

Seminario Web

Artículos de aseo para el hogar en Estados Unidos

Febrero, 2015



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

DEFINICIÓN Y ALCANCE

Consideraciones para el presente estudio

El mercado de artículos de aseo para el hogar en Estados Unidos es amplio y se divide en diferentes segmentos, entre los cuales se pueden encontrar productos que pueden abarcar diferentes nichos como muebles, artículos de jardinería, electrodomésticos, herramientas, productos de aseo entre otros.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente informe se centrará en el segmento de productos de aseo.

Los productos a analizar son:

- Traperos y toallas
- Escobas y cepillos
- Guantes de látex

SITUACIÓN DEL MERCADO

La recuperación de la economía repercute en el gasto de los hogares

Después de la crisis económica, los hogares estadounidenses especialmente de clase media y baja, han tomado una actitud conservadora en el gasto que hacen en productos para el hogar. En consecuencia:

- Los consumidores están mas interesados en el ahorro
- Suplen sus necesidades de una manera mas práctica
- Los productos amigables con el medio ambiente tienen gran acogida
- El mercado Online cada vez es más fuerte

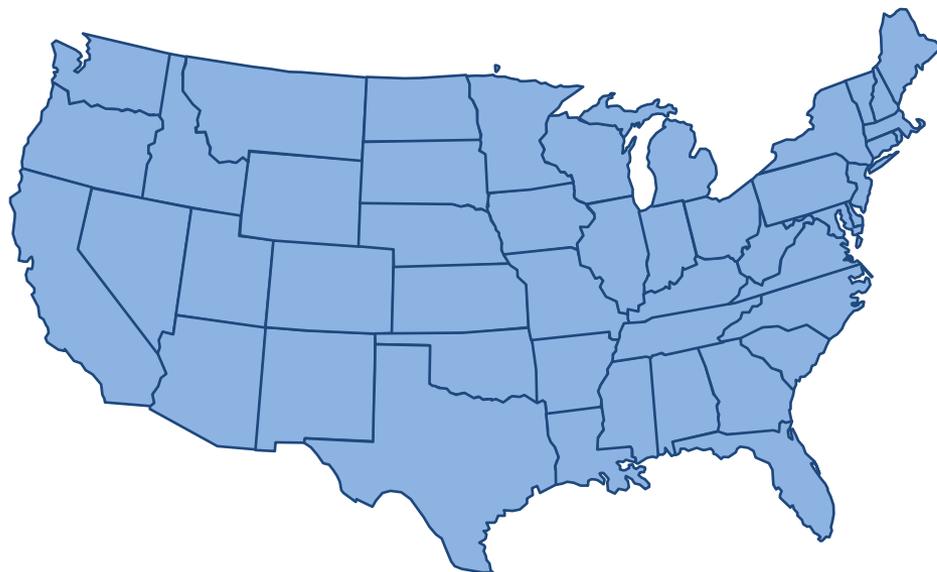
2,4 % Crecimiento de la economía de Estados Unidos 2014



Un mercado un alto potencial para artículos de aseo para el hogar

11,141

US\$ millones es el tamaño del mercado de artículos de hogar en 2013



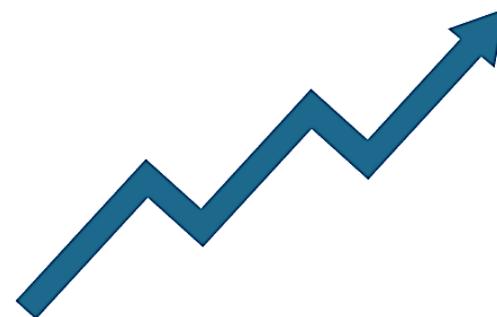
1,2%

Tasa de crecimiento anual compuesto del sector



US\$35,2

El gasto per capita en 2013 fue de



Fuente: Euromonitor Internacional - Homeware Statistics

PROCOLOMBIA.CO

El mercado de productos para el hogar está cambiando...

