

**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****Lejía**

- 1. Nomenclatura arancelaria**
28.28.90.11.00
- 2. Denominación o nombre comercial en el país de destino**
Los demás hipocloritos de Sodio
- 3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)**

Gravamen general	0% A partir del 23/09/200 será del 5% según el Decreto 2153 del 2016.
Régimen	Libre Importación
Registro sanitario y visto bueno	Registro Invima para productos utilizados como materia prima destinada a la industria de cosméticos, aseo, higiene y limpieza de uso doméstico y plaguicidas de uso doméstico.
Descripción mínima	Producto: Ejemplo: tetra borato de sodio, ácido clorhídrico, ácido hipofosfórico, óxido de hierro, etc. Nombre comercial: Si aplica. Ejemplo: bórax, ácido muriático, etc. No. CAS (número de registro del Chemical Abstracts Service): Calidad: Ejemplo: técnico, alimenticio, USP, BP, NF, etc. Aspecto físico: Ejemplo: polvo, líquido, micronizado, etc. Concentración: Cuando sea inferior al 100%, relacionar los componentes y su porcentaje. Tipo de empaque: Ejemplo: tambores, bombonas, botellas, frascos, etc., indicando su contenido en peso o volumen. Uso: Ejemplo: materia prima para desinfectantes. Marca: Si tiene.

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 hipoclorito de sodio, también conocido como cloro, decol, blanqueador o lejía, ha ganado un lugar muy importante en los hogares de los colombianos, pese a su fuerte olor y a que su uso descuidado puede terminar manchando en lugar de blanquear.

Por sus propiedades desinfectantes, el blanqueador se convirtió en el 2020 el principal producto de compra de aseo doméstico. Como resultado, la demanda por este producto está disparada. Cifras de la consultora Raddar indican que en abril las compras de blanqueadores y detergentes subieron 56,2% frente a un año atrás, y 24% en lo corrido de 2020, en donde Cúcuta, Montería y Bogotá fueron las ciudades en donde más creció la compra de este producto.



Las tres mayores marcas del mercado son Blancox, producido por Brinsa, con una participación de 22,4%; le sigue Clorox con 12,3% y Yes, de JGB, con 9,4%, según Euromonitor.

Las compras impulsivas de abastecimiento que se dieron a mediados de marzo impulsaron el aumento en la categoría de aseo del hogar en un 11%, en donde los cinco productos líderes fueron: toallas de cocina, servilletas, jabón en barra, detergentes y blanqueadores.

En Nielsen explican que los productos de aseo para el hogar crecieron bastante durante la precuarentena en volumen, más no en valor, pues la mayoría de estas compras se hicieron en hipermercados, con la expectativa de comprar los tamaños más grandes para almacenarlos.

Las presentaciones más vendidas fueron las de 1,5 litros, que, si bien implican desembolsos más altos, tienen un precio más bajo por litro y eso disminuyó el valor total de la categoría.

A diferencia de otros productos, en blanqueadores los consumidores suelen no ser fieles a las marcas, dado que no hay un gran diferencial entre los competidores. Eso les ha abierto un gran espacio a las marcas propias, en especial de las cadenas de Hard-Discount.

En épocas post-coronavirus, la gente seguirá cuidándose con productos desinfectantes para ropa, manos y cuerpo, pisos y elementos que puedan mantener o tener el virus por unos días. Además de eso, los consumidores también están muy interesados en adquirir desinfectantes comestibles para poder desinfectar lo que son frutas y verduras ya que ahí también es un lugar posible en donde se puede encontrar el virus o en sí, cualquier bacteria.

Esto representa una gran oportunidad para fabricantes de este tipo de productos ya que las grandes marcas que comercializan lejías y desinfectantes aseguran que Colombia es un mercado bastante amplio y que hay nuevos proveedores entrando cada día, con nuevas propuestas de productos desinfectantes y que además de sus propiedades desinfectantes, sean asequibles y en diferentes presentaciones.

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 productos de limpieza correspondientes a la partida arancelaria 2828901100 se dieron en su mayoría a través del puerto de entrada de Bogotá, seguido por Cali y Cartagena.

**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 de Aduana	Valor CIF USD
Bogotá	\$13.225
Cali	\$10.352
Cartagena	\$1.559
Buenaventura	\$1.310
Medellín	\$564
Total general	\$27.010

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.

Sin embargo, teniendo la coyuntura actual, los consumidores han optado por empezar a adquirir estos productos en superficies en donde se comercialicen en presentaciones grandes. Ejemplo de esto son cadenas como PriceSmart, Makro, Alkosto e Hiperbodegas.

El consumo de estos productos ahora es mucho más elevado que antes y los consumidores prefieren ahora abastecerse para 1-2 meses y así evitar quedarse sin producto.

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.



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

- Hiperbodegas
- Distribuidores de químicos

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. Presencia de la oferta peruana en el mercado

Actualmente, no se identifica empresas peruanas que comercialicen estos productos en Colombia.

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	1000 ml	1,49 USD	Desinfectante JBO Home care Bicloro lavanda	
	828 ml	0,93 USD	Desinfectante Pinesol	
	4000 ml	1,36 USD	Blanqueador Maxima desinfectante sin aroma	
	450 ml	2,08 USD	Desinfectante Clorox baño Doypack	




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	1800 ml	1,53 USD	Desinfectante original Clorox sin olor	
	1800 ml	1,68 USD	Desinfectante Clorox Magia floral	
	2L	2,39 USD	Desinfectante- Blanqueador Montserrat, Hiperclorito	
	20 L	33,26 USD	Desinfectante- Desengrasante, Multiusos	



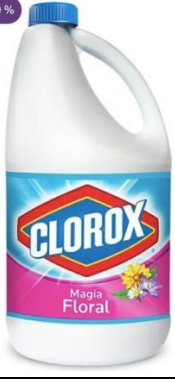


PERÚ

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
Carulla	1800ml	1,42 USD	Desinfectante pureza cítrica clorox	
	4L	2,25 USD	Blanqueador- Desinfectante Dersa	
	1800 ml	1,51 USD	Desinfectante Magia Floral	
	500 ml	2,16 USD	Desinfectante Bactericida Acido hipocloroso aromático	



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	0,53 USD	Blanqueador	
	1000 ml	1,08 USD	Desinfectante en Gel Cloro Denso	
	960 ml	0,53 USD	Limpiador Bicarbonato	
	500 ml	0,60 USD	Varsol Nettuno	



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
Pricesmart (Cash&Carry)	3,7 L	5,07 USD	Members selection Blanqueador 3,7 L / 1 Galón	
	2 L	6,04 USD	Easy OFF Quitagrasa	
	2L	9,53 USD	Ajax Bicarbonato Desinfectante Naranja 4 unidades	
	3785 ml	14,74 USD	Clorox Removedor	