

**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****Jabón Líquido****1. Nomenclatura arancelaria**

3401110000

3401200000

3401300000

**2. Denominación o nombre comercial en el país de destino****3401110000:** De tocador (incluso los medicinales).**3401200000:** Jabón en otras formas.**3401300000:** Productos y preparaciones orgánicos tenso activos para el lavado de piel, líquidos de manos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón.**3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)**

La información que a continuación se presenta aplica para los tres productos incluidos en este documento.

Gravamen general	0% A partir del 17/09/2020 el gravamen general será del 15%.
Régimen	Libre importación
Registro sanitario y visto bueno	Registro Invima
Autorización sanitaria de importación de muestra sin valor comercial para productos terminados de higiene	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



<p>doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos</p>	<p>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 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>
<p>Descripción mínima</p>	<p>Producto: Ejemplo: jabón, preparación de limpieza, preparación para el desenroscado de tuercas, desengrasante, betún, cirios, pasta para modelar, etc.  Aspecto físico: Ejemplo: polvo, barra, crema, pasta, líquido, etc.  Tipo de empaque: Ejemplo: sacos, cajas, bolsas, etc., indicando su contenido en peso o volumen.  Uso: Ejemplo: preparación para el lavado, desenroscado de tuercas, abrillantador de calzado, para tomar impresiones dentales, etc.  Marca: Si tiene.  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)

El jabón líquido en Colombia ha presentado una tendencia creciente en su consumo desde el 2016, generando una mayor oferta de productos con diferentes beneficios, aromas, olores y colores. Esto también ha ido de la mano con las exigencias del consumidor frente a los usos y beneficios que puede presentar este tipo de productos.

El boom de los jabones líquidos y en barra fue la nueva gama de tendencias de productos que traían olores exóticos, aromáticos, vegetales, frutales, mentolados, dulces, mezclados



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

entre ellos y esto también con productos que cuidaban verdaderamente la piel que mostraban resultados positivos para mantener la piel suave y libre de bacterias.

La llegada del COVID-19 a Colombia generó un mayor aumento en las ventas de este tipo de productos. En los meses de marzo a junio la venta de jabones de mano presentó un crecimiento del 44%.

De acuerdo con Euromonitor International, se estima que las ventas en el mundo de jabones líquidos tendrán un crecimiento de 11,1% en 2020, y en Colombia, las perspectivas de crecimiento en ventas calculan un crecimiento anual superior al 7% durante los próximos cinco años (2020 - 2024), alcanzando una cifra de más de USD 34 millones.

Estas estadísticas demuestran que este sector por ser dirigido al cuidado personal 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 prácticos como lo son los jabones líquidos. En las primeras semanas de confinamiento nacional, los productos de esta categoría, presentaron desabastecimiento en los mercados, tiendas y grandes superficies

Las prácticas de higiene y desinfección, mientras no se desarrolle una vacuna para el COVID-19 serán las mejores acciones que las personas puedan tomar para evitar el contagio, frente a esto los nuevos hábitos de la sociedad representan una gran oportunidad para las empresas de la industria de cuidado personal.

A marzo del 2020, como se puede observar en la gráfica a continuación vienen creciendo y se espera que esta tendencia continúe en todos los productos de cuidado personal.



La venta de estos productos se da a través de diferentes canales de distribución, sin embargo, los consumidores prefieren adquirirlos en los canales tradicionales o puntos de venta directa. Esto porque en estos lugares se pueden encontrar mayor variedad de productos de esta categoría y les da también la oportunidad de escoger entre diferentes precios de productos.

**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

De todas maneras, se ha visto cómo el comportamiento del consumidor ha cambiado con la introducción de nuevos formatos de mercado como los Hard Discounts en donde se pueden adquirir buenos productos de limpieza a un precio mucho menor. La tendencia del mercado colombiano ha ido cambiando con la introducción de estos formatos porque han permitido redireccionar las preferencias de los consumidores a productos que no son reconocidos en el mercado actual, pero sí que satisfacen al cliente con precios bajos y con productos excelentes.

Igualmente, el consumidor colombiano está buscando productos con ingredientes naturales y está dispuesto a pagar más por un jabón líquido que además de venir en una presentación agradable y práctica, tenga beneficios de cuidado de piel, limpieza profunda y deje una sensación agradable en las manos.