Diferentes factores socioeconómicos como la disminución del tamaño de las viviendas, familias más pequeñas, el envejecimiento de la población y el aumento del nivel adquisitivo de la población más joven ha llevado a que el mercado evolucione ajustándose a las necesidades.

Utensilios
multifuncionales

Prácticos al
momentos de usarlos

De menor tamaño

Fáciles de guardar



Fuente: Euromonitor Internacional - Homeware Statistics

La distribución de estos productos se encuentra fragmentada

Estos productos pueden adquirirse de diferentes formas, dependiendo de las necesidades del cliente (precio, funcionalidad, tiempo, calidad, distancia entre otros) .

Hipermercado y tiendas departamentales

Ofrecen una amplia gama de productos de diferentes precios y calidades, se enfocan en un segmento más tradicional y no tienden a vender productos especializados.



Tiendas especializadas

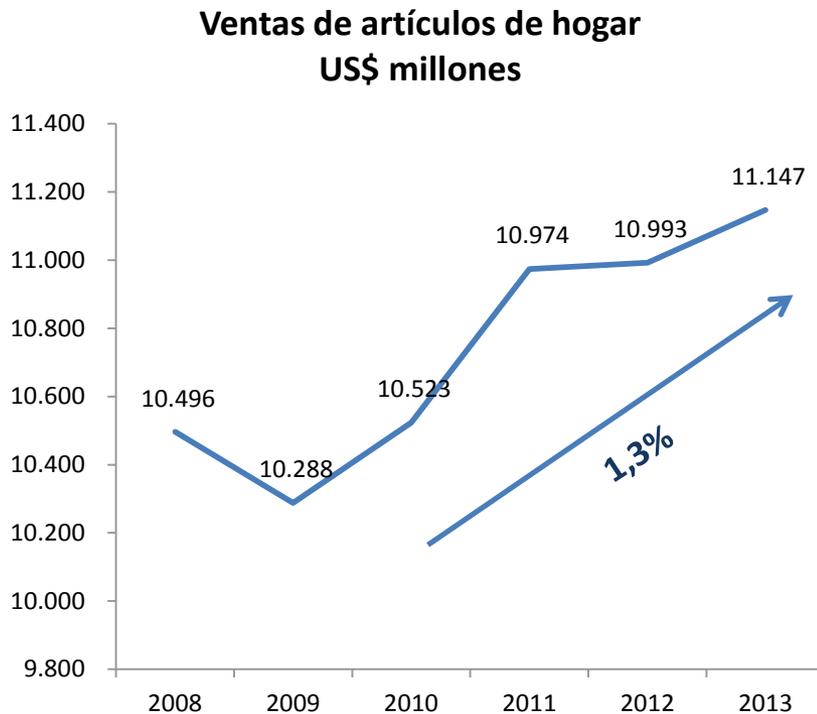
Centradas en una gama de artículos. Poseen un surtido de productos bastante profundo, con gran variedad de marcas y artículos accesorios. El personal se encuentra capacitado para asesorar sobre los productos

Ventas por internet

Las ventas online han tenido una explosión en los últimos años, dadas las comodidades que permite en términos de tiempo y desplazamiento, sumado a extensa oferta de productos que se encuentran y a los precios que ofrece

Un mercado en constante expansión

El mercado de artículos de hogar ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años.



Fuente: Euromonitor Internacional

1,3%

El crecimiento anual promedio de las ventas.

El mercado de artículos de hogar representa el **4,9%** de las ventas en 2013 del sector de dotación para el hogar y jardinería



