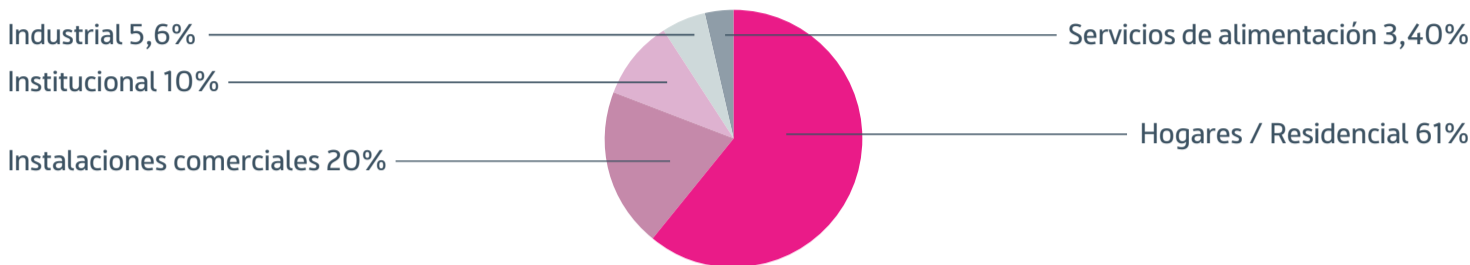


## CONTEXTO SECTORIAL

La fabricación de productos de limpieza se encuadra dentro de la industria química y de bienes de consumo.

En España, el mercado de productos de limpieza doméstica e industrial supera los 4000 millones de euros anuales, siendo un sector maduro, estable y de alta rotación. Aunque el segmento ecológico representa todavía entre el 5 % y el 8 % del total, su crecimiento es superior al del mercado convencional, impulsado por el cambio en los hábitos de consumo, la mayor sensibilidad hacia ingredientes químicos y la expansión de tiendas especializadas. La entrada de grandes marcas en líneas eco confirma la consolidación progresiva del segmento sostenible.

### DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS, NIVEL MUNDIAL, 2024 (%)



## DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Competencia de grandes marcas que lanzan líneas eco a precios competitivos.</li> <li>Greenwashing que genera desconfianza en las personas consumidoras.</li> <li>Subida del precio de materias primas ecológicas.</li> <li>Cambios de normativa en etiquetado o clasificación química.</li> <li>Competencia creciente en el segmento zero waste.</li> <li>Sensibilidad al precio en contextos de crisis económica.</li> <li>Dependencia energética en procesos de producción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento sostenido del consumo sostenible y zero waste.</li> <li>Aumento de la sensibilidad ambiental en la Comunitat Valenciana.</li> <li>Expansión de tiendas ecológicas urbanas.</li> <li>Empresas interesadas en mejorar su imagen.</li> <li>Programas de ayudas públicas para economía circular y transición ecológica.</li> <li>Incremento de normativas que limitan plásticos de un solo uso.</li> <li>Crecimiento del canal online y modelos de suscripción.</li> <li>Concienciación sobre químicos nocivos en el hogar.</li> <li>Potencial de desarrollo de línea profesional ecológica.</li> <li>Potencial de expansión hacia otras comunidades autónomas.</li> </ul>
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Producción local que reduce huella de carbono y mejora imagen.</li> <li>Diferenciación frente a productos convencionales.</li> <li>Margen bruto superior al de productos de gran consumo tradicionales.</li> <li>Flexibilidad para desarrollar nuevas fórmulas y formatos.</li> <li>Contratos recurrentes que estabilizan ingresos.</li> <li>Imagen de marca coherente con tendencias sostenibles.</li> <li>Menor dependencia de grandes distribuidores en fase inicial.</li> <li>Comunidad alrededor del consumo responsable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escasa notoriedad de marca frente a multinacionales.</li> <li>Dependencia de proveedores especializados de tensioactivos vegetales.</li> <li>Coste unitario más elevado en comparación con detergentes convencionales.</li> <li>Necesidad de cumplir normativa química y ambiental exigente.</li> <li>Complejidad técnica en formulación ecológica eficaz.</li> <li>Mayor esfuerzo comercial para educar a las personas consumidoras.</li> <li>Dificultad para acceder a grandes superficies.</li> </ul>

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### TAMAÑO DE MERCADO

El mercado español de productos de limpieza doméstica e industrial (fabricación de detergentes y jabones se sitúa en 4000 – 5000 M€ anuales.

