

SELECCIÓN DE MERCADO

KATHERINE JOHANA GUALDRON

IVAN JIMENEZ

NATALIA ANDREA SUAREZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

BUCARAMANGA

## 1. ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO

Para el proceso de selección del mercado objetivo en la estrategia de internacionalización del producto Supercoco de la empresa Súper se realizó una matriz que contiene distintas variables que se consideraron pertinentes para calificar a los distintos países y así poder seleccionar el país con las mejores condiciones para penetrar su mercado.

En la matriz que se realizó se identificaron cuatro países para ser evaluados, el proceso para esta identificación se basó en un estudio de los países que más consumen esta clase de dulces, se escogieron Argentina, Ecuador, Japón y el Reino Unido.

Después de tener claro que países iban a ser calificados en la matriz, se determinó una serie de criterios que se consideraron fundamentales para la elección de un mercado objetivo. Dentro de estos criterios seleccionados se puede encontrar las importaciones totales que realiza el país de la partida arancelaria a la que pertenece el producto, otro criterio es la concentración de los proveedores del producto en el país, este criterio influye en que tan fácil será penetrar el mercado dependiendo de qué porcentaje tienen los demás proveedores del producto.

También se encuentran las exportaciones que realiza Colombia a ese país, punto vital para saber si anteriormente ya se ha realizado este proceso, y determinar si el país de destino conoce del mercado colombiano. Las restricciones técnicas es otro factor influyente pues así se sabe que tan fácil es ingresar al país un producto como los caramelos y que procesos existen.

Por ultimo existe un criterio basado en el sistema de gobierno, esto contribuye de alguna manera la decisión de ingreso al país y así poder tener claro que tan restrictivo y proteccionista es su gobierno. Estos factores que se encuentran en la matriz que se realizó se idearon con el fin de encontrar un balance al momento de elegir un país, y no solo centrarse en su consumo.

## 2. SELECCIÓN DE PAÍS

Después de realizar la calificación de las variables y de evaluar a cada país en los criterios se determinó que el Reino Unido es el país que cumple con la mayoría de las variables en aspectos positivos. Este país sobresale por encima de los demás en aspectos como las importaciones totales de la partida, ya que triplica la de sus rivales. Un punto importante y que quizás contribuyó a que el Reino Unido saliera con un estado óptimo en la búsqueda, fueron las exportaciones de Colombia hacia este país en esa partida arancelaria con 549.499USD.<sup>1</sup>

El Reino Unido (United Kingdom), denominado oficialmente Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland), es un país soberano e insular, miembro de la Unión Europea. Es un Estado unitario comprendido por cuatro naciones constitutivas: Escocia, Gales, Inglaterra e Irlanda del Norte. Es gobernado mediante un sistema parlamentario con sede de gobierno y capitalidad en Londres. Es una monarquía parlamentaria siendo Isabel II la jefa de Estado.<sup>2</sup>

La Economía del Reino Unido es la segunda más importante de la Unión Europea y la quinta más grande del mundo.<sup>3</sup> Es la 5ª economía por volumen de PIB. El Índice de Desarrollo Humano de Reino Unido, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país, fue de 0,892 puntos en 2013, con lo que se situó en el puesto 14 de la tabla de 186 países.

Se encuentra en el 8º puesto del Doing Business de los 189 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios. El Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Reino Unido ha sido de 78 puntos, quedó en el puesto 14 de los 174 publicados en este ranking, en el que los países en los que hay menor percepción de corrupción ocupan los primeros puestos.<sup>4</sup>

---

1

[http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1|826|||1704||4|1|1|1|2|1|2|1|](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1|826|||1704||4|1|1|1|2|1|2|1|)

<sup>2</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Reino\\_Unido](https://es.wikipedia.org/wiki/Reino_Unido)

<sup>3</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_del\\_Reino\\_Unido](https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_del_Reino_Unido)

<sup>4</sup> <http://www.datosmacro.com/paises/uk>

### 3. CONDICIONES DE ACCESO

En el 2012 el LPI (Logistics Performance Index) del Banco Mundial ubicó al Reino Unido en la posición “ranking” 10, entre los 150 países, con una calificación promedio de 3,90 y subiendo de esta manera 1 puesto con respecto al reporte anterior elaborado en el 2020.<sup>5</sup>

El desempeño presentado por el Reino Unido en cada uno de los diferentes aspectos que componen el LPI, fue el siguiente:

