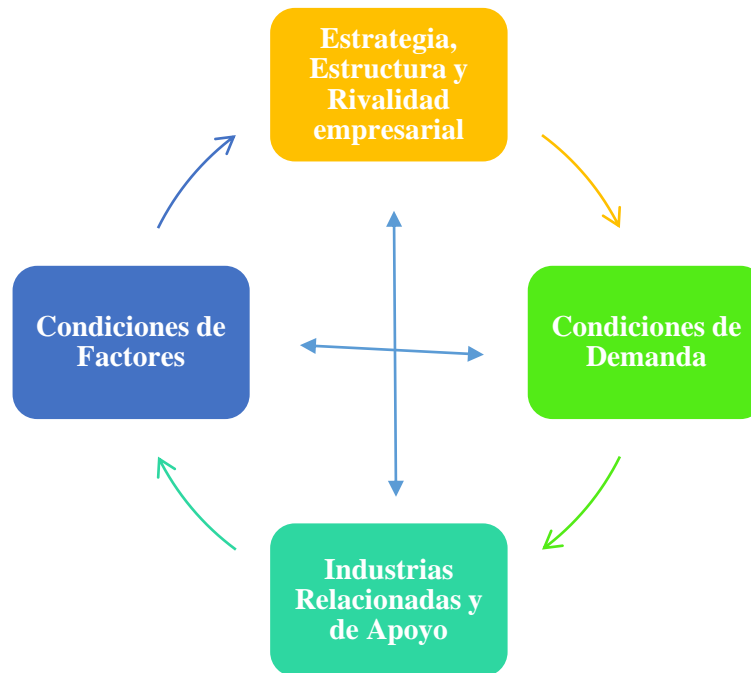


## DIAMANTE DE PORTER



## CONDICIONES DE LOS FACTORES

El sector de la confitería sin CHOCOLATE se caracteriza por orientar sus esfuerzos a incrementar su potencial exportador y a fortalecer el mercado interno de tal manera que puedan ser altamente competitivos frente a productos importados. Para ello, han realizado importantes inversiones en tecnología y en investigación de mercados, con el fin de mantener altos estándares de calidad y estar a la vanguardia en los gustos y preferencias de los consumidores que están en continuo cambio.

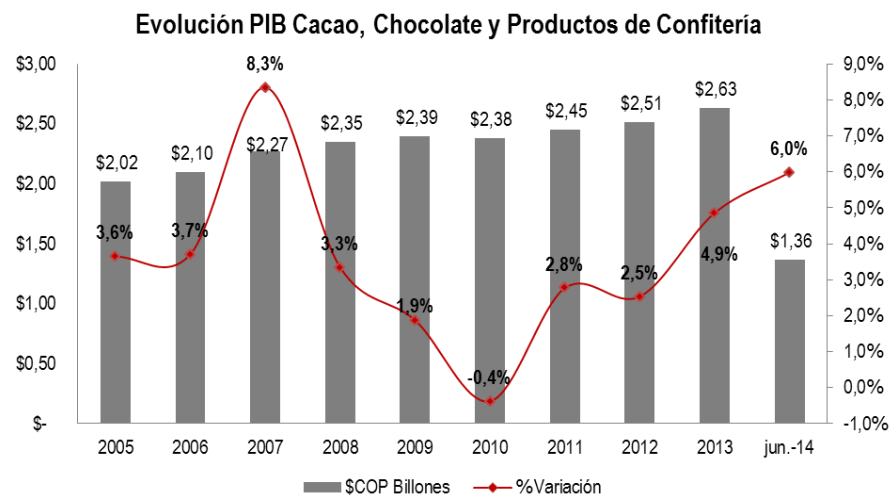
Casi todos los productos elaborados por la industria de la confitería cuentan con sellos de calidad y las empresas están certificadas o en proceso de obtener la certificación en la norma ISO9000, referente a la gestión de la calidad empresarial.

De igual forma, para la producción tipo exportación de confites, las compañías han realizado grandes inversiones en instalaciones y en maquinaria, que usualmente provienen de Italia y de EE UU.

Pese a los mitos entorno al azúcar, el sector basado en innovación y apertura de nuevos mercados ha presentado un crecimiento relevante y se ha convertido en una de las pocas industrias con buen desempeño en Colombia.