IMPORTACIONES DEL MERCADO



El principal importador de estos productos a nivel mundial

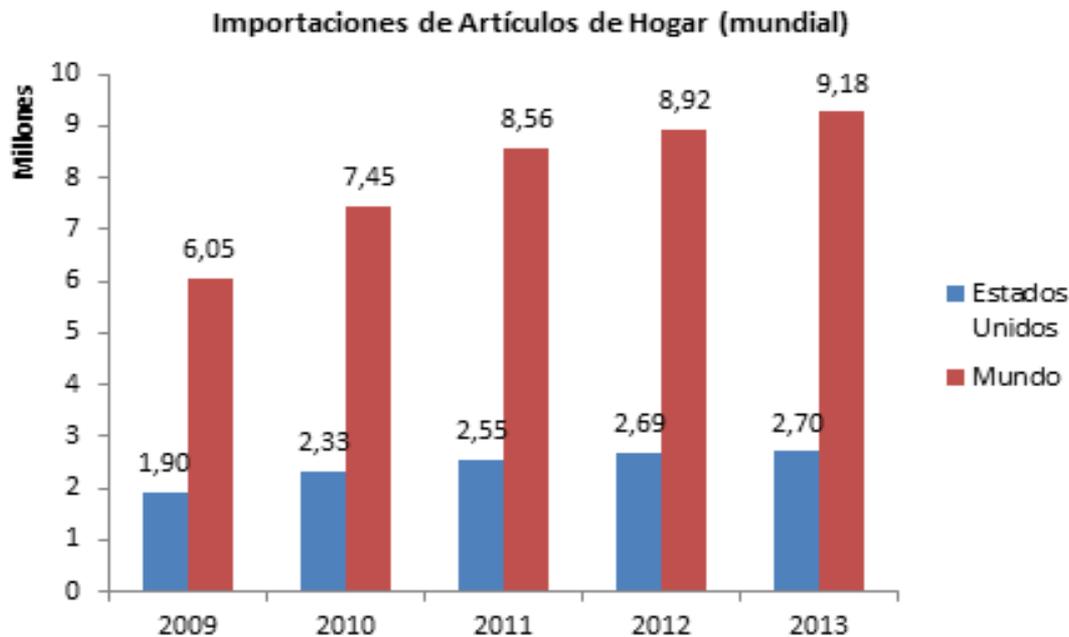
En el 2013, Estados Unidos representó **29,2%** de las importaciones totales del mundo para estos productos.

42,4%

Crecimiento de las importaciones 2009 - 2013

US\$805

Millones el incremento de 2009 al 2013



Fuente: [TradeMap](#)

Las importaciones se encuentran concentradas en 5 países

Origen de las importaciones de artículos de hogar en Estados Unidos (USD Miles)

País	FOB 2009	FOB 2010	FOB 2011	FOB 2012	FOB 2013
Malasia	655.798	907.625	987.485	1.012.055	1.013.419
China	479.582	544.703	597.013	642.274	678.416
Tailandia	323.585	390.683	437.110	488.496	455.570
México	84.834	93.901	86.552	114.468	126.708
Indonesia	93.779	104.161	111.904	103.720	99.198
Otros	261.212	293.277	325.841	327.700	331.174
Mundo	1.898.790	2.334.350	2.545.905	2.688.713	2.704.485

Fuente: TradeMap

Dentro del total importado por Estados Unidos la participación de Latinoamérica es tan solo de **5,9%**