<b>Aspecto Evaluado</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Puesto</b>
<i>La eficiencia aduanera</i>	<i>3.73</i>	<i>10</i>
<i>La calidad de la infraestructura</i>	<i>3.95</i>	<i>15</i>
<i>La competitividad de transporte internacional de carga</i>	<i>3.63</i>	<i>13</i>
<i>La competencia y calidad en los servicios logísticos</i>	<i>3.93</i>	<i>11</i>
<i>La capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos</i>	<i>4.00</i>	<i>10</i>
<i>La puntualidad en el transporte de carga</i>	<i>4.19</i>	<i>10</i>

*\*Fuente: The World Bank. 2012*

Acceso marítimo:

El país cuenta con varios puertos de gran importancia, entre ellos los de Tilbury, Belfast, Felixstowe, Liverpool, Londres, entre otros. La mayoría de estos puertos pertenecen a sociedades portuarias, facilitando así los trámites de documentación en los casos de transferencia interna de mercancías.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> <http://es.slideshare.net/pasante/perfil-logstico-de-exportacin-a-reino-unido>

<sup>6</sup> <http://es.slideshare.net/pasante/perfil-logstico-de-exportacin-a-reino-unido>

## Líneas navieras y consolidadores con oferta de servicios a Reino Unido



### \*Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos

Destino	Origen	Tiempo de tránsito (días) directo	Tiempo de tránsito (días) conexión	Frecuencia
Belfast	Barranquilla		37	Semanal
	Buenaventura		29	Semanal
	Cartagena		33-40	Semanal
	Santa Marta		16	Semanal
Felixstowe	Barranquilla		27	Semanal
	Buenaventura		25-27	Semanal
	Cartagena		23-28	Semanal
Liverpool	Barranquilla		21	Semanal
	Buenaventura		25-27	Semanal
	Cartagena		25-29	Semanal
	Santa Marta		15	Semanal
Londres	Barranquilla		29	Semanal
	Buenaventura		28	Semanal
	Cartagena		27	Semanal
	Santa Marta		23	Semanal
Tilbury	Barranquilla		17-29	Semanal
	Buenaventura	21	23-24	Semanal
	Cartagena	16-17	17-25	Semanal
	Santa Marta	15-17	17	Semanal
Grangemouth	Cartagena		21	Semanal
Immingham	Cartagena		21	Semanal

Fuente: Líneas Marítimas. Información procesada por Dirección de Información Comercial - Proexport.  
 \* La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.

Datos generales:

La infraestructura vial está compuesta por una red de carreteras de 394.428 km, el Eurotúnel que comunica a Francia le permite tener una conexión terrestre con el Resto de Europa.<sup>7</sup>

Documentos requeridos:

-La factura comercial en original y tres copias.

<sup>7</sup> <http://ue.procolombia.co/ver-informacion-por-pais/reino-unido>

- Certificado de origen ó certificado de exportación.
- Certificado de origen ó certificado de movimiento, donde se reclama la tarifa preferencial.
- Lista de Empaque, indicando el contenido de cada paquete cuando el envío este compuesto por más de uno.
- Formularios de tránsito de la Unión Europea cuando la mercancía estará en tránsito por la Zona Europea.
- Certificado Fitosanitario.<sup>8</sup>

#### Envío de muestras:

Transporte de muestras sin valor comercial se entiende a aquellas mercancías que únicamente tienen por finalidad demostrar sus características y que carecen de valor comercial por sí mismas, las cuales no deben ser destinadas a la venta en el País.

Se debe verificar que al momento de realizar sus envíos de muestras estas no pagan aranceles e impuesto en el destino al que planean llegar. Este puede ser un costo adicional para el cliente y afecta los tiempos de entrega.

#### Normatividad fitosanitaria:

Exigencia cumplimiento de la norma internacional de protección fitosanitaria. El Reino Unido aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de Junio de 2005 y el Departamento del Medio Ambiente, Alimentos y Agrario del Reino Unido está a cargo de hacer cumplir la norma. Esta medida reduce el riesgo de dispersión de plagas relacionadas con el embalaje de madera, la medida recae en: Pallets, Estibas, Bloques, Cajas y demás empaques y embalajes de madera. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca.<sup>9</sup>

#### Requisitos Sanitarios:

Control sanitario de los alimentos de origen no animal. Las importaciones de productos alimenticios de origen no animal en la Unión Europea (UE) deben cumplir con las

---

<sup>8</sup> [http://ue.procolombia.co/sites/default/files/perfil\\_logistico\\_de\\_reino\\_unido\\_2014.pdf](http://ue.procolombia.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_reino_unido_2014.pdf)

<sup>9</sup> <http://es.slideshare.net/pasante/perfil-logstico-de-exportacin-a-reino-unido>

condiciones generales y las disposiciones específicas destinadas a prevenir los riesgos para la salud pública y proteger los intereses de los consumidores.

