

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior**OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN COLOMBIA****FICHA MERCADO INTEGRADO
Desinfectantes****1. Nomenclatura arancelaria***3808941900***2. Denominación o nombre comercial en el país de destino**

Los demás desinfectantes presentados en formas o envases para la venta al por menor o en artículos.

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

Gravamen general	0%
Régimen	Libre Importación
Registro sanitario y visto bueno	Registro Invima para productos de uso doméstico.
Autorización sanitaria de importación de muestra sin valor comercial para productos terminados de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos	<p>Requiere la obtención ante Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, de la autorización sanitaria de importación de muestras sin valor comercial para productos terminados de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos, que no cuenten con Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria.</p> <p>Se entenderán por muestras sin valor comercial los productos terminados de higiene doméstica, los absorbentes de higiene personal, cosméticos, alimentos y bebidas alcohólicas, cuyo empleo o propósito como muestra implique su destrucción por degustación, ensayos físico químicos, análisis microbiológicos o estudios técnicos y de mercado, siempre que se presenten en condiciones y cantidad, peso, volumen u otras formas que demuestren inequívocamente su condición de muestras sin valor</p>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

	<p>comercial, que no serán utilizadas para fines comerciales y que tales productos no cuenten con Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria, según sea el caso.</p> <p>Las muestras sin valor comercial de los productos deberán contener en su rótulo, empaque o etiqueta, la leyenda: “muestra sin valor comercial, prohibida su venta”.</p>
Descripción mínima	<p>Producto: Ejemplo: carbón activado, grafito artificial, desinfectante, insecticida, etc.</p> <p>Composición: Ejemplo: bromoclorometano, solvente, aditivos, etc.</p> <p>Aspecto físico: Ejemplo: polvo, líquido, gel, etc.</p> <p>Tipo de empaque: Ejemplo: envases metálicos, bolsas, cajas, etc., indicando su contenido en peso o volumen.</p> <p>Uso: Ejemplo: Como anticorrosivo, para la industria textil, agrícola, doméstico, en laboratorios, etc.</p> <p>Marca: Si tiene.</p> <p>Referencia: Si tiene.</p>

Elaborado por Promperú Colombia - Con base en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)

4. Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)

En 2018, el negocio relacionado a la venta y comercialización de productos de limpieza en Colombia, alcanzó USD3.000 millones. De igual forma fue un sector en donde el dinamismo de los productos fue mucho mayor que en otros sectores de la economía. Según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el sector de cosmética y de aseo han estado en crecimiento en los últimos 8 años con cifras de crecimiento de hasta 2 dígitos.

En cuanto a productos relacionados al aseo del hogar se ha presentado una tendencia creciente en los últimos años sobre el 5% y en productos absorbentes, un 4%. El dinamismo en este sector, que ha crecido en los últimos años, se ha dado principalmente porque hay una gran competitividad que aviva la necesidad de innovar y generar productos que sean atractivos al cliente por su función y por su precio. A esto se le conoce como compra inteligente. El consumidor busca un buen producto a un precio razonable.

Esto de la mano del crecimiento en otras áreas del sector, mostró que los colombianos han estado mucho más inclinados han tenido muchas querer adquirir productos de limpieza del hogar.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Las condiciones que ha impuesto el COVID-19 en materia de cuidado personal y de aseo han sido bastante exigentes por el miedo que tienen las personas a infectarse con esto. Es por eso que el consumidor ha optado por empezar a adquirir muchos más productos que se relacionan a tener un cuidado y un aseo del hogar y personal, para evitar que el virus.

La venta de estos productos en los últimos meses se ha incrementado. En la última semana de febrero del 2020, previos al confinamiento nacional, crecieron en un 31% en la categoría de limpiadores y detergentes líquidos. En cuanto a los jabones de mano hubo un crecimiento del 44% y en paños húmedos desinfectantes, un 35%.

Estas estadísticas demuestran que este sector por ser dirigido al cuidado del hogar, ha tenido un crecimiento por miedo de los consumidores a estar en contacto con el virus, es por eso que hoy deciden estar mucho más aseados y contar con productos de limpieza necesarios para desinfectar sus hogares. En las primeras semanas de confinamiento nacional, los productos de esta categoría, presentaron desabastecimiento en los mercados, tiendas y grandes superficies

En Colombia, los nuevos hábitos de la sociedad representan una gran oportunidad para las empresas de la industria de cuidado del hogar, puesto que cada vez más el consumidor está dispuesto a invertir en estos productos que garanticen la desinfección.

5. Estacionalidad de la producción local

Estos productos no cuentan con una estacionalidad o temporadas de producción específica ya que en su mayoría no tienen componentes específicos que dependen de una producción de temporada. Sin embargo, con la situación actual del COVID-19, la producción y venta desinfectantes ha sido mucho mayor al año anterior, debido al aumento en la demanda por parte del consumidor para poder adquirir estos productos.

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

Para el 2019, las importaciones por parte de Colombia para productos de limpieza correspondientes a la partida arancelaria 38.08.94.19.00, se dieron en su mayoría a través del puerto de entrada de Cartagena, seguido por Buenaventura y Bogotá.

El 86,99% de las importaciones se hicieron por vía marítima, seguido por la vía terrestre con un 7,27% y por vía aérea, con una participación del 5,73%.