El mercado de productos de limpieza ecológicos en la Comunitat Valenciana se estima entre 20 y 40 M€ anuales. El segmento específico de productos a granel o zero waste representa entre 2 y 8 M€, configurando un nicho en crecimiento con oportunidades reales para proyectos locales bien posicionados.

### CLIENTES

Comercios especializados (tiendas ecológicas), empresas comprometidas con la sostenibilidad, consumidores finales concienciados y clientes de marca blanca. La clientela se caracteriza por su sensibilidad hacia la sostenibilidad y la reducción de residuos, su interés por productos seguros con ingredientes transparentes y de origen responsable.

## ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

En 2026, en la Comunitat Valenciana se estima la existencia de entre 73 empresas dedicadas a la fabricación de detergentes y jabones. El sector combina grandes multinacionales con economías de escala, marcas blancas de supermercados, pequeñas empresas ecológicas especializadas y microfabricantes locales.

## ¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

### SERVICIOS BÁSICOS

- Productos ecológicos de limpieza doméstica a granel: Detergente líquido para ropa. Suavizante natural. Lavavajillas manual o máquina. Limpiador multiusos biodegradable. Limpiador de suelos natural. Limpiadores específicos por superficie. Desengrasante, blanqueante y abrillantador. Limpiacristales.
- Productos ecológicos de limpieza corporal a granel: Jabón líquido de manos. Gel corporal natural.
- Productos concentrados (detergentes concentrados, pastillas o tiras solubles, polvos, etc).
- Productos para uso profesional (línea industrial, hostelería, sanidad).

### SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Sistema de recarga y reutilización (estaciones refill o dispensadores para comercios).
- Packs de limpieza ecológica corporativa para empresas.
- Fabricación de marca blanca para tiendas ecológicas.
- Venta online y suscripción.
- Talleres sobre consumo responsable.
- Formación en limpieza sostenible para empresas.

## CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS TIPO

CNAE/SIC	2041 / 2841
IAE	352.1
Condición jurídica	Sociedad Limitada
Facturación	205.000 euros
Localización	Polígono industrial
Personal y estructura organizativa	1 persona emprendedora y 1 persona de operador de fábrica
Instalaciones	Local 100-150 m <sup>2</sup> con zona de preparación, almacén y oficina
Clientes	Tiendas ecológicas y zero waste, empresas y particulares
Herramientas promocionales	Página web, redes sociales (Instagram y TikTok), boca-oído, visitas comerciales, sellos ecológicos, ferias sostenibles, etc.
Valor de lo inmovilizado/Inversión	134.000 euros
Importe gastos anuales	196.990 euros
Resultado bruto (%)	3,9 %

## RECOMENDACIONES

Comienza con un catálogo reducido de productos. Es recomendable iniciar la actividad con 4-6 productos de alta rotación (detergente, lavavajillas, multiusos) para optimizar producción, controlar costes y validar la aceptación del mercado.

Comunica de forma clara la composición, origen de ingredientes y certificaciones ecológicas para evitar el greenwashing.

Prioriza contratos de suministro periódico con empresas, oficinas y restauración para estabilizar ingresos, y diversifica progresivamente hacia línea profesional ecológica (específica para hostelería, limpieza profesional...).

Implementa un sistema eficaz de recarga y fidelización mediante incentivos, descuentos por envase retornable o programas de suscripción.

Invierte en I+D para mejorar eficacia, concentración y biodegradabilidad de los productos, manteniendo ventaja competitiva frente a marcas tradicionales.

Desarrolla alianzas con redes zero waste y cooperativas de consumo.

Planifica el crecimiento de forma gradual y sostenible, ampliando capacidad productiva gradualmente para mejorar economías de escala y rentabilidad.

## ENLACES DE INTERÉS

[www.ecovalia.org](http://www.ecovalia.org) · [hogarecofriendly.com](http://hogarecofriendly.com) · [www.gminsights.com](http://www.gminsights.com) · [www.feique.org](http://www.feique.org) · [www.adelma.es](http://www.adelma.es)



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia

