

INTELIGENCIA DE MERCADOS

**COMPONENTE: ESTUDIOS DE MERCADO SECTORIALES, EN LÍNEA CON LA
POLÍTICA PÚBLICA DE DESARROLLO ECONÓMICO DE MEDELLÍN**

**ESTUDIO DE MERCADO:
FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES**

MEDELLÍN – ANTIOQUIA

2.019

ALCALDÍA DE MEDELLÍN

Federico Andrés Gutiérrez Zuluaga
Alcalde de Medellín

Paula Andrea Zapata Galeano
Secretaria de Desarrollo Económico

Verónica Montoya Márquez
Subsecretaria de Creación y Fortalecimiento Empresarial

Sandra Inés Monsalve Muñoz
Líder de Programa Unidad de Ciencia Tecnología e Innovación

Wilder Isaac Mier Corpas
Profesional Universitario

Natalia Andrea Agudelo Arias
Apoyo Técnico

CREAME INCUBADORA DE EMPRESAS

María Lilliana Gallego Yepes
Directora Ejecutiva

Elisa Bustamante Sánchez
Directora Aceleración Empresarial

Catalina Sáenz Campillo
Coordinadora Técnica Transversal

Vanessa Calle Betancur
Gestora de Market Construction

William Germán Zapata Sánchez
Autor

CONTENIDO

A. PANORAMA GENERAL DE FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES	4
Historia del jabón	4
Proceso de producción industrial de jabón	5
Tipos de jabones.....	8
B. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES.....	9
Partidas arancelarias correspondientes al código CIIU 2023 en el código arancelario es la partida 34	12
C. UNA APROXIMACIÓN AL TAMAÑO DEL MERCADO NACIONAL PARA JABONES Y DETERGENTES.....	12
Principales canales de distribución en Colombia, jabones y detergentes	13
D. COMERCIO INTERNACIONAL DE JABONES Y DETERGENTES	14
Exportaciones Mundiales	14
Importaciones Mundiales.....	19
E. ESTRUCTURA COLOMBIANA DE LA INDUSTRIA DE JABONES Y DETERGENTES	24
Exportaciones colombianas de jabones y detergentes	26
Importaciones colombianas de jabones y detergentes	28
E. ESTRUCTURA EMPRESARIAL DE MEDELLÍN Y EL VALLE DE ABURRÁ PARA EL RUBRO DE JABONES Y DETERGENTES	30
PRINCIPALES EMPRESAS DE ANTIOQUIA PRODUCTORAS DE JABONES Y DETERGENTES – 2.018.....	30
Exportaciones de Antioquia de jabones y detergentes	31
Importaciones de Antioquia de jabones y detergentes	33
H. PRINCIPALES FERIAS RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA DE JABONES Y DETERGENTES.....	34
INTERNACIONALES	34
I. NORMATIVIDAD DE INTERÉS PARA LA FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES.....	35
J. MATRIZ FODA PARA LA INDUSTRIA DE JABONES Y DETERGENTES	37
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	42

A. PANORAMA GENERAL DE FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES

Historia del jabón

Entre los años 3.000 y 2.800 antes de Cristo, el pueblo sumerio dejó anotada en tablas de arcilla, la relación de ingredientes que utilizaba mediante un proceso de fusión para la obtención de jabón: ingredientes como aceites, potasio, resinas y sal fueron utilizados entonces en su elaboración. Aquí se evidencia el surgimiento de un elemento de creación humana que hoy en día es indispensable para la higiene y el cuidado de la salud de las sociedades modernas. Por su parte, los fenicios fabricaban su versión de jabón, con aceite de oliva y carbonato de sodio; mientras que los sirios, aunque también usaban aceite de oliva, ellos lo mezclaban previamente con laurel. (Belleza con un Propósito, s.f.)

Fue durante el siglo VIII cuando la producción industrial utilizada para la limpieza comienza a incrementarse con rapidez en España y en Italia, y es cuando a fines del siglo X, los árabes construyeron en Sevilla (España) la primera gran jabonería; cuyas materias primas más importantes se obtenían en el valle de Guadalquivir, en donde predominaban los olivares. (Belleza con un Propósito, s.f.)

Alrededor del siglo XIII, los franceses comenzaron a producir jabones con sebo de cabra y ceniza de haya, una planta rica en sodio. Luego, a comienzos del siglo XVI estos avances llegan hasta Inglaterra, y ya para 1622 el rey Jacobo I, le otorgó un reconocimiento especial a este producto. Un hecho que es importante mencionar, es que en la Baja Edad Media (mediados del siglo XIV), en muchas regiones de Europa se comienza a creer que el agua y la humedad eran fuente de enfermedades y por este motivo disminuyeron los baños y el lavado de las prendas. Como consecuencia de esta práctica, enfermedades supremamente contagiosas como la peste negra se propagaron por todo el continente europeo y gran parte de la población se vio afectada. (Belleza con un Propósito, s.f.)

Un hecho fundamental que cambiaría la historia y mucho más, el proceso de elaboración del jabón se dio específicamente en 1791, cuando el químico francés Nicolas Leblanc inventó un proceso que permitía obtener carbonato de sodio¹ a partir de la sal marina. Y, treinta años más adelante, en 1823, el profesor Eugène Chevreul pudo explicar químicamente la saponificación –proceso químico por el cual la grasa unida a un compuesto alcalino y agua da como resultado el jabón– proceso que ya había sido descubierto por los sumerios. (Belleza con un Propósito, s.f.)

A mediados del siglo XIX, los compuestos naturales fueron reemplazados por componentes sintéticos, y los jabones tradicionales fueron desplazados paulatinamente de la escena, perdiendo protagonismo. A partir de este momento comienzan a surgir los jabones específicos para lavar ropa y se les añadieron enzimas que facilitaban la eliminación de manchas indeseadas. (Belleza con un Propósito, s.f.)

Fue solo hasta bien entrado el siglo XX, por allá en los años 70, que la forma de lavarse las manos cambió completamente cuando el empresario estadounidense Robert Tylor quien

¹ (Aula Natural, 2019)

hizo posible el paso de las pastillas de jabón al jabón líquido al que llamó Softsoap, el cual con su novedoso dispensador hizo que la aplicación del producto fuera mucho más fácil e higiénica, con lo que rápidamente pasó a ser un producto de uso masivo.

Los avances tecnológicos siguieron llevándose a cabo hasta que en 2014 la multinacional Avon hizo el lanzamiento de una línea especial e innovadora en cuestiones de cuidado de la piel, a la que llamó *Clearskin*, que no era más que un jabón de limpieza para cuerpo y rostro al que adicionó Triclocarbán, el cual es un ingrediente conocido por sus propiedades antisépticas. (Belleza con un Propósito, s.f.)

Proceso de producción industrial de jabón

La cadena productiva de artículos de aseo comprende la producción de detergentes y productos de aseo, jabones. La oferta de la cadena productiva de productos de aseo se encuentra altamente concentrada en un reducido número de empresas. En Colombia, esta cadena presenta una estructura de mercado de tipo oligopólico, en donde acuden pocas empresas con posibilidad de influenciar los precios o el nivel de producción; generalmente se presenta competencia por estrategias de diferenciación de productos. (Dnp, 2005)

Los jabones son productos utilizados para la higiene en general, ya sea personal o para limpiar diferentes y variados objetos. Se le puede encontrar en diferentes formatos, como pastilla, en polvos o en crema. También pueden establecerse clasificaciones para los jabones en dos tipos, los de tocador² y los de lavar propiamente dicho. Los jabones llamados de tocador contienen glicerina en su composición, sustancia que les aporta una mayor suavidad. Estos pueden llevar diferentes colorantes, aromas y antisépticos. Los jabones más duros, son los de las sales de sodio de ácidos grasos, en cambio, los jabones más blandos, son los de las sales de potasio. Pero la dureza depende en gran medida de la cantidad de agua contenida en el producto final. (La Guía Química, 2011)

La elaboración de jabones es un proceso que puede parecer muy complejo y delicado pero cuando se conocen cada uno de sus pasos, los materiales utilizados, la maquinaria, la creación del producto, los subproductos que derivan del mismo y sus utilidades, se hace más sencillo, pudiendo obtenerse a través de la fabricación artesanal o con tecnología, dependiendo del enfoque o tamaño de las diferentes empresas que lo fabrican. (Iquímicas, s.f.) A continuación, se presenta una descripción de los pasos de la cadena productiva en la elaboración del jabón:

1. Materias Primas: la recepción y el acopio de los diferentes insumos, es el primer paso en la cadena de producción, en donde se reciben las materias primas y se almacenan para la posterior elaboración.

² Los jabones de tocador se elaboran a partir de aceites vegetales como los de coco, palma y oliva. Estos aceites se someten a un proceso de refinado para eliminar los restos de sosa cáustica que pudieran contener, ya que dañarían la piel.

2. Depósito previo a la producción: en este paso las materias primas son depositadas de manera temporal hasta que se da inicio a la producción. Para el caso de materiales en estado líquido, se utilizan tanques de gran formato.³

3. Verificación de calidad: los análisis de calidad de los insumos determinarán el grado de integración de las materias grasas durante la saponificación⁴, siendo estos índices los de saponificación, yodo y acidez.

4. Dosis de los materiales: para la producción del jabón, se establece cierta cantidad de carga la cual implica a su vez la dosis que se empleará de las materias primas, que serán bombeadas hacia una caldera donde comienza un proceso de “cocción”.

5. Saponificación: este es un proceso químico que genera una reacción de la cual a su vez se crean los jabones, mediante la separación de las grasas en un ambiente alcalino, consiguiéndose los ácidos grasos y la glicerina.⁵

6. Agitación: a partir del anterior proceso, se continua con la agitación de la mezcla y posteriormente se detiene todo para que el preparado se enfríe dejándolo en reposo, procedimiento que permite retirar el exceso de lejía, equilibrando el ph en neutro.

7. Fase de depuración: luego de dejar la preparación en reposo por un tiempo determinado, se observa la formación de un par de capas; una que es el jabón sólido o pasta neutra que está en la parte superior de la masa, y por debajo de esta se encuentra otra capa formada por la sal o lejías y la glicerina que se retira.

8. Última fase de saponificación: una vez se hayan separado totalmente los subproductos de la primera fase de saponificación y queda la masa del jabón en la caldera, esta vuelve a encenderse, a 80 °C, hasta notar que la pasta vuelve a ser maleable, allí se enciende el sistema de agite y se adicionan los materiales faltantes que se van integrando paulatinamente durante este proceso.

9. Fase de secado: posteriormente se traslada el preparado del proceso anterior, al tanque de secado, de donde luego pasará a los rodillos de acero para crear tiras de la masa, que irán depositadas a un recipiente.

10. Fase de picado: aquí pasan las tiras de jabón por un rodillo con dientes que va partiendo las tiras en otras más pequeñas.

11. Fase de transporte: las tiras de jabón son llevadas a la mezcladora y la molienda.

³ Generalmente las instalaciones para este tipo de producción son de grandes proporciones y acondicionados con todos los elementos de seguridad requeridos para evitar situaciones como cortos circuitos, incendios o cualquier otra circunstancia que pueda resultar riesgosa, pues estos son materiales combustibles inflamables.

⁴ Proceso químico por el cual un cuerpo graso, unido a una base y agua, da como resultado jabón y glicerina.

⁵ Para que esta reacción ocurra se procede a la mixtura de ácidos grasos de origen vegetal o animal con un elemento alcalino, el cual compone de agua y una base o álcali como la potasa que logra un producto blando, o la sosa cáustica para lograr más dureza en el mismo; de esta reacción también se obtiene la glicerina que conocemos tiene un efecto suavizante.

12. Fase de mezcla: las tiras de jabón pasan por un proceso de prensado que realiza el mezclado y molinado del material, siendo este el momento en que se adicionan los aromas, los aceites esenciales y los colorantes. Finalmente, se agregan aditivos que otorgarán suavidad como emulsiones de cera o lanolina.