79% Representa México en las exportaciones de Latinoamérica

Fuente: TradeMap – Cálculos ProColombia

PROCOLOMBIA.CO

87%

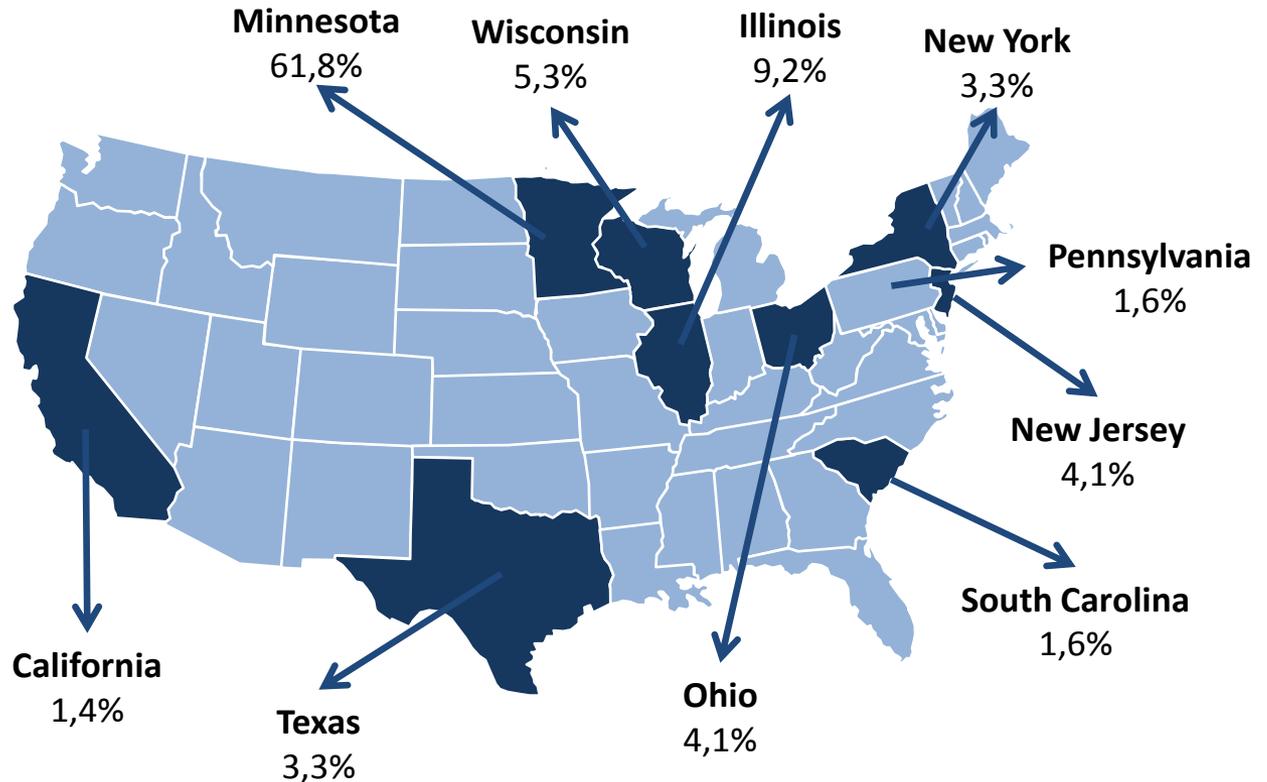
De las importaciones corresponden a países asiáticos.

1%

La participación de Colombia dentro de las importaciones de Estados Unidos en 2013

El medio oeste concentra el 75% de las importaciones

Minneapolis es la ciudad con el mayor registro de importaciones (55%)