Por lo tanto, las normas generales aplicables a estos productos son las siguientes:

Normas generales de higiene de los alimentos de acuerdo con el Reglamento (CE) no 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-139 30/04/2004) (CELEX 32004R0852);

Condiciones generales referentes a los contaminantes en los alimentos;

Disposiciones especiales sobre Genéticamente Modificados (GM) los alimentos y el nuevo alimento, del Reglamento (CE) n° 1829/2003 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-268 18/10/2003) (CELEX 32003R1829) y el Reglamento (CE) n 258/97 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 43 14/02/1997) (CELEX 31997R0258);

Condiciones generales de preparación de productos alimenticios;

El control oficial de productos alimenticios;

Cuando un problema que pueda representar un riesgo grave para la salud humana higiene surge o se extiende en el territorio de un tercer país, las autoridades europeas pueden suspender las importaciones de todo o parte del tercer país en cuestión o tomar medidas cautelares con respecto a los productos alimenticios en cuestión, en función de la gravedad de la situación.

Legislación de la UE el establecimiento de medidas de protección

1. Los productos alimenticios en general las normas de higiene

Las normas de higiene pertinentes de los alimentos que deben ser respetados por los operadores de empresas alimentarias en terceros países figuran en el Reglamento (CE) n° 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo.

2. Condiciones generales relativas a contaminantes en los alimentos

Sustancias contaminantes pueden estar presentes en los alimentos como resultado de las diversas etapas de su producción y comercialización o debido a la contaminación ambiental. Ya que representan un riesgo real para la seguridad alimentaria, la UE ha tomado medidas para minimizar el riesgo mediante el establecimiento de niveles máximos de determinados contaminantes en los productos alimenticios.

### 3. Condiciones generales de preparación de productos alimenticios

Legislación de la UE establece las normas relativas al tratamiento de los alimentos, ingredientes alimentarios y sus condiciones de uso, a fin de proteger la salud de los consumidores y garantizar la libre circulación de productos alimenticios en el mercado de la Unión Europea.

Por otra parte, disposiciones específicas para los grupos de alimentos están establecidas en las Directivas específicas. Estos incluyen requisitos de composición, requisitos de higiene, lista de aditivos, los criterios de pureza, los requisitos específicos de etiquetado, etc.<sup>10</sup>

Requisitos técnicos:

- Denominación de venta del producto. En ausencia de normas nacionales o comunitarias aplicables, el nombre es un nombre o descripción del producto alimenticio común. Una marca, nombre comercial o nombre de fantasía se pueden usar, pero la etiqueta debe llevar el nombre genérico. Además, la condición física del producto alimenticio o el tratamiento que ha sido sometido (si es un producto congelado, ahumado, etc.) en el caso de que el hecho de no incluir los consumidores inducir a error debe ser incluido.

- Lista de ingredientes, incluidos los aditivos. Siempre se debe mencionar la presencia de sustancias que se sabe causan reacciones alérgicas o intolerancias.

---

10

[http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir\\_eu15\\_04v001/eu/main/req\\_heanahc\\_eu\\_010\\_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=GB&file2=ehir\\_gb15\\_04v001/gb/main/req\\_heanahc\\_gb\\_010\\_0612.htm&reporterLabel2=United+Kingdom&label=Health+c  
ontrol+of+foodstuffs+of+non-animal+origin&languageId=en&status=PROD](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu15_04v001/eu/main/req_heanahc_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=GB&file2=ehir_gb15_04v001/gb/main/req_heanahc_gb_010_0612.htm&reporterLabel2=United+Kingdom&label=Health+c<br/>ontrol+of+foodstuffs+of+non-animal+origin&languageId=en&status=PROD)



- Cantidad neta (en peso) de los productos alimenticios pre envasados en unidades métricas.

- Fecha recomendada hasta la cual dicho producto mantiene sus propiedades específicas, que consiste en el día, mes y año, en ese orden, y precedido por las palabras "Mejores antes". En el caso de que es altamente alimentos perecederos, es necesario sustituir la fecha de duración mínima por fecha.

- Cualquier tipo de condiciones de almacenamiento o uso específico.

- Nombre y número de autorización sanitaria de los establecimientos autorizados para, preparar o expedir el producto.

