza minucioso antes del uso de productos desinfectantes, ya que la limpieza elimina eficazmente la mayoría de los microorganismos.

Los productos químicos desinfectantes utilizados en entornos sanitarios y otras industrias son el peróxido de hidrógeno, alcoholes, glutaraldehído, cloro y compuestos de cloro, fenólicos, yodóforos, ortoftalaldehído, formaldehído, ácido peracético y compuestos de amonio cuaternario.

El mercado global de productos para limpieza y desinfección se valoró en \$ 1,636.41 millones en 2020, y se proyecta que alcance los \$ 2,031.87 millones para 2028, creciendo a una tasa compuesta anual de 3.6% de 2021 a 2028.

El mercado de desinfectantes líquidos se valoró en \$ 299,1 millones en 2020 y se prevé que alcance los \$ 314.7 millones para 2025 a una tasa compuesta anual del 3.5%.

El mercado de desinfectantes en paños húmedos ocupó el tercer lugar, valorándose en 144.63 millones en 2020 y se espera que al 2025 alcance los 159.71 millones a una tasa compuesta anual del 4.5%.

El mercado de desinfectantes en presentación de spray ocupó el segundo lugar de relevancia con 201.39 millones y se proyecta que alcance los 219.37 millones al 2025 a una tasa compuesta anual del 4.2%.

## II. Tendencias del mercado mundial<sup>2</sup>

Ha habido un aumento en la demanda de desinfectantes en todo el mundo para luchar contra el nuevo coronavirus. Como resultado, los fabricantes están aumentando la producción para satisfacer la creciente demanda. La industria química está jugando un papel fundamental en la crisis pandémica COVID-19 y su prevención.

Un consenso cada vez mayor de que debe mejorar la limpieza y desinfección de superficies ambientales en las instalaciones sanitarias durante los últimos años, y la incorporación de la última innovación en

---

<sup>1</sup> Allied Market Research – Global Infection control market

<sup>2</sup> Arizton: Healthcare disinfectants & sanitizers market

técnicas en salud desinfectante y sanitización de producto, contribuye a una mejora en el diseño general, composición y características ofrecidas por varios productos, lo que lleva a un aumento en la demanda entre los usuarios finales. Los nuevos desinfectantes que están disponibles actualmente incluyen principalmente desinfectantes líquidos mejorados de peróxido de hidrógeno, combinación de ácido peracético-peróxido de hidrógeno, agua electrolizada y guanidina polimérica.

### III. El mercado ecuatoriano<sup>3</sup>:

#### **Cuidado de superficies**

El COVID-19 impulsó las ventas de desinfectantes para el hogar, limpiadores multiusos y limpiadores de pisos en 2020. El cuidado de superficies registra un crecimiento del valor del 79% en 2020, alcanzando ventas de USD187 millones. Colgate-Palmolive de Ecuador SA lidera el cuidado de superficies con una participación de valor del 21% en 2020. Se calcula que las ventas aumentarán a una tasa del 4% durante 2020-2025.

El COVID-19 desencadenó un elevado sentido de higiene-conciencia entre los consumidores, lo que llevó a un aumento en las ventas de desinfectantes para el cuidado del hogar, limpiadores multiusos y limpiadores de suelos en particular.

En su comunicación de marketing, los fabricantes de productos para el cuidado de superficies se centraron en las propiedades desinfectantes de sus productos, mientras que anteriormente el énfasis estaba más en las fragancias. Debido a la recesión económica y la incertidumbre de los ingresos, los consumidores ecuatorianos mostraron una mayor sensibilidad a los precios, lo que llevó a un aumento en la demanda de productos económicos para el cuidado del hogar. Además, los minoristas de comestibles modernos como Supermaxi y Mi Comisariato asignaron un espacio más destacado en los estantes a las marcas que ofrecían promociones de precios.