En Colombia, los confites y los chocolates tienen una participación significativa en la industria nacional en cuanto a producción, exportaciones y valor agregado, además es un gran consumidor de materias primas del agro y de toda clase de servicios asociados a la producción industrial (consumo intermedio), lo que lo convierte en una locomotora de este importante sector de la economía. Este subsector genera además más de 28 mil empleos directos y un número superior de indirectos, por sus encadenamientos con el eslabón proveedor de materias primas e insumos. Sus productos se exportan desde hace más de 50 años y tienen presencia en más de noventa países.

Según Euromonitor, el gasto de un colombiano en promedio en confitería es del orden de los COP \$11.627 al año y el consumo no alcanza el kilogramo (0,8 Kg). Por su parte, el gasto per cápita de chocolates es del orden de los \$10.338 con un consumo de 0,3 kilogramos.



[https://www.sectorial.co/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=51256&Itemid=402](https://www.sectorial.co/index.php?option=com_k2&view=item&id=51256&Itemid=402)

En el Programa de Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, del cual hace parte el sector, están definidos dos eslabones. Uno es el de la producción

de materia prima –en particular el cacao–, que ocupa a más de 35.000 familias en distintas regiones del país y que cuenta con un área de producción cercana a las 150.000 hectáreas.

Según datos del Ministerio de Comercio, el 80 por ciento de las exportaciones corresponde a artículos de confitería sin cacao, el 14 por ciento son chocolates y otras preparaciones alimenticias que contienen cacao, y alrededor de 5 por ciento tiene que ver con ventas de cacao en grano o en polvo.

Este sector ha sido el vehículo para que más empresas en distintas regiones sean exportadoras. Los primeros departamentos son Valle del Cauca, Caldas, Bogotá, Antioquia y Santander, tanto la producción de materias primas e insumos, como la manufactura para obtener productos intermedios y finales, hacen parte de un sector de alto potencial y por eso tienen planes de negocio de la mano del Gobierno, para que las empresas logren ser más competitivas frente a sus pares de otros países.

Existen 1.780 empresas registradas en el sector, el 98 por ciento son micro y pequeñas empresas, lo que realmente sucede es que las 10 compañías más grandes responden por el 99 por ciento de las ventas del sector.

## CONDICIONES DE LA DEMANDA

En Colombia, la industria de la confitería ha tomado relevancia dada la creciente demanda mundial por parte de los consumidores de todas las edades y la ventaja a nivel mundial que representa el producir internamente sus principales materias primas que son el cacao, el azúcar y la glucosa. Es por esto que las empresas confiteras y chocolateras colombianas han apostado a la inversión en investigación y desarrollo, y a la adquisición de infraestructura y maquinaria necesaria para llevar a cabo esta actividad con el fin de fortalecer el mercado interno y así aumentar la competitividad en el

ámbito internacional potencializando las exportaciones que se dirigen principalmente hacia Venezuela, Ecuador y Estados Unidos.

Adicionalmente, el crecimiento en la producción permitió satisfacer la demanda interna y generar excedentes para la exportación con lo que se comenzó a abrir mercados internacionales.