- Nombre o razón social y la dirección del fabricante o envasador o de un vendedor establecido dentro de la UE.

- Lugar de origen o de procedencia en los casos en que su omisión pudiera inducir a error al consumidor.

- Identificación de lotes alimenticios pre envasados, precedido por la letra "L" para permitir el seguimiento.

#### Consumo de dulce en UK:

El consumo de dulce hace parte de la dieta diaria, lo que contribuye a los 30 kg (66 libras) o más de los azúcares consumidos por el adulto promedio del Reino Unido. La OMS dice que no más del 10% de la energía de los alimentos debe provenir de azúcar. Están comiendo más que eso: la mayoría de los adultos consumen el 12,3%, niños de cuatro a 10 consumen 14,6% y entre 11 y 18 años el 15,3%. Estas cifras provienen de la encuesta nacional de alimentación y nutrición del gobierno, pero sólo incluyen la adición de azúcar - están excluidos los azúcares "intrínsecas", tales como los de frutas, jugos de fruta y leche.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> <http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2013/sep/07/britain-sweet-tooth-sugar>

La venta de dulces artesanales, industriales y comerciales representa un extraordinario negocio con un alto potencial de exportación y una atractiva rentabilidad en el mercado nacional, de acuerdo con empresarios, analistas y expertos en franquicias, quienes recomiendan a los inversionistas tomar en cuenta que el consumo de confitería es universal.

De acuerdo con el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), en los países más industrializados más del 90 por ciento de la población compra dulces con regularidad, lo que representa un buen argumento para iniciarse en este tipo de negocios.<sup>12</sup>

Se prevé que el mercado mundial de productos de confitería represente USD\$ 1,5 billones para el año 2015. La popularidad emergente de productos más saludables que los tradicionales, compuestos con productos sustitutivos del azúcar, confirman el cambio de las tendencias. Además, se suman el auge de diversos productos exóticos y también aquellos de preferencias regionales.

Existe también una tendencia a nivel mundial a la inversión en investigación y desarrollo de nuevos productos. Tanto productores, como procesadores, como las marcas en sí, buscan la innovación como ventaja competitiva en un mercado que antes era considerado como tradicional. El aprovechamiento de las costumbres estacionales está aún más en la mente de las marcas comerciales. La globalización en América Latina ha acercado aún más si cabe, las festividades norteamericanas a la población, abriendo una oportunidad para el sector de confitería de cara a promocionar productos estacionales más allá de aquellos relacionados con las festividades tradicionales como la Navidad.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> <http://www.100franquicias.com.mx/Noticias/general2-05-09-2007.htm>

<sup>13</sup> <http://www.industriaalimenticia.com/articles/86252-confiteria-en-america-latina>

#### 4. ACUERDOS VIGENTES

El Acuerdo Comercial entre Colombia y el Perú, por una parte, y la Unión Europea y sus Estados Miembros, por otra, fue firmado en la ciudad de Bruselas, Bélgica, el 26 de junio de 2012.

Por parte de la Unión Europea, el Parlamento Europeo aprobó el Acuerdo el 11 de diciembre de 2012, y posteriormente notificó la culminación de sus trámites internos para la aplicación provisional del Acuerdo el 27 de febrero de 2013.

Por el lado de Colombia, el trámite interno para su aprobación en el Congreso de la República inició en el mes de noviembre de 2012, hasta el 5 de junio de 2013, finalizando con la sanción del Presidente Juan Manuel Santos, mediante la Ley 1669 del 16 de julio de 2013. Sin embargo, el Acuerdo continúa su trámite ante la Corte Constitucional.

El Presidente de la República mediante el Decreto 1513 del 18 de julio de 2013 dio aplicación provisional al Acuerdo Comercial y se notificó a la Unión Europea el cumplimiento de los procedimientos internos requeridos para tal efecto. Adicionalmente, mediante el mismo Decreto se tomó la determinación de dar aplicación provisional al Acuerdo a partir del 1° de agosto de 2013.

El 31 de julio de 2013 mediante el Decreto 1636 se implementa los compromisos de acceso a los mercados adquiridos por Colombia en virtud del Acuerdo Comercial.