13. Fase de molienda: esta fase implica hacer pasar el preparado por los rodillos a distintas velocidades, logrando el prensado perfecto de sus partes. Posteriormente vuelve a cortarse las tiras en pedazo con una cuchilla al final de este proceso.

14. Proceso de extrusión: mientras las tiras de jabón aún se mantienen húmedas y calientes, se les hace pasar por la máquina de extrusión, en donde se ejercerá presión que comprimirá a la perfección las partes, con ayuda de vapor. Esto formará largas y anchas barras de jabón que después serán perforadas con moldes de distintas formas, rectangulares, cuadradas o cilíndricas.

15. Proceso de corte: en esta parte del proceso, la máquina procede a cortar las piezas en pastillas.

16. Verificación de calidad: el producto obtenido, deberá cumplir con los parámetros de calidad, los cuales serán verificados con análisis específicos del mismo, que tendrán relación tanto con su composición, como con el contenido de humedad, álcali libre, grasa y sal (el jabón se tornará endeble si posee más sal de la técnicamente recomendada).

17. Proceso de prensado: luego de que el jabón se haya cortado en pastillas, estas pasarán por la máquina troqueladora, dándole la forma final junto con la marca con que será comercializado.

18. Proceso de empaquetado: después del paso anterior, cada uno de los jabones es empaquetado con la ayuda de una máquina para el efecto, luego se embalan en cajas de cartón para su distribución. (Iquímicas, s.f.)

Si el jabón final es sólido o líquido es algo que se determina por el tipo de lejías usada. El hidróxido de sodio (también llamado soda cáustica) hace un jabón sólido; hidróxido de potasio (también llamado potasa) hace un jabón líquido. (Esenzzia, s.f.)

En 1.907, una compañía alemana fabricó el primer detergente, al adicionar compuestos como perborato sódico, silicato sódico y carbonato sódico al jabón tradicional. A partir de 1.930 se comienza la síntesis de sustancias detergentes obtenidas a partir de la derivación del petróleo. Posteriormente, con base en investigaciones de la industria química se descubrieron nuevos ingredientes que, al agregarse a las sustancias detergentes convencionales, otorgaban al conjunto una mayor capacidad limpiadora.

En principio, los jabones son sustancias que alteran la tensión superficial (disminuyen la atracción de las moléculas de agua entre sí en la superficie de los líquidos) siendo esto cierto, especialmente con el agua. Este tipo de sustancias con estas propiedades, se denominan tensoactivas. (Santos Nolasco, 2016)

Los jabones se utilizan como agentes limpiadores debido a que poseen una estructura singular al estar conformada por iones orgánicos especiales. Cuando un objeto está sucio,

casi siempre se debe a la adhesión de capas de grasa o aceite que a su vez contienen polvo y otras partículas que pueden considerarse extrañas. Si el objeto es lavado con agua no logra eliminarse una gran parte de la suciedad; sin embargo, cuando se agrega jabón al agua, las partículas de jabón pueden disolverse dando origen a iones carboxilato, los cuales tienen un extremo iónico que es muy soluble en agua y un extremo de la cadena larga de hidrocarburos que tiene una fuerte atracción por las moléculas de aceite y grasa (así, los extremos que atraen al aceite penetran en las capas de aceite y/o la grasa y las disuelven, mientras que, los extremos iónicos se siguen disolviendo en agua, haciendo que las partículas de aceite y grasa se desprendan de la ropa y queden en la solución acuosa; de manera tal que finalmente pueden removerse. A esta clase de acción limpiadora se lo ha denominado acción detergente. (Santos Nolasco, 2016)

En el mercado se encuentran cuatro tipos de detergentes sintéticos:

- **Detergentes aniónicos**, que contienen usualmente grupos solubles, sulfatos y sulfonatos de sodio.
- **Detergentes catiónicos**, que son principalmente compuestos cuaternarios de amonio,
- **Detergentes no iónicos**, como los productos de condensación del óxido de etileno con materiales fenólicos o ácidos grasos y
- **Detergentes biológicos** los cuales contienen enzimas para eliminar algunos tipos específicos de manchas de la ropa. (Santos Nolasco, 2016)

Tipos de jabones

Según sus características físicas o su destinación específica, los jabones se clasifican en:

- a. **Duros**: elaborados con grasas y aceites con alto contenido de ácidos saturados, que saponifican con hidróxido de sodio. Son empleados para lavar ropa y objetos.
- b. **Blandos**: elaborados con base en aceites como el de semilla de algodón, el aceite de lino o el aceite de pescado. Entre ellos se encuentran los jabones líquidos.
- c. **Humectantes**: son jabones especiales para piel seca que está muy maltratada, los cuales la hidratan y la acondiciona, gracias a los materiales que le componen, donde en su mayoría contienen: grasas, aceites vegetales o cremas.
- d. **Comunes**: jabones espumosos y sólidos que son elaborados con base en potasio o sodio, y a sebo graso. Por sus componentes se puede emplear tanto para la piel como para el cabello.
- e. **Dermatológicos**: jabones especiales para el cuidado de la piel, los cuales ofrecen una limpieza mucho mayor y más suave, ya que posee agentes sintéticos de limpieza con los cuales se logran cerrar los poros de la piel.

- f. **Terapéuticos:** jabones que suelen indicar los médicos para tratar algunas enfermedades cutáneas de sus pacientes, como es el caso de la micosis cutánea y de la psoriasis. Estos son los más adecuados para limpiar el rostro de una forma profunda.
- g. **Líquidos:** son jabones no sólidos, que deben ser aplicados con una esponja para garantizar el correcto uso y el buen aprovechamiento de este. Estos se comercializan en envases de plásticos, que tienen una tapa dosificadora que permite que el líquido sea usado sin desperdiciarse.
- h. **Medicados:** son jabones que están compuestos por ingredientes antisépticos y antibacterianos, los cuales son útiles para prevenir y disminuir infecciones en la piel, como es la seborrea, el acné, la caspa, entre otras.
- i. **Neutros:** jabones recomendados para pieles delicadas e incluso para bebés, ya que proveen una alta protección.
- j. **Perfumados:** son jabones de baño que dejan un agradable aroma en la piel.
- k. **Astringentes:** son jabones especiales que logran disminuir considerablemente el exceso de grasa y el brillo en la piel.
- l. **De afeitar:** es un jabón especial para afeitar que crea una cremosa y densa espuma que ayuda a que la navaja se deslice más fácil sobre la piel, evitando que esta corte o irrite.
- m. **Exfoliantes:** Se trata de jabones que poseen gránulos muy pequeños que logran eliminar las células muertas y la suciedad de la piel. (Revista Arqhys, 2017)

B. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES

Código CIU

Como punto de partida del presente informe, está la definición precisa de las actividades económicas que dan lugar a la fabricación de jabones y detergentes, y para ello es necesario recurrir a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIU⁶ que el DANE,

⁶ La CIU es una clasificación uniforme de las actividades económicas por procesos productivos. Su objetivo principal es proporcionar un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar al elaborar estadísticas sobre ellas. Tiene por objeto satisfacer las necesidades de los que buscan datos clasificados referentes a categorías comparables internacionalmente de tipos específicos de actividades económicas. La revisión CIU 4 adaptada para Colombia por el DANE, se escribe de manera equivalente, de la siguiente manera: CIU Rev. 4 A.C.

adapta para Colombia, en la Revisión 4AC (adaptada para Colombia), del código CIU, aparece la siguiente definición: (Dane, 2012)

SECCIÓN: C INDUSTRIAS MANUFACTURERAS

Esta sección abarca la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos, aunque ese no puede ser el criterio único y universal para la definición de las manufacturas. Los materiales, sustancias o componentes transformados son materias primas procedentes de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras. La alteración, renovación o reconstrucción de productos se consideran por lo general actividades manufactureras.

División: 20 Fabricación de sustancias y productos químicos

Esta división comprende la transformación de materias primas orgánicas e inorgánicas mediante un proceso químico y la formación de productos. Se distingue entre la producción de sustancias químicas básicas, que constituye el primer grupo de actividades industriales, y la producción de productos intermedios y finales mediante la elaboración ulterior de sustancias químicas básicas, que constituye el resto de las clases de actividades.

Grupo: 202 Fabricación de otros productos químicos

Este grupo comprende la fabricación de productos químicos distintos de las sustancias químicas básicas y las fibras artificiales. Esas actividades abarcan la fabricación de una amplia gama de productos, como plaguicidas, pinturas y tintas, jabones, preparados para limpiar, perfumes y preparados de tocador, explosivos y productos pirotécnicos, preparados químicos para usos fotográficos (incluidas películas y papel sensible), gelatinas, preparados compuestos para diagnóstico, entre otras.

Clase: 2023 Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar-(Dane, 2012)

Esta clase incluye:

- La fabricación de jabones en barra, pastillas, piezas moldeadas, líquidos, pastas o en otras formas. Estos jabones se elaboran mediante procesamiento de grasas y aceites, de origen vegetal o animal con algún álcali (soda o potasa cáustica, entre otras).
- La fabricación de productos orgánicos tensoactivos en formas similares, por ejemplo, derivados de ácidos sulfónicos como sulfonatos. Jabones metálicos de magnesio, cobre, entre otras, obtenidos a partir de grasas, aceites y mezclas de ácidos grasos.
- La fabricación de preparaciones y agentes tensoactivos utilizados como dispersantes, emulsificantes o antiespumantes, para fregar platos y suavizantes textiles.
- La fabricación de papel, fieltro o guata, impregnados, revestidos o recubiertos con jabones o detergentes.

- La fabricación de preparaciones y agentes de actividad superficial (tensoactivos) utilizados para lavar y limpiar; para limpiar vidrios, alfombras; blanqueadores, desmanchadores y desengrasantes.
- La obtención de glicerina cruda y demás derivados de la industria jabonera.

No se incluyen las siguientes actividades:

- La producción de ceras de origen animal como la cera de abejas. Se incluye en la clase 0149, Cría de otros animales n.c.p.
- La producción de ceras de origen vegetal como la cera carnauba, la cera de palma. Se incluye en la clase 0230, Recolección de productos forestales diferentes a la madera.
- La obtención de ceras parafínicas. Se incluye en la clase 1921, Fabricación de productos de la refinación del petróleo.
- La fabricación de glicerina sintética. Se incluye en la clase 2011, Fabricación de sustancias y productos químicos básicos.
- La extracción y refinación de aceites esenciales, y se incluye en la clase 2029, Fabricación de otros productos químicos n.c.p.
- La fabricación de preparados aromáticos de uso personal como perfumes, aguas de colonia o aguas de tocador.
- La fabricación de preparados de belleza y maquillaje, incluso los preparados para manicure y pedicure tales como removedores; cremas solares y preparados bronceadores.
- La fabricación de preparaciones capilares, incluidos los champús, lacas para fijar el cabello, preparados para alisar u ondular el cabello; preparados para afeitarse, y para antes o después de afeitarse, y preparados depilatorios.
- La fabricación de preparados para la higiene bucal y dental, incluso pastas y polvos para la fijación de dentaduras postizas.
- La fabricación de otros preparados de perfumería, cosméticos y de tocador no clasificados en otra parte, tales como los desodorantes, las sales de baño y otros preparados de uso personal.
- La elaboración de betunes y cremas para el cuero, para la madera; destapadores; bruñidores para carrocerías, vidrios y metales; cremas para pisos; pastas y polvos abrasivos, y productos similares en forma de papel, fieltro, guata, telas no tejidas, plásticos celulares o caucho celular, impregnados, revestidos o recubiertos de estas preparaciones.
- La fabricación de preparados para perfumar o desodorizar ambientes.
- La fabricación de ceras artificiales y ceras preparadas mediante mezclado de ceras.