Puntos de ingreso	Valor CIF US\$
Cartagena (Aduanas)	\$6.733.751,68
Buenaventura	\$6.239.241,52
Bogotá (Aduanas)	\$2.036.780,38
Barranquilla (Aduanas)	\$5.77.819,78
Medellín (Aduanas)	\$106.719,16
Cali (Aduanas)	\$39.411,86

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Puntos de ingreso	Valor CIF US\$
Ipiales	\$11.546,55
Turbo (Urabá)	\$415,60
Total general	\$15.745.686,53

Fuente: PROMPERÚ en Colombia

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena).

Los productos de limpieza son un bien de consumo que es muy común encontrar en las casas o almacenes. Es por eso que el principal canal de comercialización son tiendas o supermercados. Las grandes superficies, supermercados y Hard Discounts es en donde más variedad de productos se pueden encontrar, ya que vienen en diferentes presentaciones, olores, utilidades, etc. Por otro lado, en las tiendas tradicionales o las tiendas de barrio, también se suelen encontrar productos de limpieza, pero no en gran variedad, ya que el concepto de estas tiendas va dirigido a una compra más detallada y menor. En este tipo de tiendas por lo general se comercializan productos en presentaciones pequeñas.

En el mercado también existen tiendas especializadas de productos de limpieza, en donde el consumidor tiene la oportunidad de recibir un asesoramiento mucho más personalizado y detallado acerca de los productos que se tienen y sus beneficios. Cabe aclarar que estas tiendas no son tan comunes ya que pretende atender un mercado mucho más exclusivo.

De acuerdo con información suministrada por empresas del sector, los principales canales de distribución de productos de limpieza en Colombia son:

- Cadena de supermercados.
- Tiendas tradicionales o de Barrio
- Grandes superficies.
- Hard Discounts.
- Hiperbodegas

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

1. Estándares de calidad y distribución óptimos.
2. Capacidad de distribución mínima para asegurar el stock en las tiendas.
3. Documentación del producto.
4. Precios competitivos.
5. Productos con variedad de beneficios.
6. Variedad de productos en portafolio.
7. Variedad en colores para el ambiente del hogar.
8. Variedad en presentación de productos.
9. Envases prácticos y atractivos para el consumidor.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

10. Envases multiusos o reciclables.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado

En Colombia, la oferta peruana está centralizada en la empresa Intradevco Industrial. Durante los últimos tres años solo se han identificado los productos de esta empresa en el mercado. Para el 2019, las importaciones de estos productos desde Perú ascendieron a USD21.000.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

FERIA DEL HOGAR

La feria del hogar es uno de los eventos principales de la ciudad en donde una gran variedad de expositores, exigen sus diseños, productos, elementos, etc, que se acomodan a las preferencias de las familias de los hogares colombianos. Ya han pasado cerca de 35 ediciones de la feria del hogar. Además de presentar diseños de hogares, sofás, cocinas, comedores, baños, etc; la feria también cumple el propósito de mostrar los mejores productos para el cuidado del hogar; y entre ellos se encuentran los productos de aseo y limpieza.

Teniendo en cuenta la contingencia sanitaria mundial, la feria del hogar planea realizar su próxima edición de manera virtual para que los vendedores y compradores sigan teniendo la oportunidad de vivir esta experiencia, pero de manera virtual.

AGENDAS DE NEGOCIOS

Realización de agendas personalizadas de acuerdo con el perfil del comprador que se ajuste al modelo de negocio de la empresa.






PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Kg, L, ML)	Precio USD/UNIDAD	Presentación	Foto
Jumbo	232 ml	2,97 USD	Aerosol Clorox Desinfectante	
	1800 ml + 900 ml	2,42 USD	Desinfectante Mr.Musculo Glade Paraiso Azul	
	2000 ml	1,19 USD	Blanqueador Desinfectante	







PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

	5000 ml	2,17 USD	Limpiador Máxima Desinfectante Lavanda	
Éxito	400 ml	3,09 USD	Desinfectante de superficies en aerosol	
	600 ml	3,63 USD	Desinfectante Baño+repuesto- Blancox	
	1800 ml	1,55 USD	Desinfectante Clorox Original sin ref.	
	3785 ml	6,94 USD	Desinfectante para pisos lavanda Lysol	



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Carulla	400 ml	2,12 USD	Desinfectante superficies en aerosol	
	500 ml	3,46 usd	Desinfectante multiusos ELECTROLYSIS	
	4 L	2,27 USD	Blanqueador Desinfectante	
	500 ml	2,72 USD	Limpiador Desinfectante Lavanda-Carulla	







PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Punto de venta	Unidad (Kg, L, ML)	Precio USD/UNIDAD	Presentación	Foto
Justo y Bueno (Hard-Discount)	2000 ml	0,54 USD	Blanqueador desinfectante	
	500 ml	0,81 USD	Desinfectante Ecologico SPRAY	
	1000 ml	1,10 USD	Desinfectante en Gel Cloro Denso	
	500 ml	1,14 USD	BioVarsol	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

	500 ml	0,68 USD	Desinfectante Hongos	
	5000 ml	3,14 USD	Limpiador Desinfectante Pisos Kleine	
	400 ml C/U	7,02 USD	Desinfectante Aerosol Hogar Sano 2 unidades	
	3785 ml	15,70 USD	Desinfectante Bactericida con Acido Hipocloroso	




PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

HomeCenter	1900 ml	6,75 USD	Limpiador Desinfectante pisos Hogar sano	
------------	---------	----------	--	---