El 5 de noviembre de 2014 el Gobierno Nacional expidió el Decreto 2247 a través del cual se señala que nuestro país continuará aplicando sin solución de continuidad, en los términos señalados en el Decreto 1513 de 2013, el Acuerdo Comercial suscrito con la Unión Europea y sus Estados miembros, luego de haberse cumplido con todos los requisitos internos previstos en nuestra ley para la aprobación del mismo.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=18028>

Éste, presenta para Colombia la oportunidad de crecer, consolidarse, explorar y conquistar nuevos nichos de mercado. La importancia del acuerdo, radica en lograr una relación preferencial y permanente con este importante actor de la economía mundial, ampliar sus oportunidades de mercado, contar con más clientes y más consumidores, tener la posibilidad de establecer alianzas tanto productivas como comerciales y brindarle al consumidor colombiano mejores y mayores opciones para sus compras entre otros beneficios como crear nuevas relaciones en las cadenas de producción y suministro.

A partir de la entrada en vigencia del Acuerdo, estos productos ingresarán libres de arancel, ya que el mismo representa la reducción y eliminación de aranceles y barreras no arancelarias a las exportaciones colombianas para hacer más competitivos los productos industriales y agrícolas, que por lo tanto Colombia ganaría mucho en la medida en que logre llegar a un mercado de 503 millones de consumidores con alto poder adquisitivo; se facilitará la adquisición de bienes de todo tipo para los consumidores y empresarios colombianos; se promoverán los flujos de inversión entre ambas partes gracias a compromisos de estabilidad, transparencia y protección; y se contará con procedimientos transparentes y no discriminatorios para que nuestras empresas participen en compras públicas.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=18028>

## 5. PRODUCTO

### Turrón Supercoco de Súper de Alimentos

Es mucho más que una golosina, es una tradición que lo hace recordar y vivir momentos especiales. Este turrón está hecho de coco natural, su indescriptible sensación hacen que nuestro Turrón Supercoco sea sencillamente insuperable.<sup>16</sup>



Ficha Técnica:

PRESENTACION 24 Bolsas X 100 Unidades <small>Código SAP: 210000004</small>			
	CODIGO DE BARRAS	DIMENSIONES (cm)	PESO
BOLSA	770 - 2993 - 10210-7	18/ 28	470 g
CORRUGADO	1 - 770 - 2993 - 10210-4	38/ 23/ 36	12,7 Kg
N° CAJAS 20" 864		REGISTRO SANITARIO	
X CONTENEDOR 40" 1700		RSIAM16M01288	

PRESENTACION 48 Bolsas X 50 Unidades <small>Código SAP: 210000473</small>			
	CODIGO DE BARRAS	DIMENSIONES (cm)	PESO
BOLSA	770 - 2993 - 10250-3	14,5/ 23	325 g
CORRUGADO	1 - 770 - 2993 - 10250-0	38/ 23/ 36	12,7 Kg
N° CAJAS 20" 864		REGISTRO SANITARIO	
X CONTENEDOR 40" 1700		RSIAM16M01288	

Para Super de Alimentos, que se dio a conocer en Colombia con los dulces Supercoco, que representan el 12 por ciento de las ventas de la empresa. Endulzar paladares en 32 países y lanzar la primera menta masticable del mercado y gomas en empaque individual son las cartas de presentación de la empresa Súper de Alimentos que y se prepara para expandirse a México, Europa del Este y Estados Unidos.

Con una participación del 22 por ciento en el mercado de la confitería de azúcar en Colombia, esta firma que nació en la ciudad de Manizales (centro del país) en 1948, y facturó

16

[http://www.super.com.co/sitio\\_super/index.php?option=com\\_content&view=article&id=34&Itemid=37&lang=es](http://www.super.com.co/sitio_super/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid=37&lang=es)

180.000 millones de pesos en 2014 y tiene entre sus planes para el año en curso crecer el 15 por ciento, a 207.000 millones de pesos.

A lo largo de su recorrido empresarial la firma ha tenido claro que, como lo asegura Arango, "sin innovación no hay posibilidades de avanzar y destacarse frente a la competencia".<sup>17</sup>

Entre las múltiples bondades del coco destacan sus propiedades antioxidantes, así como su capacidad para regular la presión sanguínea y disminuir los triglicéridos en los que padecen colesterol.

En los países tropicales el coco se utiliza debido a sus propiedades bactericidas, antioxidantes, antiparasitarias, hipoglucemiantes, hepatoprotectoras e inmunoestimulantes. Los beneficios principales de este fruto están en su semilla, la cual, cuando alcanza su madurez, contiene muchas vitaminas, minerales y oligoelementos, o sea, nutrientes esenciales para los humanos. A su vez aporta calcio, magnesio, fósforo, hierro, sodio, selenio, yodo, zinc, flúor, manganeso y otros elementos.<sup>18</sup>

En un estudio publicado en la revista Journal of Personality and Social Psychology, se reveló que las personas con afición a los dulces tienden a ser más amables y además son más accesibles a la hora de ayudar de manera desinteresada a sus semejantes.