Partidas arancelarias correspondientes al código CIU 2023 en el código arancelario es la partida 34

Código	Descripción
<u>34</u>	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, productos de limpieza.
<u>3401</u>	Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas, aunque contengan jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón; papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes
<u>3402</u>	Agentes de superficie orgánicos (exc. jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar, incl. las preparaciones auxiliares de lavado, y preparaciones de limpieza, aunque contengan jabón (exc. preparaciones de la partida 3401)

Fuente: (Intracen, 2019)

C. UNA APROXIMACIÓN AL TAMAÑO DEL MERCADO NACIONAL PARA JABONES Y DETERGENTES

El negocio de productos de limpieza para el hogar se consolida como una de las categorías de mayor dinamismo en el país. Se trata de un segmento que, según los empresarios, mueve al año alrededor de \$3 billones. Datos de la Cámara de la Industria Cosmética y Aseo de la ANDI indican que en 2.017 los productos de cuidado y aseo para el hogar alcanzaron ventas por US\$954 millones, basado en cifras de la consultora Euromonitor. Este monto está representado en dos subcategorías. Por un lado, los productos líquidos como limpiapisos, lavalozas, detergentes líquidos y limpiavidrios, entre otros y, por otro, los detergentes en polvo, segmento en el que el país tiene un fuerte potencial de exportación. (Dinero, 2018)

Entre 2.013 y 2.018, este segmento de la industria logró un crecimiento de 26,4%, y se espera que durante los próximos cinco años aumente 8,9% anual, según las proyecciones de Euromonitor. A pesar de lo anterior, se observa una mayor competencia entre las empresas productoras, en razón de la entrada al mercado de marcas de menor costo y la proliferación cada vez mayor de las llamadas tiendas de descuento, que generaron un cambio de las cadenas de distribución y aumentaron la competencia entre las marcas nacionales e importadas, generando una disminución de precios que ahora, les permite a familias de menores recursos acceder a más productos de cuidado para el hogar. Otro factor para el positivo desempeño del subsector, es el crecimiento y consolidación de la clase media durante los últimos años, que le permitió a más familias dedicar una mayor parte de sus ingresos a cosas diferentes a alimentos. Finalmente, un tercer factor del crecimiento del consumo de este tipo de productos es el incremento de los hogares unipersonales, tal como evidenció el censo de 2.018, que hace que los productos “no se compren más, sino que se comparten con menos personas”. (La República, 2019)

Principales canales de distribución en Colombia, jabones y detergentes

No hay duda de que el mercado colombiano de productos para el aseo enfrenta constantes transformaciones. Hoy en día, se da la tendencia hacia un cambio de actitud del consumidor nacional que quiere comprar inteligente. Los consumidores colombianos cada vez cuentan con mayores recursos para comprar un jabón o un detergente y todos quieren cuidar mejor de su ropa, lo que conlleva a la búsqueda de productos de alta calidad, pero a precios razonables. Los nuevos formatos comerciales de distribución y venta de productos como los llamados discounters⁷ y cash & carry⁸, vienen siendo los establecimientos comerciales que han venido sacando el mayor provecho del momento por el que atraviesa la categoría de jabones y detergentes.

Estos nuevos formatos están ofreciendo productos de muy buena calidad a menores precios y se ha dado un cambio en la manera como el consumidor accede a este tipo de productos. Ahora bien, aunque las necesidades de los hogares siguen siendo más o menos las mismas, la manera de satisfacerlas si está cambiando y es por esto los productores y comercializadores deberán reinventarse día a día, para ajustarse a las nuevas condiciones de mercado. En Colombia el mercado de detergentes en polvo, incluyendo los abrasivos, produce unas 240.000 toneladas al año y del total producido, el país exporta cerca de 10%. Del restante 90%, la mitad va a las grandes superficies y la otra mitad se canaliza a través de los demás formatos de comercio. (Dinero, 2018)

⁷ Un 'discounter', es una tienda que ofrece productos con un precio 10% menor al promedio ofrecido en el resto de los canales de distribución. Habitualmente, son tiendas en las que el usuario prefiere pagar en efectivo y en las que no se cuenta con estacionamiento ni un servicio diferencial, lo cual favorece los precios más bajos. Además, cuentan con una oferta limitada (poca variedad de productos), formatos pequeños y, venden mayoritariamente, marcas propias.

⁸ El formato Cash & Carry es otro fenómeno de retail, importante para tener en cuenta a la hora de pensar en canales. Nació en Alemania en el año 1964 y su principio básico es que el consumidor se encarga de elegir el producto en presentaciones al por mayor de las estanterías en un punto de venta que a la vez es bodega y así evitar costos con los intermediarios, transporte, distribución y otros servicios prescindibles.

D. COMERCIO INTERNACIONAL DE JABONES Y DETERGENTES

Exportaciones Mundiales

Las exportaciones mundiales de jabones y detergentes muestran un comportamiento creciente, pasando de US\$12.784 millones exportados en 2.001 a totalizar US\$43.405 millones en 2.018.



Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)

Los productos correspondientes a la subpartida 3402 tienen una mayor participación dentro del total del comercio mundial (73,6%), frente a las ventas externas de los productos de la subpartida 3401 (26,4%) para el año 2018

Exportaciones mundiales de Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes (US\$ miles)							
Código	Descripción del producto	2001	2005	2010	2015	2017	2018
'3402	Agentes de superficie orgánicos (exc. jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones	10.157.127	16.063.341	24.189.758	27.353.965	29.987.293	31.953.769
'3401	Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras	2.627.062	4.917.726	8.324.760	9.572.755	10.723.340	11.451.316
Total exportaciones		12.784.189	20.981.067	32.514.518	36.926.720	40.710.633	43.405.085

Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)

Por países, Alemania y Estados Unidos, lideran las ventas externas de la subpartida 3401, jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, seguida de países asiáticos como Indonesia, China y Malasia.

Principales países exportadores de jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes 3401 (US\$ miles)						
Países	2001	2005	2010	2015	2017	2018
Alemania	236.925	512.345	895.386	1.042.360	1.145.029	1.302.109
Estados Unidos	262.514	406.516	784.435	903.050	896.476	911.264
Indonesia	114.664	210.675	396.858	531.266	676.997	650.589
China	28.255	65.856	316.457	487.720	505.039	600.692
Malasia	124.915	242.698	459.489	504.986	584.883	600.041
Reino Unido	121.205	331.806	505.204	511.834	500.199	512.321
Polonia	23.833	60.903	245.765	315.018	431.734	512.243
Japón	29.659	47.233	87.846	169.544	390.592	486.705
Italia	200.789	285.417	332.307	419.949	393.318	464.368
Francia	104.293	248.586	408.145	337.205	378.265	421.149
Países Bajos	60.987	128.031	172.624	257.856	379.882	377.250
Turquía	137.083	213.402	373.692	389.564	357.695	349.972
Subtotal	1.445.122	2.753.468	4.978.208	5.870.352	6.640.109	7.188.703
Mundo	2.627.062	4.917.726	8.324.760	9.572.755	10.723.340	11.451.316

Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)



Para los países de América Latina y el Caribe, México y Brasil lideran las ventas externas de la subpartida 3401, seguidos por Honduras, Guatemala y Colombia.

Principales países latinoamericanos exportadores de jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes (US\$ miles)						
Países	2001	2005	2010	2015	2017	2018
México	124.357	145.996	113.247	150.252	169.813	165.704
Brasil	16.656	63.734	102.031	92.150	106.718	101.735
Honduras	39.183	42.595	60.018	96.553	97.501	93.556
Guatemala	35.395	40.443	52.231	54.893	62.315	61.786
Colombia	17.997	30.787	59.729	81.238	72.943	57.440
Argentina	13.890	19.562	33.619	25.623	23.467	17.237
República Dominicana	6.099	3.861	3.767	15.557	7.043	7.597
Perú	1.920	1.790	7.710	8.317	9.425	7.348
Ecuador	8.276	5.549	21.366	5.949	12.189	7.228
Paraguay	722	1.198	3.135	3.064	4.615	5.266
Chile	788	1.573	2.125	3.270	4.574	4.608
Costa Rica	11.682	9.185	5.795	3.976	3.246	3.753
El Salvador	22.912	2.014	3.474	3.733	4.397	3.304
Panamá	5	69	16.234	10.030	17.169	1.945
Jamaica	234	117	781	1.065	1.113	1.694
Nicaragua	81	2.549	2.898	173	2.288	923
Aruba	-	303	22	16	497	768
Trinidad y Tobago	4.571	2.092	1.822	1.537	1.179	625
Subtotal	304.768	373.417	490.004	557.396	600.492	542.517
Mundo	2.627.062	4.917.726	8.324.760	9.572.755	10.723.340	11.451.316

Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)

Para el caso de las exportaciones mundiales, correspondientes a la partida 3402, agentes de superficie orgánicos (exc. jabón); preparaciones tensoactivas, se tuvo que para el año 2.018, Alemania, Estados Unidos y Bélgica, tuvieron las mayores participaciones en la venta de estos productos.

Principales países exportadores de agentes de superficie orgánicos (exc. jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones (US\$ miles)						
Países	2001	2005	2010	2015	2017	2018
Alemania	1.496.735	2.521.450	3.407.350	3.466.733	3.839.735	4.074.876
Estados Unidos	1.298.379	1.766.908	2.933.920	3.368.641	3.448.531	3.437.223
Bélgica	886.634	1.207.421	1.672.462	1.974.520	2.276.872	2.483.196
China	69.916	227.741	916.037	1.706.668	1.874.132	2.167.349
Francia	733.004	1.083.786	1.573.081	1.538.676	1.651.406	1.895.491
Países Bajos	433.552	830.810	1.143.821	1.432.380	1.563.366	1.641.904
Italia	607.593	1.020.614	1.089.457	1.155.823	1.353.486	1.554.123
Reino Unido	713.379	1.097.394	1.104.959	1.275.346	1.264.018	1.291.680
Polonia	136.558	342.573	600.895	814.146	932.736	1.119.250
España	561.253	661.317	751.108	872.158	951.948	998.200
Japón	266.431	403.115	598.445	572.412	693.967	765.447
República Checa	176.605	429.373	669.870	414.393	477.322	559.403
Subtotal	7.380.039	11.592.502	16.461.405	18.591.896	20.327.519	21.988.142
Mundo	10.157.127	16.063.341	24.189.758	27.353.965	29.987.293	31.953.769

Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)

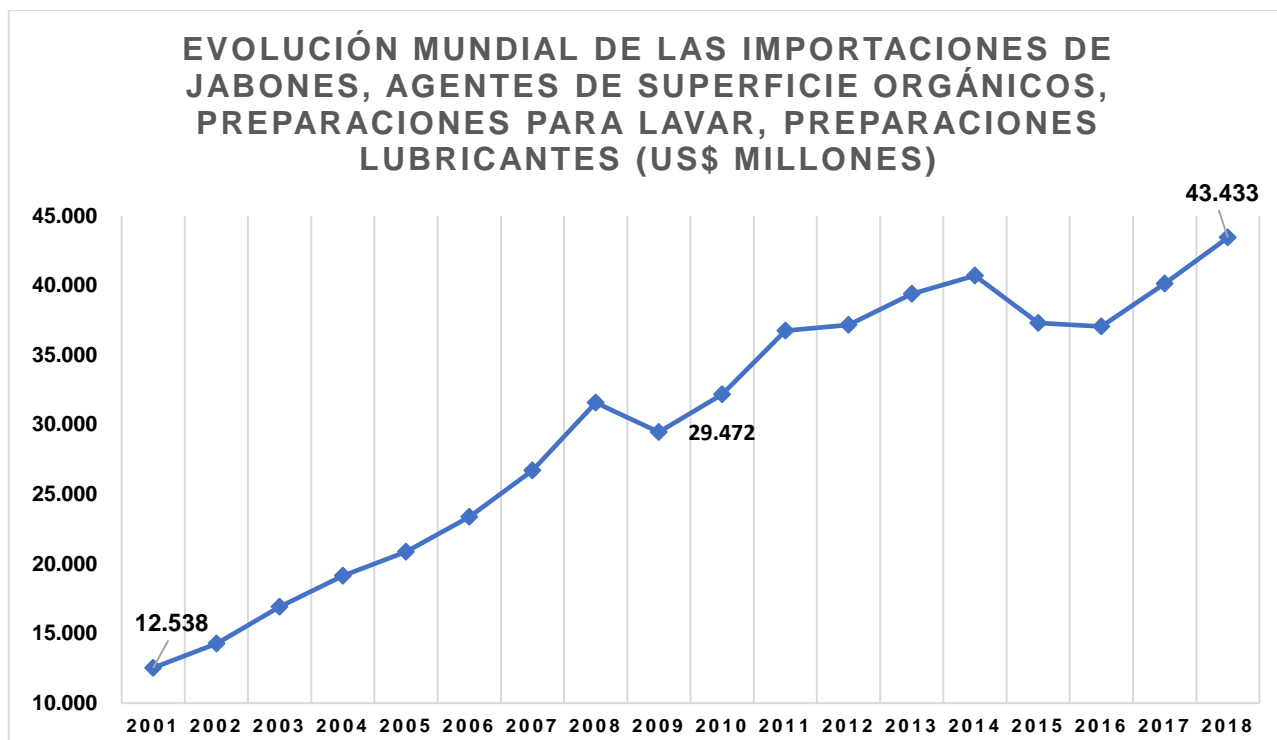
En América Latina y el Caribe, las ventas externas de la subpartida 3402, estuvieron dominadas por México, Brasil, Guatemala y Colombia.