| Chocolatería y Confitería: Principales mercados de exportación    |                     |                    |                   |                   |
|---|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| Destinos / productos  | Valores (us \$ fob) |                    |                   |                   |
|   | 2011                | 2012               | ene-2012          | ene-2013          |
| <b>Venezuela</b>  | <b>101.024.703</b>  | <b>111.846.388</b> | <b>8.687.075</b>  | <b>5.830.677</b>  |
| Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco). | 81.855.608          | 92.438.246         | 6.858.531         | 4.893.826         |
| Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. | 18.484.292          | 19.131.093         | 1.789.184         | 936.851           |
| Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.         | 684.803             | 277.050            | 39.360            | -                 |
| <b>Estados Unidos</b>   | <b>31.136.499</b>   | <b>37.818.078</b>  | <b>1.893.804</b>  | <b>2.749.294</b>  |
| Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco). | 23.897.257          | 30.714.208         | 1.436.985         | 2.012.584         |
| Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. | 5.588.398           | 5.281.588          | 406.729           | 630.701           |
| Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.         | 570.341             | 873.438            | 50.090            | 106.009           |
| Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.                | 1.080.503           | 948.842            | -                 | -                 |
| <b>Ecuador</b>  | <b>33.817.586</b>   | <b>36.347.814</b>  | <b>2.959.448</b>  | <b>2.654.465</b>  |
| Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco). | 22.790.638          | 24.115.008         | 1.672.579         | 1.852.394         |
| Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. | 10.992.915          | 12.086.404         | 1.286.869         | 802.070           |
| Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.         | 34.034              | 146.401            | -                 | -                 |
| <b>Perú</b>   | <b>33.633.434</b>   | <b>34.155.687</b>  | <b>1.404.607</b>  | <b>2.425.612</b>  |
| Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco). | 30.981.494          | 31.391.785         | 1.213.911         | 2.224.694         |
| Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. | 2.651.939           | 2.760.839          | 190.696           | 200.918           |
| Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.         | -                   | 3.062              | -                 | -                 |
| <b>Angola</b>   | <b>6.331.099</b>    | <b>10.956.496</b>  | <b>414.580</b>    | <b>1.096.751</b>  |
| Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco). | 6.331.099           | 10.956.496         | 414.580           | 1.096.751         |
| <b>Chile</b>  | <b>12.197.244</b>   | <b>13.755.261</b>  | <b>1.403.117</b>  | <b>641.146</b>    |
| Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco). | 11.663.058          | 13.102.100         | 1.326.398         | 595.816           |
| Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. | 492.954             | 588.524            | 76.719            | 45.329            |
| Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.         | 41.232              | 64.636             | -                 | -                 |
| <b>Sudáfrica, República de</b>                                    | <b>7.653.395</b>    | <b>4.907.744</b>   | <b>389.613</b>    | <b>625.555</b>    |
| Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco). | 6.022.139           | 3.111.487          | 278.309           | 379.234           |
| Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. | 1.631.256           | 1.796.257          | 111.304           | 246.321           |
| Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.         | -                   | -                  | -                 | -                 |
| <b>España</b>   | <b>4.541.895</b>    | <b>3.580.843</b>   | <b>98.238</b>     | <b>586.025</b>    |
| Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.                | 1.276.773           | 1.242.891          | -                 | 316.624           |
| Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco). | 3.054.881           | 1.991.999          | 61.296            | 237.232           |
| Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. | 202.460             | 340.737            | 36.943            | 32.169            |
| Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.         | 7.781               | 5.215              | -                 | -                 |
| <b>México</b>   | <b>921.501</b>      | <b>1.001.371</b>   | <b>-</b>          | <b>548.512</b>    |
| Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.                | -                   | 311.517            | -                 | 548.512           |
| Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco). | 132.341             | 146.857            | -                 | -                 |
| Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. | 786.746             | 542.997            | -                 | -                 |
| Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.         | 2.415               | -                  | -                 | -                 |
| <b>Emiratos Arabes Unidos</b>                                     | <b>4.558.939</b>    | <b>6.414.664</b>   | <b>98.952</b>     | <b>527.898</b>    |
| Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco). | 4.558.939           | 6.403.514          | 98.952            | 527.898           |
| Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. | -                   | 11.150             | -                 | -                 |
| <b>Total general</b>  | <b>337.413.770</b>  | <b>344.697.686</b> | <b>21.982.106</b> | <b>23.221.996</b> |

Fuente: [https://www.ptp.com.co/documentos/Producci%C3%B3n%20Empleo%20Exportaciones\\_Enero%202013.pdf](https://www.ptp.com.co/documentos/Producci%C3%B3n%20Empleo%20Exportaciones_Enero%202013.pdf)

Para el año 2014, la facturación de la categoría de confitería (dulces blandos y duros, y colombinas) sería de 569.000 millones de pesos anuales. Ese monto es mayor en 20 por ciento al registrado en el 2009 (474.100 millones de pesos).

El volumen comercializado para este año se estima en 39.200 toneladas, en tanto que para el 2019 se estima en 41.800. El gasto de un colombiano en promedio en dulces es del orden de los 11.627 pesos al año y el consumo no alcanza el kilogramo (0,8), dice Euromonitor.

La demanda internacional crece cada día, el factor de la cultura hace tener un mercado principal latinoamericano, donde las eventualidades en las que suele usarse el consumo de masticables y productos de esta clase cada vez es más fuerte. Incluso por ser productos de muy bajo costo, las personas tienden a comprarlos sin ser esto algo de relevancia para sus economías.

