

**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****Productos de limpieza****1. Nomenclatura arancelaria**

34.02.20.00.00

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Preparaciones acondicionadas para la venta al por menor.

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

Gravamen general	0% a partir del 23/09/200 será del 15% 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.
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	Para la importación de materias primas que requieren de registro sanitario para la fabricación de los productos de que trata el Decreto 4725 de 2005, el interesado deberá presentar ante Ministerio de Comercio, Industria y Turismo fotocopia del registro sanitario y del certificado analítico de la materia prima, la cual estará sujeta a control y vigilancia por parte de la autoridad sanitaria competente.
Descripción mínima	Producto: Ejemplo: jabón, preparación de limpieza, preparación para el desenroscado de tuercas, desengrasante, betún, cirios, pasta para modelar, etc. Composición (partidas 34.02 y 34.03): Ejemplo: ácido graso, hidróxido de potasio, glicerina, aditivos, 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.

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

**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

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.

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 personal o 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 y a ellos mismo. 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 limpieza para el hogar.



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



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.

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.

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 34.02.20.00, se dieron en su mayoría a través del puerto de entrada de Buenaventura, seguido por Cartagena e Ipiales.



Aduana de Ingreso	Importaciones 2019 (USD)
Buenaventura	\$8.981.278,55
Cartagena (Aduanas)	\$4.778.683,75
Ipiales	\$4.538.705,28
Barranquilla (Aduanas)	\$4.438.946,15
Bogotá (Aduanas)	\$1.578.319,45
Medellín (Aduanas)	\$1.153.142,36
Santa Marta	\$221.827,09
Cali (Aduanas)	\$111.664,01
Total General	\$25.812.566,64

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.

**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

- 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.
10. Envases multiusos o reciclables.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado

Las empresas peruanas que venden hoy en Colombia son: Intradevco Industrial, cuenta con una participación del 100% y se especializa en la fabricación de productos de limpieza para el hogar. La segunda empresa con más participación en el mercado colombiano es Alicorp. S.A.A. Cuenta con una participación del 7,26%. Por último, se encuentra BSH Electrodomésticos S.A.C Perú con una participación del 0,01%.

Exportador	Unidades	Cantidad	Valor CIF USD	Participación
Intradevco Industrial S.A	KG	190.568	133.766,75	92,74%
Alicorp S.A.A	KG	450	10.464,91	7,27%
BSH Electrodomésticos	KG	0	10,28	0,01%

Fuente: PROMPERÚ en Colombia con base en información de la DIAN

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.



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

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	1000ml	0,89 USD	Lavaplatos Máxima Limón	
	1000ml	1,86 USD	Top Terra hogar ecodrops liquido doypack X.	
	500 ML	2,31USD	Limpiador Eterna Antibacterial Multisuperficies	
	5L	5,12	Limpia Pisos fabuloso, Antibacterial Lavanda	






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	3L	5,19U USD	Limpia Pisos Ajax Bicarbonato Naranja Limón	
	38000 ml	3,07 USD	Blanqueador pureza cítrica	
	1000 ml	0,71 USD	Lava Loza Limón	






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	2000 ml	1,88 USD	Limpia pisos Lavanda pague 1500, lleve 2000ml	
	500 ml	4,80 USD	Desinfectante Anti-Hongos y bacterias Pistola	
	450 gramos	1,12 USD	Lava loza AXION en crema	






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)	1000 ml	1,09 USD	Desinfectante en Gel Cloro	
	500 ml	0,67 USD	Desinfectante Anti-Hongos	
	500 ml	0,46 USD	Lavaplatos Liquido	
	500 gramos	0,44 USD	Lavaplatos Crema Limón	