Principales países latinoamericanos exportadores de agentes de superficie orgánicos (exc. jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones (US\$ miles)						
Países	2001	2005	2010	2015	2017	2018
México	278.404	233.456	425.311	535.823	505.249	510.096
Brasil	49.899	88.999	183.398	156.131	173.799	149.310
Guatemala	37.612	34.296	79.378	93.941	109.430	115.429
Colombia	25.618	27.993	55.445	86.422	95.709	106.928
Argentina	30.624	57.342	109.831	89.412	92.092	84.270
Uruguay	3.766	31.423	62.474	60.376	72.686	69.452
El Salvador	20.479	33.902	42.788	48.370	43.251	46.112
Perú	9.662	8.720	28.303	56.143	39.399	35.702
Costa Rica	7.219	21.821	30.302	31.582	32.120	34.009
Trinidad y Tobago	18.520	19.341	24.124	26.389	19.015	17.053
República Dominicana	5.098	2.928	12.320	16.301	11.564	12.776
Ecuador	4.822	11.459	8.082	11.315	11.169	11.207
Chile	2.536	5.532	2.845	3.546	3.979	6.626
Honduras	229	310	1.311	3.356	2.962	2.516
Paraguay	7	42	248	702	1.225	2.143
Venezuela	13.484	11.561	9.080	905	2.443	1.046
Barbados	486	191	637	537	336	609
Curaçao	-	-	-	539	188	550
Jamaica	976	1.116	582	362	517	528
Panamá	65	121	5.653	2.885	3.370	474
Nicaragua	68	36	69	33	279	194
Subtotal	509.574	590.589	1.082.181	1.225.070	1.220.782	1.207.030
Mundo	10.157.127	16.063.341	24.189.758	27.353.965	29.987.293	31.953.769

Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)

Importaciones Mundiales

Las importaciones mundiales de jabones y detergentes por su parte, pasaron de US\$12.538 millones exportados en 2.001 a totalizar US\$43.433 millones en 2.018.



Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)

Como es de esperar, para el caso de las importaciones mundiales de jabones y detergentes, se tiene una situación similar a la ocurrida con las importaciones, como puede observarse en los siguientes cuadros:

Importaciones mundiales de Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes (US\$ miles)							
Código	Descripción del producto	2001	2005	2010	2015	2017	2018
'3402	Agentes de superficie orgánicos (exc. jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones	10.239.066	16.299.770	24.171.759	27.665.361	29.569.302	31.924.053
'3401	Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes	2.298.518	4.562.293	7.997.402	9.632.667	10.565.446	11.509.318
Total importaciones		12.537.584	20.862.063	32.169.161	37.298.028	40.134.748	43.433.371

Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)

En cuanto a países importadores, Estados Unidos, Europa, además de China y Emiratos Árabes en representación de Asia, son los mayores mercados para jabones y detergentes.

Principales países Importadores de jabón; productos y preparaciones orgánicas tensoactivos usados como jabón, en barras, panes (US\$ miles)						
Países	2001	2005	2010	2015	2017	2018
Estados Unidos	166.622	499.059	569.512	821.218	876.089	985.174
Alemania	85.459	300.225	411.008	476.513	559.592	625.692
Reino Unido	167.386	353.085	533.867	475.112	522.248	547.450
Canadá	138.093	226.688	443.792	468.731	502.712	519.698
Francia	91.895	207.425	377.828	394.520	445.070	508.814
China	31.367	61.113	79.363	178.784	277.944	358.791
Países Bajos	31.262	106.560	172.512	230.714	261.684	331.669
Emiratos Árabes Unidos	-	63.174	-	255.318	283.458	299.305
Japón	60.041	140.928	242.561	259.415	287.029	293.473
Australia	47.319	85.087	168.313	223.834	247.396	264.039
Polonia	33.024	51.002	155.473	188.258	175.723	247.495
Rusia	22.356	106.547	242.244	196.016	217.398	242.999
Subtotal	874.824	2.200.893	3.396.473	4.168.433	4.656.343	5.224.599
Mundo	2.298.518	4.562.293	7.997.402	9.632.667	10.565.446	11.509.318

Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)



En el ámbito latinoamericano y del Caribe, para las importaciones de la subpartida 3401 (de jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras), México, Perú, Guatemala, El Salvador y Chile, ostentan las mayores compras externas en la región. Llama la atención la posición de Brasil en cuanto a importaciones de este producto, ya que no está entre los primeros diez puestos de la lista.

Principales países importadores de jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes (US\$ miles)						
Importadores	2001	2005	2010	2015	2017	2018
México	56.847	87.939	83.832	114.921	117.449	129.813
Perú	13.705	15.625	41.939	64.067	75.483	75.560
Guatemala	38.416	21.909	38.329	56.013	60.460	65.371
El Salvador	28.575	34.671	46.318	59.520	56.925	63.767
Chile	11.860	16.964	36.286	46.467	50.008	53.182
Cuba	14.491	14.673	29.751	61.972	48.905	50.955
Argentina	14.703	13.002	31.811	29.982	45.865	49.677
Nicaragua	17.993	22.376	27.917	36.304	47.403	43.090
Colombia	8.073	9.525	24.242	43.374	52.327	41.667
Costa Rica	11.078	13.261	22.052	35.138	44.623	41.378
Panamá	7.580	8.784	34.919	34.128	42.619	32.277
Ecuador	5.397	14.050	23.229	23.127	25.846	26.539
Brasil	18.645	4.443	20.139	29.182	27.921	26.316
Honduras	12.582	9.759	21.700	20.263	21.592	20.596
República Dominicana	2.627	6.362	22.571	14.793	16.361	16.781
Uruguay	6.721	6.972	15.453	17.090	17.959	16.762
Haití	-	-	-	16.547	9.105	15.732
Paraguay	2.982	3.072	8.014	10.484	13.196	13.650
Bahamas	3.027	3.623	5.482	6.909	7.658	12.108
Trinidad y Tobago	2.043	4.818	8.777	15.172	11.415	11.316
Venezuela, República Bolivariana de	30.442	36.721	67.802	40.709	15.946	10.240
Jamaica	16.392	9.442	14.490	12.334	9.339	9.283
Guyana	3.047	2.603	7.906	4.635	6.370	5.040
Barbados	2.445	3.216	4.409	5.173	4.677	4.928
Subtotal	329.671	363.810	637.368	798.304	829.452	836.028
Mundo	2.298.518	4.562.293	7.997.402	9.632.667	10.565.446	11.509.318

Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)



Para el caso de las importaciones de la partida 3402 (de agentes de superficie orgánicos (exc. jabón); preparaciones tensoactivas), se tiene que Alemania, Francia y China ocupan los primeros tres puestos como importadores de este producto en particular.

Principales países importadores de agentes de superficie orgánicos (exc. jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones (US\$ miles)						
Importadores	2001	2005	2010	2015	2017	2018
Alemania	837.886	1.400.408	1.894.539	2.003.653	2.139.327	2.453.213
Francia	893.708	1.358.885	1.481.044	1.441.595	1.511.450	1.667.247
China	200.300	546.592	1.088.011	1.234.615	1.465.779	1.627.903
Bélgica	592.815	874.502	1.084.564	1.143.209	1.291.281	1.392.180
Reino Unido	613.565	901.480	1.115.266	1.523.884	1.236.789	1.313.395
Canadá	490.628	795.717	1.159.021	1.285.142	1.297.032	1.303.458
Estados Unidos	599.378	694.176	907.178	1.136.766	1.213.255	1.288.728
Países Bajos	301.898	548.889	783.853	961.425	1.070.500	1.123.088
Italia	373.359	583.780	709.154	691.244	852.249	911.947
España	266.829	476.327	605.393	534.715	663.440	743.428
Polonia	171.044	307.221	468.032	551.354	568.027	714.839
Rusia	95.603	206.032	476.932	566.182	588.182	656.268
Subtotal	5.437.013	8.694.009	11.772.987	13.073.784	13.897.311	15.195.694
Mundo	10.239.066	16.299.770	24.171.759	27.665.361	29.569.302	31.924.053

Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)



En el ámbito latinoamericano y del Caribe, México, Brasil y Argentina, dominan el escenario de las compras externas para la subpartida 3402; seguidos de lejos por Chile, Perú y Colombia.

Principales países importadores latinoamericanos de Agentes de superficie orgánicos (exc. jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones (US\$ miles)						
Importadores	2001	2005	2010	2015	2017	2018
México	159.976	241.799	274.793	390.273	401.582	395.426
Brasil	72.476	120.117	246.894	331.638	299.119	319.962
Argentina	102.917	113.253	209.823	257.288	229.369	232.894
Chile	57.986	78.865	134.417	165.031	153.801	167.396
Perú	17.084	39.580	52.141	74.817	114.733	124.668
Colombia	35.859	47.857	98.022	143.413	114.513	122.433
Guatemala	29.725	36.134	58.084	80.950	82.721	92.587
Costa Rica	29.404	33.334	55.180	69.184	79.439	82.216
Líbano	29.518	51.390	82.811	77.246	82.522	81.716
Ecuador	18.701	32.496	55.851	79.704	77.636	81.139
República Dominicana	7.994	20.175	42.579	46.132	52.960	57.721
El Salvador	17.833	20.592	38.155	44.376	47.568	55.246
Panamá	19.605	26.196	50.457	65.377	65.264	53.229
Paraguay	12.761	13.035	30.776	40.067	48.651	51.409
Uruguay	22.188	20.699	44.841	57.821	56.819	51.010
Bolivia	12.866	14.361	28.448	41.737	41.664	38.718
Honduras	12.511	21.343	49.287	40.961	40.041	38.173
Venezuela	48.306	36.027	74.846	66.107	43.383	38.114
Cuba	8.670	6.217	38.298	25.734	18.438	27.154
Trinidad y Tobago	5.284	9.089	16.186	27.324	21.359	26.710
Jamaica	13.828	20.141	25.046	26.062	25.218	24.896
Haití	-	-	-	9.145	3.829	19.845
Subtotal	735.492	1.002.700	1.706.935	2.160.387	2.100.629	2.182.662
Mundo	10.239.066	16.299.770	24.171.759	27.665.361	29.569.302	31.924.053

Fuente: Cálculos propios con base en cifras de (INTRACEN, 2018)

E. ESTRUCTURA COLOMBIANA DE LA INDUSTRIA DE JABONES Y DETERGENTES

El sector de jabones y detergentes pertenece a las sustancias con propiedades químicas, que ayudan a eliminar la suciedad, siendo esta una de las necesidades más importantes para suplir la limpieza. Se considera que los detergentes son más fuertes que los jabones debido a que tiene mezclas tensoactivas, es decir que reducen la tensión superficial de las moléculas de agua, de esta manera permiten trabajar en diferentes condiciones, facilitando el lavado en aguas duras. En relación con las empresas que se dedican a la exportación de productos del sector, actualmente, según el Sistema de Inteligencia Comercial existen en Colombia más de 200 empresas exportadoras. (Legiscomex, 2017)

Colombia se ubica como el cuarto mercado más grande en América Latina en productos de belleza y cuidado personal, con un consumo per cápita anual de \$189.212⁹, después de Brasil, México y Argentina. La historia reciente de este sector en Colombia se resume de la siguiente manera:

- **1.940:** el uso del maquillaje se popularizó en el mundo y los estereotipos de belleza comenzaron a cambiar. La privilegiada posición geográfica del país hizo que se convirtiera en un mercado prometedor.
- **1.979:** Luz Consuelo Fonseca, Química Farmacéutica de la Universidad Nacional, convocó a treinta profesionales a agremiarse con el fin de impulsar el desarrollo de la ciencia y la tecnología del sector y creó la Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología Cosmética.
- **2.013:** a través de la resolución número 003772 de 2.013, se establecen los requisitos para las autorizaciones sanitarias de importación de muestras sin valor comercial para los productos de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos.
- **2.017:** se publicó en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena la Resolución No. 1953 de 2.017, donde se encuentran inscritas algunas restricciones y prohibiciones para la elaboración de cosméticos e implementos de higiene corporal. (Informes Sectorial, 2019)

Según datos de Euromonitor las diez empresas más grandes del país representan el 56% del total del mercado. Las ventas de las empresas extranjeras representan el 61% del mercado nacional. Estas son empresas globales que tienen plantas de producción o centros de distribución en Colombia. A nivel nacional el sector está compuesto por 1.090 empresas, de las cuales aproximadamente el 40% son de cosméticos y el 60% de aseo y absorbentes. (Empresas vigiladas y registradas en el INVIMA, s.f.)