## INDUSTRIAS RELACIONADAS Y DE APOYO

La industria confitera de Colombia se ha caracterizado por contar con excelentes redes de distribución, que normalmente son manejadas de forma directa por las compañías y que les ha permitido llegar a todo el país de manera eficiente.

Dichas redes de distribución se han convertido en una de las grandes fortalezas de las empresas confiteras porque les permite conocer muy bien las necesidades de los clientes finales y asegurar que los productos estén exhibidos en la mayor cantidad de puntos de venta. Lo que además las ha llevado a destacarse como distribuidoras exclusivas de importantes marcas mundiales.

En Colombia, las empresas más representativas del sector manejan cuatro canales: el canal tradicional, que son las tiendas; el canal de autoservicio, que son las grandes superficies; los puntos de venta directos de las compañías, y los distribuidores que se encargan de atender los puntos de venta donde la red propia de las compañías no tiene cubrimiento.

Según estadísticas de la empresa confitera Colombina, el canal tradicional está compuesto por aproximadamente 250.000 tiendas y es el más importante, ya que a través de este se efectúan cerca del 70% de las ventas que se realizan.

La producción y consumo mundial de azúcar registraron tasas de crecimiento de 4,8% y 3,0% respectivamente durante el año 2013.

Según Asocaña durante el año 2013 la producción mundial llegó a los 183 millones de toneladas métricas y el consumo se acercó a los 173 millones, lo cual permitió un incremento anual

del 11% en los inventarios mundiales. Cifras de la Organización Internacional del Azúcar muestran que más de 100 países intervienen en la oferta mundial del azúcar a través de la caña de azúcar (78,7%) y la remolacha (21,3%). En Colombia, al cierre de 2013 la producción de azúcar representó el 0,16% del PIB nacional y el 1,39% del PIB industrial. A su vez, la producción del sector registró un crecimiento del 2,4% durante el año al alcanzar 2,13 millones de toneladas frente a 2,08 millones de toneladas que se produjeron en 2012.

## ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD EMPRESARIAL

Las compañías más importantes a nivel mundial son Mars Inc. (EE.UU.), Mondelez International (EE.UU.), Nestlé SA (Suiza), Hershey Co (EE.UU.) y Ferrero Group (Italia).

La primera empresa latinoamericana situada en ese ranking es Arcor (Argentina), la cual se ubica en el puesto número nueve en participación de mercado, seguido de la empresa mexicana Grupo Bimbo, ubicada en el puesto 23. En tanto, la empresa colombiana mejor posicionada es Colombina SA, que se encuentra en el puesto 43.

En Colombia se reconocen tres compañías que sobresalen en el desarrollo de este mercado. La principal chocolatera colombiana, el grupo Nutresa, fue fundada en 1920 y actualmente hace presencia en doce países; cuenta con planta en ocho de ellos y ha alcanzado ventas cercanas a los 301,9 billones de pesos colombianos anualmente, con lo cual abarca el 25,9% del mercado nacional

Por otro lado, Colombina S.A. es una empresa vallecaucana en constante crecimiento, al punto tal que logra vender 262,9 billones de pesos colombianos al año, posicionándose en el segundo puesto a nivel nacional y en los primeros 50 de la industria a nivel mundial.

Finalmente, Aldor es otra compañía vallecaucana fundada más exactamente en la ciudad Cali que ha incursionado en el comercio internacional desde 1993, y poco a poco se ha ido consolidando como una potencia caleña en esta materia, la que ha apostado a la inversión en el sector, aumentando constantemente su producción.

En 2013, Colombina cedió terreno frente a Casa Luker que ascendió al segundo lugar al superar a Nacional de Chocolates. Más atrás se posicionaron Cadbury Adams Colombia, Super de Alimentos con su subordinada Golosinas Trululu, Comestibles Aldor, y Confitecol.

[http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/col est confiteria 11.pdf](http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/col_est_confiteria_11.pdf)

<http://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/colombia-en-el-mundo-de-la-confiteria-y-la-chocolateria>

<http://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Ranking-2013-sector-chocolates-y-confiteria-de-Colombia.html>