El cuidado de superficies sigue estando dominado por limpiadores multipropósito en 2020, y los limpiadores de cocina, limpiadores de baño, limpiadores de pisos y agentes limpiadores siguen un largo camino por detrás en términos de participación en el valor. Los consumidores suelen preferir limpiar los baños con productos que se perciben como agresivos y de máxima eficacia en la limpieza y desinfección, como los que contienen blanqueador con cloro. Los limpiadores multiusos siguen siendo populares debido a su conveniencia y versatilidad, como productos que se utilizan para limpiar una variedad de superficies en el hogar. Los productos multifuncionales están experimentando una creciente demanda, particularmente de

---

<sup>3</sup> Surface care in Ecuador 2021 – Euromonitor , Bleach in Ecuador 2021 – Euromonitor

consumidores jóvenes con vidas ocupadas que no están dispuestos a dedicar mucho tiempo a las tareas del hogar. Los productos multifuncionales, como los limpiadores multiusos, ahorran tiempo y dinero a los consumidores y, por lo tanto, siguen teniendo un gran atractivo.

### **Blanqueadores**

El COVID-19 condujo a un aumento sin precedentes en las ventas de blanqueadores en 2020. Experimentando un crecimiento del valor del 56% en 2020, alcanzando ventas de USD87 millones.

Clorox del Ecuador SA sigue siendo el líder absoluto del mercado de blanqueadores, con una participación de valor del 46%. Se espera que las ventas tengan una tasa de crecimiento del 9% durante 2020-2025.

El COVID-19 provocó una elevada sensación de higiene y mayor conciencia entre los consumidores ecuatorianos. La lejía se considera un producto económico y eficaz para la limpieza y desinfectar superficies. Durante las primeras semanas de la pandemia, hubo cierta escasez del producto como resultado del repentino aumento de la demanda. Sin embargo, esto duró solo un breve período, ya que los minoristas se apresuraron a satisfacer la demanda y volver a llenar los estantes de las tiendas.

La lejía es particularmente popular como producto de usos múltiples entre los consumidores de los niveles socioeconómicos más bajos. Eficaz como desinfectante y bactericida y de precio comparativamente bajo, lo convierte en una opción más atractiva que otros productos disponibles para el cuidado de superficies. La lejía se utiliza en multitud de tareas de limpieza doméstica en los hogares ecuatorianos, incluyendo blanquear ropa, limpiar pisos de cocina y fregaderos y limpiar inodoros y duchas en baños. En las zonas rurales de Ecuador, la lejía todavía se usa a veces para desinfectar el agua, siendo un producto más asequible y accesible que los destinados específicamente para este propósito.

País	Países Proveedores de la partida 282890 hipocloritos (Miles de US\$)					Var % 20/19
	2016	2017	2018	2019	2020	
Perú	296	244	680	901	1181	45%
China	42	118	256	568	824	-34%
Colombia	186	92	314	306	201	1560%
Estados Unidos	34	22	4	5	83	333%

**Jabón líquido<sup>4</sup>:**

El mercado de jabón líquido profesional en Ecuador registró ingresos de USD 1.08 millones en 2019, y se espera que alcance los USD 2,43 millones en 2025, a una tasa de crecimiento del 13.61%.

El mercado de jabón líquido ya existe entre instituciones e instalaciones, sin embargo, en la actualidad, el segmento se encuentra en su fase de crecimiento, pero el mismo crecimiento se ve obstaculizado por una preferencia cada vez mayor por los jabones en barra.

En cuanto a materia prima, la mayoría de los frutos de palma cultivados en Ecuador son procesado industrialmente para producir aceite de palma. Este aceite de palma se utiliza a nivel nacional para elaborar aceite vegetal para freír, así como derivados del aceite de palma para productos como jabón. En tales casos, los fabricantes que apuntan a ingresar al Ecuador podrían acceder a materia prima a un precio mucho más barato, facilitando así la demanda con un producto más barato a gran escala.

Las cifras de crecimiento económico del país en los últimos años han ido aumentando constantemente y el gobierno espera un crecimiento económico continuo, aunque a un ritmo más lento.