## 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, cabe resaltar que en lo que lleva del año 2020, los consumidores han intensificado las compras de productos de aseo y limpieza, producto de la contingencia sanitaria mundial, COVID-19.

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

Para el 2019, las importaciones por parte de Colombia para jabones líquidos clasificados en las posiciones arancelarias 3401110000, 3401200000 y 3401300000, se realizaron en su mayoría a través del puerto de entrada de Cartagena, seguido por Bogotá y Buenaventura.

Punto de ingreso	Unidades	Cantidad	valor cif US 2019	Participación
Cartagena	Kg	5.147.185	10.861.087	38,92%
Bogotá	Kg	1.767.876	7.829.945	28,05%
Buenaventura	Kg	3.370.634	7.038.083	25,22%
Barranquilla	Kg	519.563	986.745	3,54%
Medellín	Kg	91.715	610.621	2,19%
Cali	Kg	185.348	251.190	0,90%
Ipiales	Kg	61.563	140.165	0,50%
Puerto Asís	Kg	17.207	136.393	0,49%
Turbo/ Urabá	Kg	85.132	37.723	0,14%
Santa Marta	Kg	15.283	17.745	0,06%

Fuente: PROMPERÚ en Colombia

**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

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

El jabón líquido es un bien de consumo que es muy común encontrar en las casas, oficina, hoteles, restaurantes y almacenes. Es por eso que el principal canal de comercialización son tiendas o supermercados que ofrezcan productos para el cuidado personal.

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 belleza o cuidado personal, 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 son más exclusivas y es donde principalmente se encuentran jabones líquidos con mayor variedad y beneficios para la piel.

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
- Droguerías
- 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 presentación de productos.
8. Envases prácticos y atractivos para el consumidor.
9. Envases multiusos o reciclables.

## **9. Presencia de la oferta peruana en el mercado**

Las empresas peruanas que venden este tipo de productos en Colombia son: Consorcio Industrial Arequipa, cuenta con una participación del 70,26% del mercado. Le siguen Unique con el 24,6%, Intradevco Industrial con el 5% y Grupo Cala.

**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

<b>Exportador Peruano</b>	<b>Unidades</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Cif US</b>	<b>Participación</b>
Consortio Industrial de Arequipa	KG	326.124	717.617	70,26%
Unique S.A	KG	27.165	250.631	24,61%
Intradevco Industrial	KG	63.295	51.393	5,00
Grupo Cala S.A Peru	KG	17	1387	0,14%

## **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	300 ml	2,38 USD	Jabón Líquido Bacterion	
	250 ml	1,41 USD	Jabón Protex Corporal	
	390 ml	1,94 USD	Jabón Palmolive aroma Pitaya	





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
Éxito	2000 ml	2,86 USD	Jabón líquido aroma Manzana Verde	
	500 ml	1,38 USD	Jabón líquido para manos aroma Granada	
	500 ml	4,49 USD	Jabón Antibacterial de Brisa Marina para manos y cuerpo	
	300g	6,23 USD	Jabón líquido facial y corporal, Aroma caléndula y manzanilla	
	800 ml	3,18 USD	Jabón líquido Frutos Rojos	





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	500 ml	3,18 USD	Jabón líquido Antibacterial de durazno para manos y cuerpo	
	650 ml	6,60 USD	Jabón líquido Antibacterial Shea Butter	
	1000 ml	2,59 USD	Jabón líquido Antibacterial para manos, aroma a Avena.	
	500 ml	0,67 USD	Jabón líquido antibacterial	
	1000 ml	1,13 USD	Repuesto Jabón líquido antibacterial	



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

Justo y Bueno (Hard-Discount)	300 ml	0,81 USD	Gel antibacterial para baño	
	500 ml	1,37 USD	Gel antibacterial para baño	
	750 ml	1,36 USD	Gel de Baño Aroma Avena	
HomeCenter	2000 ml	4,30 USD	Jabón líquido miel vainilla	
	580ml	2,26 USD	Jabón líquido Frutos rojos	
	1000 ml	2,48 USD	Jabón líquido Green Coctail	




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

				
	1900 ml	2,48 USD	Jabón líquido frutos silvestres	
Bath and Body	259 ML	7,50 USD	Sweet Cinamon-Pumkin	
	259 ml	7,50 USD	Crisp morning air	
	259 ml	8,50 USD	Sweet Tea & Sage	



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

	259 ml	7,50 USD	Whipped Espresso	
--	--------	----------	------------------	--