⁹ Esto es equivalente a 64 dólares al utilizar la TRM promedio para 2.018 del Banco de la República.

Dentro de las empresas del sector hay productoras, comercializadoras, maquiladoras y proveedoras de insumos. Alrededor del 40% de las empresas están ubicadas en Bogotá, seguido de Antioquia con el 23% y del Valle del Cauca con el 13%. (Andi, 2016)

Durante el año 2.018, empresas como Unilever Andina Colombia y su filial Unilever Colombia SCC, ampliaron su liderazgo en el mercado colombiano de jabones y detergentes frente a la empresa Colgate Palmolive Colombia; mientras que Belstar mantuvo el tercer lugar frente a Johnson & Johnson Colombia, que también se distinguió por su dinamismo. Mas atrás se situaron empresas como Procter & Gamble Colombia y su filial Procter & Gamble Industrial, Detergentes, Henkel Colombiana, Azul K, Reckitt Benckiser Colombia, Caribbean Eco Soaps, Recamier, Industrias La Victoria, SC Johnson Colombiana, Beisbol de Colombia, Jabonera La Jirafa, Strong Machine, Proquident, Industrias Bisonte, Clorox de Colombia, y Jabones El Tigre. (La Nota Económica, 2019)

En el cuadro siguiente se presenta una síntesis de las principales empresas productoras de productos de aseo (énfasis en jabones y detergentes) en donde se recoge información importante como el número de empleos generados y los ingresos operacionales obtenidos durante 2.018.

Principales empresas colombianas productoras de jabones y detergentes 2.018*				
NIT	Razón Social	Ciudad	Número de empleados	Total, ingresos operacionales (\$ millones)
860074450	Quala S A	Bogotá D.C.	3.730	1.892.269
890300546	Colgate Palmolive Compañía	Cali	1.380	1.234.989
890101815	Johnson & Johnson De Colombia S A	Yumbo	1.165	1.106.913
900677748	Unilever Colombia SCC S.A.S.	Bogotá D.C.	612	950.482
800000946	Procter & Gamble Colombia Ltda.	Bogotá D.C.	242	757.624
860007955	Detergentes Ltda.	Bogotá D.C.	1.388	527.959
800221789	Brinsa S.A.	Medellín	1.376	524.527
860000751	Henkel Colombiana S.A.S.	Bogotá D.C.	691	422.307
860000135	Azul K S.A.S.	Bogotá D.C.	1.020	254.512
860042141	Productos Químicos Panamericanos S.A.	Medellín	954	221.759
890300684	Reckitt Benckiser Colombia S.A.	Cali	225	185.298
900324176	Caribbean Eco Soaps UIBS S.A.S.	Santa Marta	n/a	163.140
810003907	Industrias la Victoria S.A.S.	Chinchiná	142	155.275
890329438	Clorox de Colombia S A	Bogotá D.C.	202	95.047
890800467	Hada S.A.	Bogotá D.C.	207	69.794
900388839	Hada International S.A.	Barranquilla	161	58.890
891300043	Beisbol de Colombia S.A.S.	Palmira	320	55.853
830031886	Creative Colors S A	Bogotá D.C.	131	50.895
890900045	Industria Jabonera la Jirafa S.A.S.	Envigado	100	39.581
900363112	Biotecnik S.A.S	Bogotá D.C.	178	33.739
860527917	Industrias Bisonte S A	Bogotá D.C.	215	28.367
817000809	Industrias Patojito S.A.S.	Santander de Quilichao	128	28.234
860024446	Jabones El Tigre Y Roca S.A.	Soacha	133	26.821
830045614	Deter Rico S.A.S	Bogotá D.C.	35	10.092

Fuente: Elaboración propia con base en información empresarial bajo licencia de EMIS

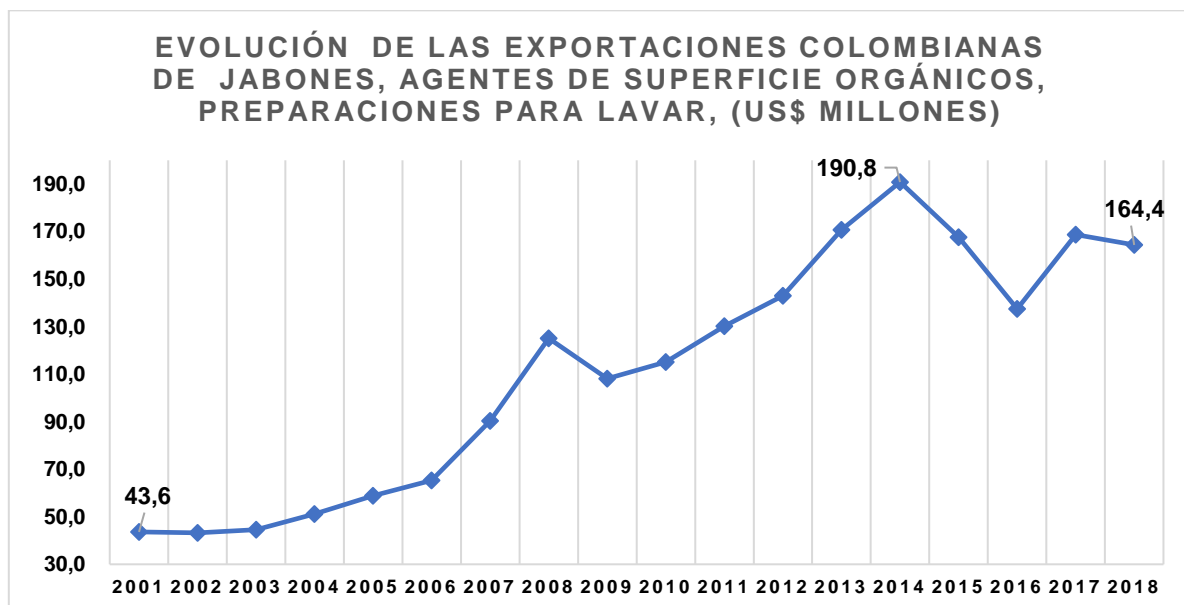
Nota: Algunas empresas pueden no corresponder a la fabricación de jabones y detergentes, pero dado que comparten el CIIU con el subsector cosméticos y con artículos para brillar o pulir, no es posible identificar con certeza la actividad de las mismas.

Según la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, los resultados de este importante subsector productivo nacional durante 2.018 reflejan la positiva dinámica de este subsector en el país, así como su efecto de las inversiones. Según la cámara sectorial, los tres productos que más se consumen en el país en esta categoría son fragancias, pasta dental y todos aquellos que se destinan al cuidado del cabello. Según el gremio, en la categoría de cosméticos, el año pasado el mercado alcanzó una cifra de más de US\$ 3.000 millones. Esta cifra ubicó al país en el cuarto lugar con respecto a otros países de Latinoamérica que lideran el sector como lo son Brasil, México y Argentina. (Portafolio, 2019)

Frente a la categoría de aseo, el escenario es muy similar. Según la ANDI el año 2.018 este mercado alcanzó los US\$1.067 millones, lo que representa un crecimiento del 6,9% frente a los resultados del año anterior. Productos de cuidado de la ropa, cuidado de superficies y blanqueadores son los más consumidos en esta categoría por los connacionales. Finalmente, la categoría de absorbentes consolidó un mercado de US\$1.199 millones y los principales productos son los pañales, papel higiénico y aquellos destinados a la protección sanitaria. En las tres categorías se encontró que los canales de distribución predilectos por los consumidores son los canales tradicionales y de venta directa. (Portafolio, 2019)

Exportaciones colombianas de jabones y detergentes

Las exportaciones colombianas de jabones y detergentes tuvieron su punto máximo en 2.014 cuando alcanzaron US\$190,8 millones y cerraron 2.018 en US\$164,4 millones.



Fuente: Elaboración propia, con base en cifras de (INTRACEN, 2018)

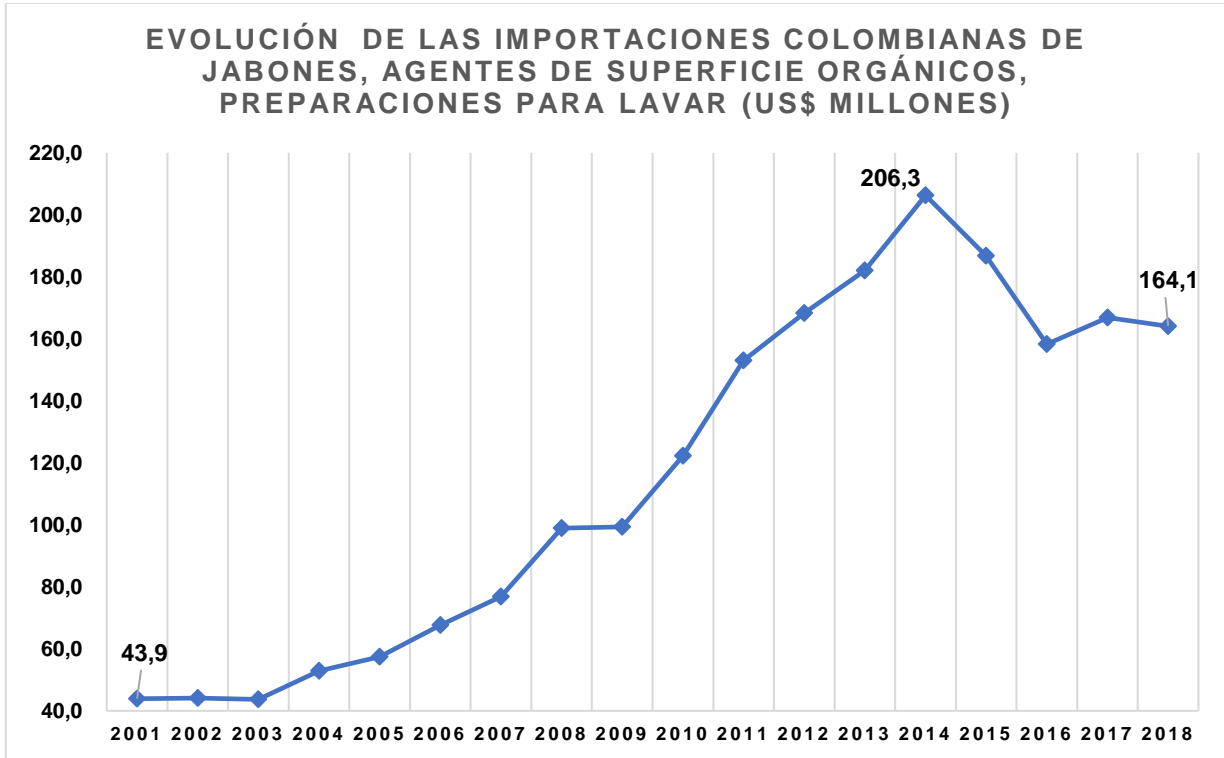
En la tabla siguiente se muestra la composición de las ventas externas colombianas para el rubro de jabones y detergentes durante 2.018.