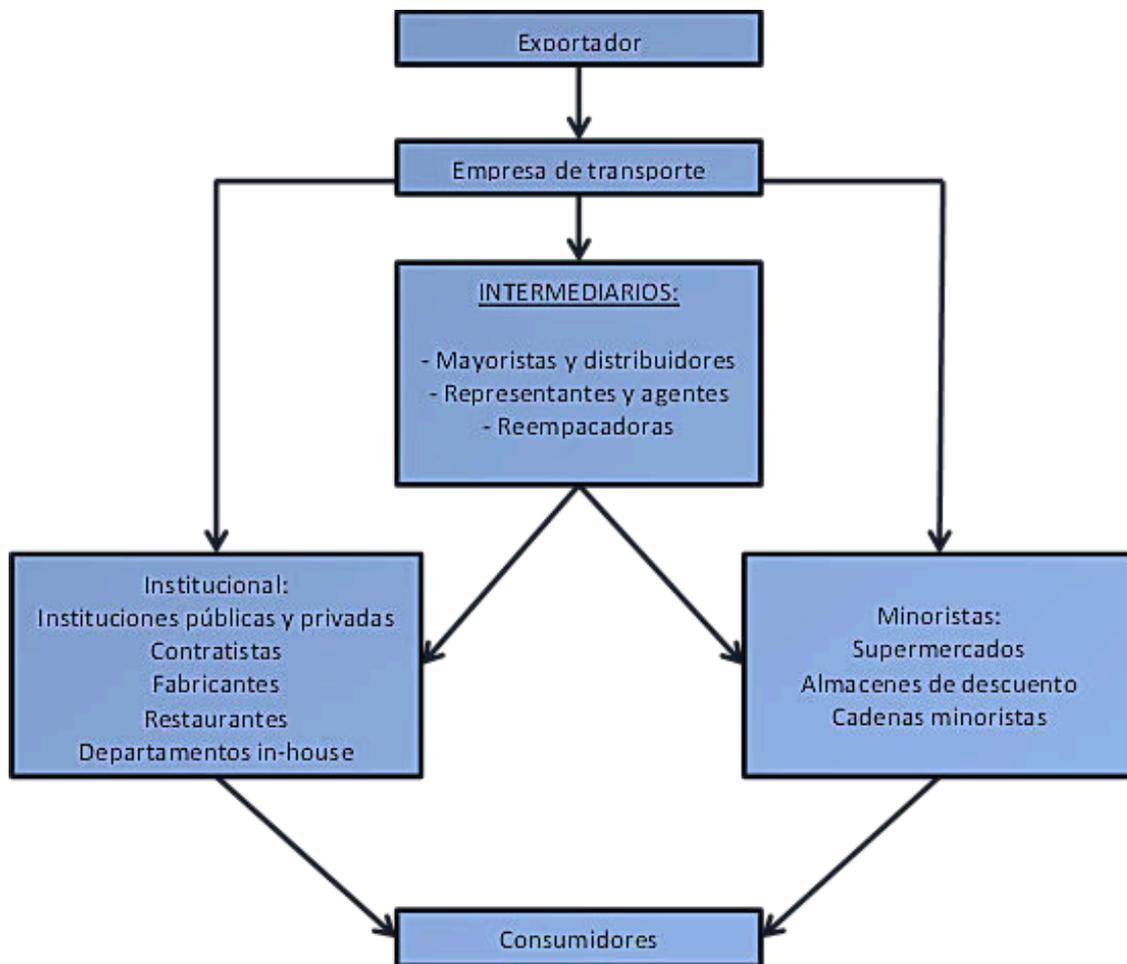
95% De las importaciones se concentra en 10 estados

Fuente: PIERS - Calculos Procolombia

PROCOLOMBIA.CO

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Existen diferentes canales debido al tamaño del mercado



2.070

El número de distribuidores y mayoristas especializados en productos de aseo que están registrados en la asociación estadounidense de productos de aseo (ISSA).

Distribuidores y mayoristas

Es un comerciante que compra por volumen buscando descuento y revende a los otros canales. Generalmente, tiene inventario y mantiene un suministro suficiente para abastecer al mercado. Es un canal adecuado para empresas que puedan generar volumen y competir en precio.



Representantes y agentes

Se recomienda que se especialicen en un estado determinado y en productos selectos. El uso de un agente es la mejor alternativa cuando ya se cuenta con negocios en el mercado.

Minoristas

Es dinámico y cuenta con un constante flujo de mercancías. El contacto con ellos es primordial (eventos o networking). No todos están interesados en trabajar con el productor directamente, se recomienda ofrecer una propuesta de valor basada en la calidad y no en el precio.



Venta directa

Se recomienda para empresas que han identificado a un grupo de compradores o un segmento de mercado específico. Las ventas por internet son muy bien vistas pero se debe contar con una plataforma fácil de usar en inglés, teniendo como prioridad los tiempos de entrega.



Las ventas directas principalmente enfocadas a:

1.800

Contratistas de limpieza registrados en la base ISSA que prestan servicios a instituciones educativas, aeropuertos, hospitales, hoteles, laboratorios, museos y librerías.



ANÁLISIS MERCADO PRODUCTO

Análisis por producto - Traperos

Canal	Precio Promedio USD	No de Unidades	Origen
Mayorista	9,89	1	
	70,99	6	
	99,99	12	
Minorista	6,39	1	
Almacén de Membrecía	3,99	1	

Muestra base de 5 tiendas en Estados Unidos (Jetto Cash & Carry, Presidente Supermarket, Sedano's, Publix y Winn dixie)

Presentación del producto - Traperos

La presentación es sencilla y práctica para los consumidores, normalmente se encuentran envueltos en bolsas plásticas o caja de cartón con un estampado que contiene la marca, el nombre del producto, las características, los materiales, el origen del producto y el código de barras.