País	Países Proveedores de la partida 340120 Jabón en copos o disolución acuosa (Miles de US\$)					Var % 20/19
	2016	2017	2018	2019	2020	
Perú	2	0	40	28	293	946%
Países Bajos	185	232	321	394	253	-36%
Turquía	0	0	0	0	88	---
Estados Unidos de América	21	48	132	44	75	70%
Brasil	74	30	11	7	60	757%

**IV. Innovaciones y desarrollo de productos**

Mintel presentó algunos productos innovadores que contienen insumos similares a los de procedencia peruana, entre los cuales destacan:

<sup>4</sup> Latin america professional liquid soap market (2020 – 2025) -Mordor Intelligence

Foto de Referencia	Información relevante del producto	
	<b>Nombre del Producto</b>	El Secreto de la Abuelita
	<b>País</b>	Ecuador
	<b>Descripción</b>	Desinfectante Multiacción Total
	<b>Link de Interés</b>	<a href="https://www.frecuento.com/frecuento/es/Categorias/Supermercado/Limpieza-del-Hogar/Desinfectantes/Limpiador-Multiuso-Secreto-de-la-Abuelita-Lavanda-1L/p/40406203">https://www.frecuento.com/frecuento/es/Categorias/Supermercado/Limpieza-del-Hogar/Desinfectantes/Limpiador-Multiuso-Secreto-de-la-Abuelita-Lavanda-1L/p/40406203</a>

Fuente: Mintel

Foto de Referencia	Información relevante del producto	
	<b>Nombre del Producto</b>	Microlimpia Set de Paños Multiuso 100% Microfibra
	<b>País</b>	Ecuador
	<b>Descripción</b>	Paños Multiuso 100% Microfibra
	<b>Link de Interés</b>	<a href="https://www.enkador.com/blog/microlimpia/">https://www.enkador.com/blog/microlimpia/</a>

Fuente: Mintel

Foto de Referencia	Información relevante del producto	
	Nombre del Producto	Max Detergente Líquido Multi-Acción
	País	Ecuador
	Descripción	Detergente Líquido Multi-Acción
	Link de Interés	<a href="https://synteko.com.ec/brand/5-max">https://synteko.com.ec/brand/5-max</a>

Fuente: Mintel

## V. Oferta peruana

Las exportaciones peruanas de productos de limpieza tuvieron un crecimiento del 42% en todas las partidas exportadas durante el 2020 comparado con el 2019. Esto como repercusión de mayores cuidados frente a la pandemia tanto a nivel de limpieza del hogar como industrial.

Partida (HS 06)	Productos	Perú exporta hacia Ecuador (Miles de US\$)					Var % 20/19	TCP% 16-20
		2016	2017	2018	2019	2020		
330749	Preparaciones para perfumar o desodorizar locales	2302	1852	2398	1733	1995	15%	-4%
340220	Preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar	6057	1589	823	876	1406	61%	-31%
380891	Insecticidas (exc. mercancías de subtítulo 3808.50)	1599	1619	419	1051	1251	19%	-6%
282890	Hipocloritos, cloritos e hipobromitos (exc. hipocloritos de calcio)	763	1297	879	566	1053	86%	8%
340540	Pastas, polvos y demás preparaciones para fregar, incl. papel, guata, fieltro, tela sin tejer	0	23	169	177	369	108%	---
380894	Desinfectantes (exc. mercancías de subtítulo 3808.50)	17	198	228	233	334	43%	111%

340119	Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras	26	82	216	73	330	352%	89%
--------	--	----	----	-----	----	-----	------	-----

Fuente: Trademap – Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU.

Las partidas con mayor crecimiento el 2020 respecto del 2019 fueron: Pastas, polvos y demás preparaciones para fregar (+108%), jabón (352%), hipocloritos (+86%), preparaciones tensoactivas (+61%). En cuanto a la tasa de crecimiento promedio de los últimos 5 años vemos que en su mayor parte son positivas y, se espera que a raíz de los cuidados necesarios mientras dure la pandemia, estas partidas se mantengan o crezcan dada la necesidad de una limpieza intensiva.

#### VI. Actividades de promoción

En Ecuador existe una feria especializada en limpieza ya sea doméstica e industrial; la cual se realiza con una frecuencia bianual, esperándose que su próxima edición sea en mayo 2022.

Nombre de la Feria	Sector	Página Web	Duración	Lugar
Expo Clean Ecuador	Equipamiento de limpieza	<a href="http://expocleanecuador2020.com/">http://expocleanecuador2020.com/</a>	29 – 30 mayo 2020	Quito

Fuente: Neventum / Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU.