COSMÉTICA

Hypochlorous acid spray (spray de ácido hipocloroso) en Amazon Estados Unidos

ANÁLISIS DE MERCADO · RG-BIB-COS-004 · EDICIÓN 01 · SEPTIEMBRE 2026

Ragis GROUP DIGITAL

Decisiones precisas que se sostienen

Hypochlorous acid spray (spray de ácido hipocloroso) en Amazon Estados Unidos

En Amazon Estados Unidos, el ácido hipocloroso se vende en sprays para la cara, para la piel y para limpiar superficies. Este documento lee la búsqueda *hypochlorous acid spray* (spray de ácido hipocloroso). **Es un documento informativo.** Los usos que describe son una base de estudio para una línea de productos, no una indicación para lanzar un producto.

LO ESENCIAL EN 30 SEGUNDOS

— El nicho sumó 6.637.029 búsquedas en 360 días, con más búsquedas de mayo a agosto.

— Ninguna de las 20 búsquedas del nicho menciona el entrenamiento.

— Lo que promete el spray puede cambiar sus reglas: cosmético, medicamento o pesticida.

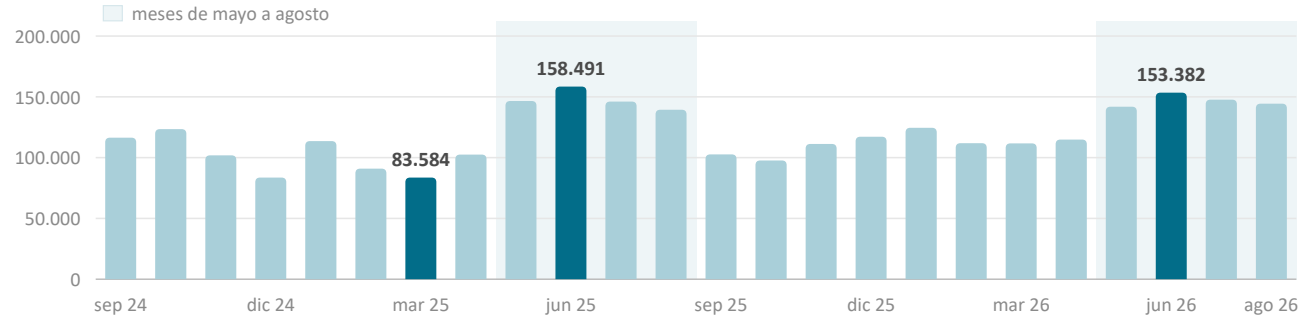
01 LA DEMANDA

CUÁNTO Y CUÁNDO SE BUSCA

Amazon agrupa las búsquedas parecidas en un nicho (*niche*). El nicho de *hypochlorous acid spray* sumó 6.637.029 búsquedas en 360 días. Según Amazon, en los últimos 180 días creció 34,69 % frente a los 180 anteriores. En 96 de 103 semanas, entre 7 y 10 de cada 100 búsquedas terminaron en compra.

En 2025 y 2026, las búsquedas subieron en mayo y siguieron altas hasta agosto. El crecimiento de 34,69 % compara un semestre con esos meses contra otro sin ellos. Una parte podría deberse a la temporada. Conviene comparar cada mes con el mismo mes del año anterior.

NICHO HYPOCHLOROUS ACID SPRAY · BÚSQUEDAS POR SEMANA, PROMEDIO DE CADA MES



Término de búsqueda	Búsquedas en 360 días	Terminan en compra
hypochlorous acid spray (spray de ácido hipocloroso)	4.151.211	7,44 %
hypochlorous acid (ácido hipocloroso)	872.737	3,87 %
hypochlorous acid spray for face (para la cara)	412.030	7,37 %
hydrochloric acid spray (ácido clorhídrico, otra sustancia)	290.487	7,44 %
acido hipocloroso (en español)	44.204	1,67 %
acido hipocloroso para axilas (en español)	13.662	1,52 %

Los compradores escriben tres usos: la cara, la piel y, en español, las axilas. Ninguna de las 20 búsquedas del nicho menciona el entrenamiento. Un spray corporal para después de entrenar sería un uso que hoy no aparece en esas búsquedas. Los datos no bastan para saber si es un espacio sin competencia directa o una necesidad sin demanda visible.

Las búsquedas en español sumaron 57.866 en 360 días y terminan en compra con menos frecuencia. Además, 290.487 búsquedas escriben *hydrochloric acid* (ácido clorhídrico), que es otra sustancia. Esto podría indicar que una parte de los compradores todavía no conoce bien el ingrediente.

Fuente directa de Amazon, Estados Unidos: nicho *hypochlorous acid spray*, 20 términos de búsqueda y serie semanal, datos al 5 de septiembre de 2026. Promedios mensuales de Ragis Group, sin la última semana, que está incompleta.

02 LA OFERTA

TRES TIPOS DE PRODUCTO EN UNA MISMA BÚSQUEDA

Los 25 productos con más clics reúnen el 96,41 % de los clics del nicho. Según la categoría que Amazon asigna a cada uno, se reparten en tres tipos.

19 de 25	5 de 25	1 de 25
DE CUIDADO DE LA PIEL, CON 76,22 % DE LOS CLICS	DE LIMPIEZA DEL HOGAR Y SUPERFICIES, CON 16,83 %	DE USO PROFESIONAL PARA HERIDAS, CON 3,36 %

El mismo ingrediente llega al comprador con propósitos distintos. Amazon también agrupa búsquedas de ácido hipocloroso para los ojos, el acné y el eccema. Cada propósito puede quedar bajo reglas distintas, como explica la sección 04. De los 25 productos, 12 salieron a la venta desde 2024 y 17 cuestan menos de US$ 20.