Total exportaciones de Colombia de jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar (US\$ miles)							
Código	Descripción del producto	2001	2005	2010	2015	2017	2018
'3402200000	Preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar, incl. las preparaciones auxiliares	23.601	21.996	43.497	44.152	75.518	78.367
'3401110000	Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes	12.381	21.360	49.762	42.968	41.372	38.291
'3402119000	Agentes de superficie orgánicos, aniónicos, incl. acondicionados para la venta al por menor	267	443	4.563	26.921	3.924	14.061
'3401300000	Productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema	-	518	2.563	9.909	7.644	8.103
'3401199000	Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes	1.099	2.850	1.523	17.392	15.305	8.014
'3402909900	Preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar, incl. las preparaciones auxiliares	-	-	2.587	5.659	5.853	7.436
'3402111000	Agentes de superficie orgánicos, aniónicos, incl. acondicionados para la venta al por menor	165	303	1.718	2.400	5.158	3.460
'3401200000	Jabón en copos, en gránulos, en polvo, en pasta o en disolución acuosa	457	884	2.900	9.681	8.018	1.855
'3402139000	Agentes de superficie orgánicos, no iónicos, incl. acondicionados para la venta al por menor	436	1.529	1.662	4.181	2.040	1.786
'3401191000	Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes	4.060	5.175	2.982	1.287	604	1.177
Subtotal		42.466	55.058	113.757	164.550	165.436	162.550
Otras		1.148	3.722	1.419	3.109	3.217	1.818
Total exportaciones		43.614	58.780	115.176	167.659	168.653	164.368

Fuente: Elaboración propia, con base en cifras de (INTRACEN, 2018)

Importaciones colombianas de jabones y detergentes

Luego de alcanzar su máximo en 2.014, las importaciones colombianas de jabones y detergentes han comenzado a perder su dinámica, cerrando 2.018 en US\$ 164,1 millones.



Fuente: Elaboración propia, con base en cifras de (INTRACEN, 2018)

En la tabla siguiente se discrimina por subpartida arancelaria, las importaciones colombianas de jabones y detergentes durante 2.018.

Total importaciones de Colombia de jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar (US\$ miles)							
Código	Descripción del producto	2001	2005	2010	2015	2017	2018
'3402139000	Agentes de superficie orgánicos, no iónicos, incl. acondicionados para la venta al por menor	10.915	16.737	30.262	34.381	30.043	34.448
'3402200000	Preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar, incl. las preparaciones auxiliares	5.300	6.699	17.360	40.291	29.344	28.312
'3402909900	Preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar, incl. las preparaciones auxiliares	-	-	12.199	28.794	26.746	27.814
'3401110000	Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes	4.709	5.148	11.054	14.965	19.877	15.110
'3401300000	Productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema	-	205	2.608	9.949	10.278	11.184
'3402119000	Agentes de superficie orgánicos, aniónicos, incl. acondicionados para la venta al por menor	2.179	3.400	8.775	9.887	7.961	9.134
'3401199000	Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes	942	1.316	1.838	7.947	9.284	8.819
'3402131000	Agentes de superficie orgánicos, no iónicos, incl. acondicionados para la venta al por menor	3.614	3.771	7.013	4.798	5.003	6.501
'3401200000	Jabón en copos, en gránulos, en polvo, en pasta o en disolución acuosa	564	922	7.200	8.969	12.026	5.503
'3402199000	Agentes de superficie orgánicos, incl. acondicionados para la venta al por menor (exc. Aniónicos)	1.099	939	5.214	4.771	4.784	4.838
'3402129000	Agentes de superficie orgánicos, catiónicos, incl. acondicionados para la venta al por menor	1.282	2.667	3.315	10.744	2.747	4.293
'3402901000	Preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar, incl. las preparaciones auxiliares	991	1.583	1.685	2.013	3.198	3.208
Subtotal		31.595	43.387	108.523	177.509	161.291	159.164
Otros		12.337	13.995	13.740	9.278	5.550	4.934
Total importaciones		43.932	57.382	122.263	186.787	166.841	164.098

Fuente: Elaboración propia, con base en cifras de (INTRACEN, 2018)



E. ESTRUCTURA EMPRESARIAL DE MEDELLÍN Y EL VALLE DE ABURRÁ PARA EL RUBRO DE JABONES Y DETERGENTES

En Medellín tienen asiento 175 industrias formales que producen jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir; perfumes y preparados de tocador (no es posible separar por código CIU las empresas de cosméticos, perfumes y preparados de tocador).¹⁰ Este subsector, generó en 2.018, 3.663 empleos formales en el Departamento. (Datlas Colombia, 2018) En el cuadro siguiente se presenta una relación de las principales industrias productoras de cosméticos (énfasis en perfumes y preparados de tocador con sede en Antioquia y el crecimiento que han tenido para el 2.018 en sus ventas y empleos.

PRINCIPALES EMPRESAS DE ANTIOQUIA PRODUCTORAS DE JABONES Y DETERGENTES – 2.018

NIT	Razón Social	Ciudad	Número de empleados	Total ingresos operacionales (\$ millones)
900041914	Avon Colombia S.A.S.	Medellín	1.053	761.302
800221789	Brinsa S.A.	Medellín	1.376	524.527
890905032	Prebel S.A.	Medellín	1.677	293.928
860042141	Productos Químicos Panamericanos S.A.	Medellín	954	221.759
890900045	Industria Jabonera la Jirafa S.A.S.	Envigado	100	39.581
890907288	Laboratorios Cero S.A.	Itagüí	90	11.952
43443858	Guerra Bedoya Amalia Lucia	Medellín	48	9.671
811012875	Laboratorio María Salome S.A.S	Medellín	23	9.617
830070505	Sparcol Chemicals And Life S.A.S.	Sabaneta	56	9.451
830506179	Química Orión S.A.	La Estrella	26	7.633
800131750	Industrias Cory S.A.S	Medellín	63	7.520
890939742	Industrias Frotex S.A.S.	Itagüí	38	5.079
811026139	Industrias Jocali Ltda	Itagüí	36	3.269
811021308	Pecoda S.A.S.	Medellín	30	3.268
800077329	Gama Químicos y CIA Ltda	Sabaneta	16	2.612
900466275	Caribbean Sunrise Laboratorios M&F Chemicals S.A.S.	Medellín	34	2.282
890917755	Laboratorios Diaquimicos S.A.	Medellín	31	2.225
900194365	Varquímica S.A.S.	Medellín	17	2.118
900684159	Biocorp S.A.S.	Medellín	13	1.701
800034353	Productora de Jabones.S.A.S.	Itagüí	23	1.660
830510531	Muscari International S.A.	Sabaneta	n/a	1.657
901092054	Laboratorio Bachue S.A.S	Medellín	14	1.344
900038435	Guia Industrial de Colombia S.A.S.	Medellín	6	1.241
890927099	Induvel S.A.S.	Medellín	6	1.173
900139311	Skudmart S.A.	Medellín	10	1.124
901160208	Elixir By La Maga S.A.S	Medellín	n/a	1.118

¹⁰ Estructura Empresarial para Medellín. Registro Público Mercantil, CCMA, 2018

900497581	Natural Conexion S.A.S	El Santuario	20	1.095
900962554	Latin-France Laboratorios S.A.S.	Girardota	12	495
900545035	Laboratorio Ecosplash S.A.S.	Medellín	4	428
901158101	Grupo Aroma Clean S.A.S.	Medellín	11	350
900198256	Laboratorios Vida S.A.S	Copacabana	7	305
811044995	Jabones Integrales S.A.	Itagüí	14	184
900194432	Colorlink S.A.S.	Rionegro	40	-
8775260	Gutiérrez Ariza Mauricio Roberto	Medellín	3	-
900600464	Sky Aseo Personal S.A.S.	Medellín	4	n/a

Fuente: Elaboración propia con base en información empresarial bajo licencia de EMIS

Nota: Algunas empresas pueden no corresponder a la fabricación de jabones y detergentes, pero dado que comparten el CIU con el subsector cosméticos y con artículos para brillar o pulir, no es posible identificar con certeza la actividad de las mismas.

Exportaciones de Antioquia de jabones y detergentes

Las exportaciones de Antioquia durante 2018, para las partidas arancelarias correspondientes a jabones y detergentes alcanzaron US\$ 52.352.003, en donde la subpartida 320220, tuvo la mayor participación dentro de las ventas externas (80,86%).

Exportaciones de jabones y detergentes de Antioquia por posición arancelaria – 2018		
Posición Arancelaria	Descripción	Exportaciones (US\$)
3402200000	Preparaciones tensoactivas, para lavar (incluidas las preparaciones auxiliares de lavado) y preparaciones de limpieza acondicionadas para la venta al por menor.	42.329.772
3401300000	Detergentes para la industria textil.	4.089.863
3401199000	Los demás jabones, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos, y papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes.	2.471.255
3402119000	Preparaciones tensoactivas a base de nonyl oxibenceno sulfonato de sodio.	2.033.294
3402909900	Las demás preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar y preparaciones de limpieza, aunque contengan jabón excepto los de la partida 3401.	800.026
3402139000	Los demás agentes de superficie orgánicos no iónicos, incluso acondicionados para la venta al por menor.	189.743
3401110000	Jabones, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos de tocador (incluso los medicinales), en barras, panes o trozos, o en piezas troqueladas o moldeada.	138.181
3402111000	Sulfatos o sulfonatos de alcoholes grasos, incluso acondicionados para la venta al por menor.	93.393
Subtotal partidas arancelarias		52.145.527
Otras partidas arancelarias		206.476
Total exportaciones de Antioquia		52.352.003

Fuente: cálculos propios con base en información de importaciones del (Dane, 2018)



En la tabla siguiente se muestran las principales exportadoras de jabones y detergentes desde Antioquia durante 2.018.

Principales empresas exportadoras de jabones y detergentes desde Antioquia – 2.018		
NIT	Razón Social	Exportaciones (US\$)
800000946	Procter & Gamble Colombia Ltda.	38.290.804
860042141	Productos Químicos Panamericanos S.A.	6.182.770
890900161	Productos Familia S.A.	2.817.102
860015753	Colombiana Kimberly Colpapel S.A.	2.495.040
900041914	Avon Colombia S.A.S.	615.587
890905032	Prebel S.A.	433.026
900901001	Cala Colombia S.A.S.	330.139
800213511	Especialidades Oftalmológicas S.A.	251.188
890903310	Anhidridos y Derivados de Colombia S.A.	137.761
890917780	Electroquímica West S.A.	123.663
900711875	Comercializadora Internacional Rubicam S.A.S.	86.197
811023371	Mane Sucursal Colombia	47.112
900161367	Ixom Colombia S.A.S.	43.035
800011002	Tecnas S.A.	36.114
890300684	Reckitt Benckiser Colombia S.A.	32.396
Subtotal empresas exportadoras		51.921.934
Otras empresas exportadoras		430.069
Total exportaciones de Antioquia		52.352.003

Fuente: cálculos propios con base en información de importaciones del (Dane, 2018)



Importaciones de Antioquia de jabones y detergentes

Las importaciones de Antioquia para el rubro de jabones y detergentes totalizaron US\$32.841.136, y estuvieron lideradas por las subpartidas 3402200000, 3402139000 y 3402909900, las cuales, en su conjunto, dieron cuenta del 53,1% de las compras externas del Departamento.