Análisis por producto - Escobas

Canal	Precio Promedio USD	No de Unidades	Origen
	5,99	1	
Mayorista	49,99	6	
	69,99	12	
Minorista	4,99	1	
Almacén de membresía	11,99	2	

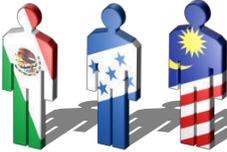
Muestra base de 5 tiendas en Estados Unidos (Jetro Cash & Carry, Presidente Supermarket, Sedano's, Publix y Winn dixie)

Presentación del producto - Escobas

Generalmente cuenta con una protección en cartón que cubre la mitad de la cabeza donde se encuentra las cerdas, cuenta con una calcomanía en la base, la información del producto esta en una calcomanía con el código de barras, la marca y en algunos casos el origen.



Análisis por producto - Guantes

Canal	Precio Promedio USD	No de Unidades	Origen
Mayorista	36,99	20 - 40	
	45,99	40 - 80	
	65,99	+ 100	
Minorista	3,99	1	

Muestra base de 5 tiendas en Estados Unidos (Jetro Cash & Carry, Presidente Supermarket, Sedano's, Publix y Winn dixie)

Presentación del producto - Guantes

Al por menor los productos están empacados en plástico o cajas de cartón. Dependiendo de la presentación pueden venir en pares de 1, 6 o hasta 15. Se encuentran diferentes tipos de materiales como látex, vinilo y nitrilo. Se debe especificar el origen del producto, el material y la talla en el empaque, es apreciado si se especifica el color.



Al por mayor generalmente se ofrecen en cantidades de entre 30 hasta 250 pares. La presentación regular es en cajas de cartón donde se pone la información del producto como tamaño, color y material, de igual forma en algunos casos el empaque se encuentra dividido en secciones donde se pueden ofrecer diferentes alternativas en tamaños y otras características.



REGLAMENTACIÓN Y REQUISITOS DE IMPORTACIÓN

Para ingresar al mercado tenga en cuenta

Dentro del análisis realizado se ha encontrado que no existen restricciones para las importaciones de este tipo de producto en Estados Unidos.

Dentro de los documentos exigidos por el CPSA (Consumer Product Safety Commission) se encuentra el **Certificado de conformidad** el cual certifica que el producto cumple con todas las reglas; es responsabilidad del importador contar con este producto.

El producto exportado debe tener como mínimo: fecha y lugar de fabricación, fecha y lugar donde fue probado el producto, nombre de cada una de las partes, dirección completa, número telefónico, e información de contacto del responsable de registrar los resultados de las pruebas del producto.



Fuente: Trade Wizards: <http://wizards.managementdynamics.com/tw/mdi/html/desktop/desktop.jsp>

Certificaciones



Se recomienda tener la certificación **ISO 9001** en este tipo de productos, la ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

(<http://www.normas9000.com>)

Impuesto a la importación

Los artículos de hogar analizados están sujetos al siguiente arancel

Sub partida arancelaria	Descripción o nombre del producto	Arancel General	Arancel TLC Colombia
9603909000	Los demás cepillos y brochas, aunque sean partes de máquinas, de aparatos o de vehículos, escobas mecánicas de uso manual, excepto las de motor, pinceles y plumeros; rasquetas de caucho o materias flexibles análogas.	2.8%	Free
4015199000	Los demás guantes de caucho vulcanizado sin endurecer para cualquier uso.	14%	Free
6805300000	Abrasivos naturales o artificiales en polvo o en gránulos, con soporte de otras materias, incluso recortados, cosidos o unidos de otra forma.	0%	Free

Fuente: World Tariff - 2014.

El tratado de libre comercio con Estados Unidos permite que todo los productos tengan un trato preferencial y entrar al mercado con 0% de tarifa.



GRACIAS

GRACIAS
MERCİ
THANK YOU
OBRIGADO
DANKE
TEŞEKKÜRLER
СПАСИБО
谢谢
ありがとう
감사합니다