La góndola de las brumas faciales, en cifras estimadas

Muchos sprays faciales de ácido hipocloroso compiten en la subcategoría *Face Mists* (brumas faciales) de Amazon. También hay allí brumas hidratantes y fijadores de maquillaje sin este ingrediente. Por eso, sus cifras miden la góndola, no las ventas de ácido hipocloroso.

Los 50 productos más vendidos facturan unos US$ 13,8 millones por mes. Los 10 primeros promedian US$ 747.655 cada uno, y los lanzados en los últimos 6 meses, US$ 85.378. La facturación mensual pasó de unos US$ 3,5 millones en agosto de 2024 a unos US$ 11 millones en agosto de 2026. 8 de los 50 productos son de vendedores de Corea del Sur y ninguno de vendedores de América Latina. Conviene evaluar qué aportaría su línea frente a esa competencia.

Fuente directa de Amazon, Estados Unidos: 25 productos con más clics del nicho, sobre 30, últimos 360 días, agrupados por Ragis Group sin marcas · Cifras estimadas con herramienta profesional de lectura de datos de Amazon: 50 productos más vendidos de *Face Mists*, septiembre de 2026. Evolución de la facturación, lectura aproximada de sus gráficos.

03 LA EXPERIENCIA

LO QUE DICEN RESEÑAS Y DEVOLUCIONES

Amazon resume en temas las reseñas escritas de los últimos seis meses. En las positivas, *Quality-Overall* (calidad en general) reúne el 12,06 % de las menciones, y *Smell* (olor), el 9,19 %. El olor también encabeza las críticas, con el 22,38 %. Los compradores lo describen como olor a blanqueador (*bleach*), a cloro o a piscina. Según Amazon, es el tema negativo que más baja la valoración en estrellas.

La irritación aparece en las dos listas. Unos compradores escriben que no les irrita la piel y otros, que les causó irritación o sarpullido. Son opiniones, no una medición del efecto de un producto. El uso después del entrenamiento no aparece como tema.

La tasa de devoluciones del nicho es de 0,48 %, cerca de 5 unidades cada 1.000 vendidas. Cada motivo se calcula sobre el total de devoluciones de seis meses.

Motivo de devolución	Menciones	Qué describe
Leak-Proof (envase hermético)	18,65 %	El envase pierde líquido.
Smell (olor)	18,03 %	El olor no gustó.
Functionality-Overall (funcionamiento)	9,70 %	No funcionó como se esperaba.
Size-Overall (tamaño)	9,64 %	Tamaño distinto del esperado.

Siguen *Advertised Vs Actual Product* (anunciado frente a recibido), con 8,76 %, y *Value For Money* (precio-calidad), con 7,22 %. Fuente directa de Amazon, Estados Unidos, reseñas y devoluciones de los últimos seis meses.

En un spray, el envase es parte del producto. Las pérdidas encabezan las devoluciones y las reseñas mencionan rociadores que dejan de funcionar. Conviene probar el envase en condiciones de transporte y anticipar qué olor puede esperar el comprador.

04 LAS REGLAS

LO QUE EL PRODUCTO PROMETE CAMBIA SUS REGLAS

Para la FDA (Food and Drug Administration, Agencia de Alimentos y Medicamentos), un producto es cosmético o medicamento según su uso previsto. Ese uso surge de lo que el producto afirma en la etiqueta, la publicidad e internet. Un spray para limpiar la piel entra en la definición de cosmético. Si promete tratar o prevenir una enfermedad, entra en la de medicamento. La FDA cita como ejemplos de medicamento, o de las dos cosas, los limpiadores antibacterianos y los que tratan el acné.

Amazon suma otra regla. Según su política, un producto que afirma ser antimicrobiano o antibacteriano, o que se vende para desinfectar, puede considerarse un pesticida según las reglas de la EPA (Environmental Protection Agency, Agencia de Protección Ambiental). Esa declaración puede estar en el texto o en una imagen. La EPA tiene registrados desinfectantes con ácido hipocloroso.

Salvo exenciones, un pesticida necesita registro de la EPA, autorización de Amazon y un curso de formación. Amazon solo permite publicarlos a personas residentes en Estados Unidos. Los medicamentos de uso humano regulados por la FDA quedan fuera de ese registro.

Para un spray corporal después del entrenamiento, la primera decisión es qué va a prometer. Limpiar la piel describe un uso cosmético. Eliminar bacterias podría llevarlo a otras reglas. Conviene definir cada frase del envase, las imágenes y el listado antes de fabricar.

Fuentes: FDA, «Is It a Cosmetic, a Drug, or Both? (Or Is It Soap?)», vigente al 11 de septiembre de 2024 · EPA, «What Are Antimicrobial Pesticides?», 29 de enero de 2026, y etiquetas registradas · Amazon Seller Central, «Productos de control de plagas y pesticidas» (ref. G202115120). Consultadas el 13 de septiembre de 2026. Ver también RG-BIB-COS-003.

Por qué Ragis Group

Somos una Compañía de Inteligencia Comercial. Administramos el negocio digital de fabricantes de suplementación, alimentación y cosmética en los Estados Unidos.

12642 Grey Eagle Ct, Suite 41, Germantown, MD 20874, Estados Unidos · Mendoza, Argentina · contact@ragisgroup.com · ragisgroup.com · +54 (9261) 212-7355 · +1 (305) 946-1496 · +1 (240) 306-6684