Importaciones de Antioquia de jabones y detergentes – 2.018		
Código	Descripción	Importaciones (US\$)
3402200000	Preparaciones tensoactivas, para lavar (incluidas las preparaciones auxiliares de lavado) y preparaciones de limpieza acondicionadas para la venta al por menor.	8.587.183
3402139000	Los demás agentes de superficie orgánicos no iónicos, incluso acondicionados para la venta al por menor.	4.853.106
3402909900	Las demás preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar y preparaciones de limpieza, aunque contengan jabón excepto los de la partida 3401.	4.002.572
3401199000	Los demás jabones, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos, y papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes.	2.765.058
3401300000	Productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón.	2.096.323
3401200000	Jabón en otras formas.	2.022.716
3402131000	Agentes de superficie orgánicos no iónicos, obtenidos por condensación del óxido de etileno con mezclas de alcoholes lineales de once carbonos o más.	1.719.275
3402119000	Los demás agentes de superficie orgánicos, aniónicos, incluso acondicionados para la venta al por menor.	1.570.221
3402901000	Detergentes para la industria textil.	1.422.442
3402129000	Los demás agentes de superficie, orgánicos catiónicos, catiónicos, incluso acondicionados para la venta al por menor.	1.381.495
3401110000	Jabones, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos de tocador (incluso los medicinales), en barras, panes o trozos, o en piezas troqueladas o moldeada.	860.155
3402111000	Sulfatos o sulfonatos de alcoholes grasos, incluso acondicionados para la venta al por menor.	804.069
3402199000	Los demás agentes de superficie orgánicos, incluso acondicionados para la venta al por menor.	547.200
3402121000	Sales de aminas grasas, catiónicos, incluso acondicionadas para la venta al por menor.	149.057
3401191000	Jabones y preparaciones orgánicos tensoactivos, en barras, panes o trozos, o en piezas troqueladas o moldeadas.	54.265
3402909100	Preparaciones tensoactivas a base de nonyl oxibenceno sulfonato de sodio.	4.547
3402191000	Proteínas alquibetainicas o sulfobetainicas.	1.452
Total importaciones		32.841.136

Fuente: cálculos propios con base en información de importaciones del (Dane, 2018)

H. PRINCIPALES FERIAS RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA DE JABONES Y DETERGENTES

INTERNACIONALES

- **The Cleaning Show, la feria (16 al 18 de marzo de 2.021, Excel London, Londres, Reino Unido):** La Feria de la Limpieza, The Cleaning Show, es el evento que proporciona una oportunidad única para que las empresas de la industria de la limpieza de y los servicios afines presenten sus productos y servicios a un público internacional. La feria es la plataforma perfecta donde conocer a nuevos clientes, lanzar nuevos productos, llevar a cabo presentaciones de productos y beneficiarse de la visibilidad mediática. (The Cleaning Show 2021, 2019)
- **Hygienalia + Pulire, la feria (13 al 15 de noviembre de 2.019, Recinto Ferial de la Casa de Campo, Madrid):** es el encuentro ferial más grande del sector de la limpieza, la higiene profesional y la lavandería de España. En 2019 celebrará su quinta edición, un concepto ferial basado en 3 pilares: negocio, ideas y conocimiento. Atendiendo a las necesidades comerciales de los expositores a la vez que se aportan ideas útiles a los visitantes que son incorporadas en su día a día. (Hygienalia + Pulire, 2019)
- **CleanExpo, la feria (29 al jueves 31 octubre 2.019, Crocus Expo, Moscú, Rusia):** La exposición internacional CleanExpo está dedicada a la industria de limpieza y se realiza en San Petersburgo, Rusia. En la feria participan los principales fabricantes mundiales de equipos de limpieza y productos químicos. Aquí se encuentran equipos profesionales de limpieza y detergentes, equipos de la limpieza industrial, equipos de servicios, productos sanitarios e higiénicos, equipamientos, productos químicos y tecnologías para encargados de limpieza e instalaciones de lavado y secado de ropa. Muchas compañías extranjeras han elegido CleanExpo como medio para entrar en el mercado ruso. CleanExpo anualmente muestra nuevos equipos y tecnologías, y refleja las tendencias del mercado. Dentro de la feria se celebran seminarios, presentaciones, mesas redondas y conferencias. (CleanExpo, 2019)
- **Expo Clean, la feria (junio 2021, Centro Costa Salgueiro, Buenos Aires, Argentina):** Es el único evento específico del sector en el que se dan cita los profesionales de limpieza e higiene industrial, empresarial, urbana y de áreas libres. Es el escenario ideal para presentar novedades tecnológicas, productos, construir imagen, tomar contacto con mercados de distintos puntos del país y región, fidelizar clientes, contactar potenciales clientes, y por sobre todas las cosas, generar oportunidades de negocio. Expo Clean es una respuesta a la necesidad concreta del sector de la limpieza e higiene empresarial, industrial y urbana. Un espacio para encontrar la mayor cantidad de productos y servicios que le permitan expandir su negocio y desarrollar su tarea eficientemente. Es el encuentro cara a cara de los Profesionales de la Limpieza con el dinámico mundo de sus Proveedores. (ExpoClean 2021, 2019)

- **Expo y Venta ANAM 2.020, la feria (8 al 10 de septiembre de 2.020, Centro de Convenciones de Puebla, México):** Ideado por la Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas (ANAM), Exposición y Venta ANAM es un espacio donde se dan cita las principales marcas del país para mostrar sus productos y servicios a las empresas mayoristas distribuidoras. Alimentos, productos de higiene y belleza personal, artículos de limpieza, telefonía y tecnología para el hogar o materiales, equipos y herramientas para las empresas al por mayor son algunas de las propuestas de Exposición y Venta ANAM para el visitante profesional. (Expo Anam 2020, 2019)
- **Higiexpo 2.021, la feria (17 AL 19 DE AGOSTO DE 2.021, São Paulo Expo Exhibition & Convention Center, Brasil):** Higiexpo es la feria más importante del mercado de la limpieza profesional de América Latina. Este evento funciona como una gran vitrina en el que se muestran los últimos lanzamientos en productos, máquinas y servicios de limpieza de las principales empresas del sector de Brasil, y también del resto del continente. Reúne a los profesionales calificados y a los principales líderes del sector, generando negocios e intercambio de informaciones y experiencias. (Higiexpo 2021, 2019)

I. **NORMATIVIDAD DE INTERÉS PARA LA FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES**

- **Decreto 1076 de 2.015:** “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible”.
- **Resolución 324 de 2.015:** “Por la cual se fijan las tarifas para el Cobro de los servicios de evaluación y seguimiento de licencias, permisos, concesiones, autorizaciones y demás instrumentos de control y manejo ambiental y se dictan otras disposiciones”
- **La Sección Primera del Consejo de Estado, mediante sentencia proferida dentro del expediente AP 25000-23-27-000-2001-9479-01 del 28 de marzo de 2.014 y ejecutoriada el 14 de agosto de 2.014, en el numeral 4.61, dispone:** “Ordenase al Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y al Ministerio de Salud y Protección Social, que en el término perentorio e improrrogable de doce (12) meses contados a partir de la ejecutoria de esta sentencia, expida el reglamento técnico definitivo que prohíba la fabricación, importación, distribución y comercialización de detergentes que contengan fósforo por encima de los límites máximos establecidos en la normatividad. Dichos ministerios deberán determinar un periodo de transición para la adopción de la medida acorde con las condiciones técnicas y económicas de la industria nacional, este hecho lo deberá acreditar y comunicar al juez de instancia so pena de incurrir en desacato a orden judicial”. (Autoridad Nacional de Licencias Ambientales, 2018)

- **Resolución 0689 de 2.016:** “Por la cual se adopta el reglamento técnico que establece los límites máximos de fósforo y la biodegradabilidad de los tensoactivos presentes en detergentes y jabones, y se distan otras disposiciones”
- **Resolución 837 de 2.017:** “Por la cual se modifican los artículos 10 y 14 de la Resolución 0689 de 2016”
- **Resolución 1770 de 2.018:** “Por la cual se modifica la Resolución No 689 de 3 de mayo de 2018”¹¹
- **CONPES 3874 de 2.016. DNP:** Política Nacional para la Gestión Integral de Residuos Sólidos.
- **Plan Nacional de Negocios Verdes:** El Plan deber ser entendido como un instrumento basado en su mayor parte en las actividades y labores que, desde un nivel local y regional, puedan desarrollarse para llegar luego a la consolidación de los Negocios Verdes en el ámbito nacional e internacional. En otras palabras, busca potenciar las ventajas comparativas ambientales en cada una de las regiones y permite que el ambiente sea una variable activa en la competitividad del país. (Minambiente, 2014)

¹¹ La adopción de un reglamento técnico, en el cual se establecen los límites máximos de fósforo y la biodegradabilidad de los tensoactivos presentes en detergentes y jabones de uso industrial, con la finalidad de proteger la salud y el ambiente de los efectos ocasionados por dichas sustancias. Por lo que está prohibido la fabricación, importación, distribución y comercialización de productos que superen los límites establecidos en la Resolución 0689 de 2.016, modificada por las resoluciones 837 de 04 de mayo de 2.017 y 1770 del 4 de mayo de 2.018.

J. MATRIZ FODA PARA LA INDUSTRIA DE JABONES Y DETERGENTES

Fortalezas:

- La participación de las empresas extranjeras en sectores como la producción de jabones y detergentes sigue siendo muy importante para el país, tanto por lo que representan en el total de su producción, por la transferencia tecnológica que hacen, trayendo al país las mejores prácticas mundiales; así como por su participación en los mercados interno y externo. Captar inversión extranjera en este importante subsector exige unas condiciones de estabilidad jurídica para la inversión que Colombia ha venido consolidando.
- Contar con una clase media que viene consolidándose, con un ingreso creciente, ha permitido que el consumidor nacional cada vez dedique una mayor proporción de sus ingresos a la compra de productos del aseo personal y del hogar, con mayor nivel de sofisticación y más amigables con el medio ambiente.

Oportunidades:

- La belleza continúa siendo un rubro importante en el gasto de los colombianos, en este sentido, se prevé que en los próximos dos años se llegue a facturar US\$4.171 millones, esto teniendo como base un aumento en el gasto per cápita. Igualmente, se proyecta que para el año 2.032, el país sea líder continental en la producción y exportación de productos cosméticos y de aseo que tengan como base principal los ingredientes naturales. (Informes Sectorial, 2019)
- El gobierno, a través del Plan de Transformación Productiva, propone diferentes planes de acción en el mediano y el largo plazo. En este sentido, poniendo como base de mediano plazo el periodo 2.019 – 2.020, el objetivo es alcanzar una mayor presencia de las empresas colombianas en el Triángulo Norte¹², Centroamérica y el Caribe; adicionalmente que se desarrollen políticas que lleven a las compañías a adoptar procesos de economía circular a través del aprovechamiento de envases y empaques. Con esto se elevará el consumo per cápita a través de campañas sectoriales y el desarrollo de nuevos productos, además de mejorar los costos y tiempos logísticos y de implementar las TIC en el sector. (Informes Sectorial - Emis, 2019)
- Las oportunidades de innovación para el subsector de jabones y detergentes están enfocadas en la generación de procesos industriales sostenibles los cuales deberán permitir la transformación de las diferentes materias primas e insumos que intervienen en el proceso productivo, en productos, subproductos, residuos y desechos que sean amigables con el medio ambiente; utilizando racionalmente la

¹² El *Triángulo Norte* de Centroamérica es el nombre con el que se conoce a los tres países centroamericanos de Guatemala, Honduras y El Salvador

energía, y mejorando de paso, la productividad de las empresas nacionales del subsector.

- El sector de aseo personal en Colombia tiene grandes oportunidades de ser competitivo a nivel internacional, teniendo presente la riqueza del país en términos de biodiversidad y la creciente preocupación de las personas por el bienestar personal, el cuidado de la piel y la prevención del envejecimiento en una población con mayores ingresos disponibles que prefiere productos de aseo personal naturales en los que además hay un aporte a la salud y el bienestar. Estas se constituyen en oportunidades de desarrollo e innovación para el sector de aseo personal. (Dnp, 2005)

Debilidades:

- El subsector económico de jabones y detergentes, requiere de regulación, pues son productos que pueden afectar además de la vida y la salud humana, el medio ambiente. La creciente y estricta legislación que deberá cumplir las empresas colombianas, incidirá negativamente en su desempeño y sostenibilidad futura, por lo cual, los empresarios deberán tener en cuenta los costos de dar respuesta a estos requerimientos legales.

Amenazas:

- Al mercado colombiano continúan llegando nuevas empresas productoras o importadoras, lo que genera mayor competencia, incidiendo de forma negativa en la producción nacional.
- El contrabando y comercialización de productos fraudulentos repercuten en los niveles de manufactura de nuevas mercancías. Es así como el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima) en conjunto con el CTI, encontraron inconsistencias en etiquetas, rótulos y números de lote de más de 2.400 unidades, que finalmente fueron decomisados por la autoridad. (Informes Sectorial, 2019)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El presente documento, parte de las generalidades de un subsector productivo, compuesto por un gran número de subpartidas arancelarias y un heterogéneo universo, de hecho se dificulta llegar a un aceptable nivel de profundidad del conocimiento del mercado que requeriría una empresa en particular que compita en cualquiera de los segmentos productivos que componen el subsector productos como lo son los jabones y los detergentes, por lo que el contenido de cada uno de los capítulos del documento, solo constituye un punto de partida para los estudios en la medida que demanden los empresarios de la Ciudad de cara a conocer a profundidad, el comportamiento de su mercado, sus competidores, los cambios en su entorno y las tendencias que marcarán la senda evolutiva de la producción al interior de sus empresas.
- Todas las empresas que componen este tipo de industrias, sin tener en cuenta su tamaño, deben cumplir con la legislación medioambiental relacionada con sus procesos productivos. Por lo tanto, todas las empresas se benefician del conocimiento de las técnicas de prevención de la contaminación que, si se llevan a cabo, pueden incrementar la capacidad de la industria para cumplir con este tipo de exigencias. Muchas empresas medianas y grandes han tenido éxito al identificar y considerar en su ámbito de acción, la prevención de la contaminación; así como al aplicar técnicas que les permiten realizar sus operaciones de manera eficiente y de conformidad con la protección del medio ambiente. Esta capacidad puede deberse en parte a que las empresas más grandes con frecuencia cuentan con los recursos financieros suficientes para llevar a cabo esta iniciativa. Las empresas pequeñas pueden tener limitaciones en cuanto a recursos, pero dado el posicionamiento en el mercado que este tipo de actuaciones medioambientales conllevan, deben intentar buscar alternativas de financiación, así como ayudas y subvenciones disponibles para el logro de tales objetivos. (Bizkaia, 1998)
- Cada vez más, la sostenibilidad se convierte en una parte esencial de la competitividad del sector de Cosméticos y Aseo en Colombia. La coyuntura económica actual del sector ha venido exigiendo cambios en su enfoque estratégico de gestión que busca identificarse en los diferentes mercados como un sector sostenible para poder competir en el contexto global. Es claro que la sostenibilidad representa en el presente la creación de múltiples oportunidades de crecimiento y consolidación económica para el sector. Hoy es posible, innovar en el uso de nuevos materiales, en el diseño de productos sostenibles, y en la colaboración con los proveedores para garantizar el uso de insumos producidos bajo principios éticos y de respeto por el medio ambiente que gozan de un creciente reconocimiento por parte del consumidor moderno. (Andi, 2016)

- La investigación de mercados utiliza diversas fuentes de información. Estas se agrupan en dos tipos fundamentales:
 - Las fuentes de información primaria que pueden ser a su vez, cuantitativas o cualitativas (generalmente tienen un costo significativo para las empresas, que depende del nivel de profundidad y de detalle que se requiera). La obtención de información a través de fuentes primarias implica la realización de estudios a la medida y/o actualizados con cierta regularidad.
 - Las fuentes de Información secundarias que se subdividen en internas y externas (se caracterizan por su bajo o nulo costo para una empresa)

En la medida en que cada uno de los empresarios, realice un análisis más o menos exhaustivo, sobre el tipo de bienes o servicios y la calidad que ofrece a su grupo objetivo de consumidores, deberá hacer uso de algunas técnicas cuantitativas adicionales (encuestas, sondeos, emails, etc.) y/o de otras más de carácter cualitativo (grupos focales, entrevistas, etc.) que le permitan obtener datos más precisos y más ajustados a su realidad particular, para adquirir un conocimiento más certero sobre la percepción y los gustos de su clientela actual y potencial, para llegar a ellos de una manera óptima, anticipando a la competencia.

- Para mejorar el alcance de una investigación de mercados “sectorial”, como la que se presenta en el documento, los empresarios de la Ciudad deberán realizar una adecuada segmentación de sus mercados objetivo; la cual consistirá en agrupar consumidores de acuerdo con las características que tengan en común. Un segmento de mercado se identifica por tener deseos, necesidades, actitudes similares, hábitos de compra muy similares, así como el poder adquisitivo. También los identifica el tipo de producto o servicio que usan en común y el ámbito territorial donde pretende actuar la empresa. Pero, ¿Cuáles son los factores que se deben considerar para hacer una segmentación de mercados?
 - Factores geográficos: diferencias culturales y áreas de distribución del producto
 - Factores demográficos: la edad, el sexo, el nivel de educación, la clase social y su estado civil.
 - Factores psicológicos: la personalidad, la percepción del consumidor, grupos de referencia, percepción de sí mismo.
 - Estilo de vida: la relación que puede existir entre los aspectos demográficos y psicológicos, además de las actividades e intereses de cada consumidor.
 - Uso del producto: la frecuencia con que se usa una marca o producto, la lealtad hacia él y el tipo de actitud que se tiene hacia el producto.
 - Beneficios del producto: la necesidad que el producto satisfaga, la percepción que se tiene de la marca, los rendimientos que produzca el producto.
 - Proceso de decisión: los hábitos de compra, del uso de los medios de comunicación, la búsqueda de la información para un producto, accesibilidad en el precio.

- Finalmente, una conclusión para los empresarios y usuarios del presente estudio es que cualquiera que sea su mercado objetivo, este será siempre cambiante y dinámico; por lo tanto, la información que se haya obtenido en un momento determinado tiende a modificarse continuamente. Los cambios se dan no sólo por las acciones que una empresa emprenda, sino que cuenta mucho la influencia de la competencia y del mercado en general. Siempre debe tenerse en cuenta que la investigación de mercados solo ayuda a reducir el riesgo, pero de ninguna manera, lo elimina, y es allí donde es importante entender el alcance y las limitaciones de un estudio de carácter general.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andi. (2016). Recuperado el 18 de octubre de 2019, de <http://proyectos.andi.com.co/cica/Documents/Cosmeticos/Informes/InformeSostenibilidad.pdf>
- Aula Natural. (27 de marzo de 2019). Recuperado el 5 de septiembre de 2019, de <https://aula-natural.com/que-es-y-como-se-usa-el-carbonato-de-sodio/>
- Autoridad Nacional de Licencias Ambientales. (2018). Recuperado el 17 de octubre de 2019, de <http://portal.anla.gov.co/registro-y-seguimiento-detergentes-y-jabones-uso-industrial>
- Belleza con un Propósito. (s.f.). Recuperado el 22 de septiembre de 2019, de <http://bellezaporunproposito.mx/la-historia-del-jabon/>
- Bizkaia. (1998). Recuperado el 10 de octubre de 2019, de http://www.bizkaia21.eus/biblioteca_virtual/descargar_documento.asp?idDoc=875&idArea=1&idPagina=124&volver=2&idioma=eu&pag=7&orden=5&tipoOrden=0
- CleanExpo. (2019). Recuperado el 18 de octubre de 2019, de <https://www.cleanexpo-moscow.ru/ru-RU/>
- Dane. (marzo de 2012). Recuperado el 18 de octubre de 2019, de https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf
- Dane. (31 de diciembre de 2018). Recuperado el 5 de junio de 2019, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional>
- Datlas Colombia. (2018). Recuperado el octubre de 2019, de <http://datlascolombia.com/#/location/1/source/industries/visualization/treemap/employment?endDate=2017&startDate=2017>
- Dinero. (16 de agosto de 2018). Recuperado el 20 de octubre de 2019, de <https://www.dinero.com/edicion-impresia/negocios/articulo/como-es-el-mercado-de-productos-de-aseo-para-el-hogar/261023>
- Dnp. (2005). Recuperado el 16 de octubre de 2019, de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Cosmeticos.pdf>
- DNP. (3 de agosto de 2018). Recuperado el 5 de octubre de 2019, de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/485.pdf>
- Esenzzia. (s.f.). Recuperado el 16 de octubre de 2019, de https://www.esenzzia.com/blog/78_como-se-hace-fabrica-el-jabon-pasos-elaboraci.html
- Expo Anam 2020. (2019). Recuperado el 19 de octubre de 2019, de <https://www.anam.mx/portal/eventos/expo-y-venta-anam-2018/icalevent.detail/2019/10/30/141/->

- ExpoClean 2021. (2019). Recuperado el 19 de octubre de 2019, de <https://www.expoclean.com.ar/brochure/>
- Higiexpo 2021. (2019). Recuperado el 19 de octubre de 2019, de <http://higiexpo.com.br/>
- Higienalia + Pulire. (2019). Recuperado el 19 de octubre de 2019, de <https://www.higienalia-pulire.com/>
- Informes Sectorial - Emis. (junio de 2019). Obtenido de Consultado bajo licenciamiento de EMIS
- Informes Sectorial. (junio de 2019). Recuperado el 15 de octubre de 2019, de Consultado bajo licencia de EMIS
- INTRACEN. (31 de diciembre de 2018). Recuperado el 15 de octubre de 2019, de <http://www.intracen.org/itc/analisis-mercados/estadisticas-exportaciones-producto-pais/>
- Intracen. (2019). Recuperado el 15 de octubre de 2019, de <http://www.intracen.org/itc/analisis-mercados/estadisticas-exportaciones-producto-pais/>
- Iquímicas. (s.f.). Recuperado el 18 de octubre de 2019, de <https://iquimicas.com/proceso-de-produccion-industrial-de-jabon/>
- La Guía Química. (11 de marzo de 2011). Recuperado el 16 de octubre de 2019, de <https://quimica.laguia2000.com/compuestos-quimicos/fabricacion-de-jabones>
- La Nota Económica. (9 de junio de 2019). Recuperado el 18 de octubre de 2019, de <https://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/ranking-2018-cosmeticos-y-productos-aseo-de-colombia.html>
- La República. (8 de julio de 2019). Recuperado el 20 de octubre de 2019, de <https://www.larepublica.co/empresas/asi-se-ha-movido-el-mercado-de-los-productos-para-el-cuidado-del-hogar-durante-los-ultimos-anos-en-colombia-2881913>
- Legiscomex. (2017). Recuperado el 18 de octubre de 2019, de <https://www.legiscomex.com/Documentos/informe-sectorial-sector-jabones-colombia-2017-rci318>
- Minambiente. (2014). Recuperado el 15 de octubre de 2019, de <http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/1385-plantilla-negocios-verdes-y-sostenibles-40>
- Portafolio. (8 de mayo de 2019). Recuperado el 22 de octubre de 2019, de <https://www.portafolio.co/economia/industria-cosmetica-y-de-aseo-consolido-su-crecimiento-en-el-2018-529342>
- Revista Arqhys. (03 de 2017). Recuperado el 16 de octubre de 2019, de https://www.arqhys.com/tipos_de_jabones.html.

Santos Nolasco, L. Y. (23 de abril de 2016). *ANÁLISIS DE MERCADO DE ARIEL DETERGENTE*. Trabajo de grado, Escuela de Negocios UAP, Santo Domingo (Rep. Dominicana). Recuperado el 18 de octubre de 2019, de https://www.academia.edu/31077461/An%C3%A1lisis_de_mercado_de_Ariel_detergente

The Cleaning Show 2021. (2019). Recuperado el 19 de octubre de 2019, de <https://cleaningshow.co.uk/london>

Vidasana. (s.f.). Recuperado el 4 de junio de 2019, de <http://vidasana.org/consumidor-responsable>