Durante la investigación, las personalidades amables de los individuos examinados se ligaron de manera casi directa con los sabores dulces, caso contrario, en las personas que halló un carácter más ácido o pesimista aseguraban que éstos gustaban más de los alimentos, amargos y salados.<sup>19</sup>

El sector de la confitería es uno de los más prometedores de la industria de alimentos colombiana, genera más de 28 mil empleos directos y un número superior de empleos indirectos. Este sector se ha convertido en uno de los iconos de la industria nacional,

---

<sup>17</sup> <http://www.eltiempo.com/economia/empresas/confiteria-colombia/15414015>

<sup>18</sup> <http://mejorconsalud.com/beneficios-del-coco-que-no-sabias/>

<sup>19</sup> <http://www.aztecatrends.com/notas/actualidad/140258/sabias-que-las-personas-que-comen-dulces-son-mas-amables>

consolidándose como un sector pujante, innovador y capaz de competir en calidad con los mejores del mundo.

En Colombia, los confites tienen una participación significativa en la industria nacional en cuanto a producción, exportaciones y valor agregado, es un gran consumidor de materias primas del agro y de toda clase de servicios asociados a la producción industrial, lo que lo convierte en una locomotora de este importante sector de la economía.

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.

Según un informe elaborado por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) sobre el sector, 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. Para el DNP, las fortalezas del sector azucarero colombiano le representan al país ventajas competitivas en la producción de confites cuyo mercado internacional, dominado por empresas como Mars, Nestlé y Cardbury Adams, se caracteriza por una gran diversidad de productos y empresas.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> <https://www.clubensayos.com/Negocios/Exportacion-De-Confiter%C3%ADa-A-Estados-Unidos-Desde-Colombia/365293.html>

## 6. COMPETENCIA

Los turronec Supercoco tienen como competencia sustituta a cualquier caramelo de dulce que exista, independientemente de su sabor y textura innovadora, hace parte de la confitería y esta va ligada de acuerdo al gusto y el antojo del cliente.

Como competidor directo se tienen a los caramelos de coco, e indirectamente al resto de caramelos que no incluyan chocolate, debido a que están en un segmento diferente. A continuación unos de los principales dulces que se consumen en el Reino Unido:

- Perle de lait coconut dairy dessert.<sup>21</sup>



**OFFER**

**Perle de Lait coconut dairy dessert** 4x125g

★★★★★ 5.0 (3) Write a review

£1.75  
(35p per 100g)

**Add 2 for £3**

View larger image

### Product Summary

Coconut dairy dessert


#### Ingredients

Skimmed Milk, Cream, Coconut preparation 5.2% (Coconut Milk and Shredded Coconut), Sugar 4.4%, Glucose-Fructose Syrup 2.6%, Modified Rice and Maize Starch, Skimmed Milk Powder, Flavourings, Stabiliser: Carrageenan, Acidity Regulator: Citric Acid, Preservative: Potassium Sorbate, Lactic Cultures

<sup>21</sup> <http://www.waitrose.com/shop/DisplayProductFlyout?productId=57667>



- Wawel Michalki Chocolate Plus Coconut Candies.<sup>22</sup>



**Wawel Michalki Chocolate Plus Coconut Candies 280G**

Any 2 for £3.00  
Offer valid for delivery from 6/4/2016 until 26/4/2016

£1.99 (€0.71/100g)

Quantity:  1


Chocolate coated coconut candies.

Pack Size: 280g


**Information**

**Ingredients:**  
Sugar, Palm Fat, Chocolate 18, 8% (Sugar, Cocoa Mass, Cocoa Butter, Vegetable Fat (Palm Oil, Shea Oil), Emulsifiers: Lecithins (Soya) and Polyglycerol Polyricinoleate; Flavour), Whey Powder (of Milk), Peanuts 9, 2%, Whole Milk Powder, Skimmed Milk Powder, Coconut Rasps 6, 1%, Flavour, Chocolate contains: Cocoa Solids 43% min, Contains Vegetable Fats in addition to Cocoa Butter

- Swizzels Rainbow Drops.<sup>23</sup>



**Swizzels Rainbow Drops 80G**

 vegetarian

£0.50 (€0.63/100g)

Quantity:  1

Sugar Coated Puffed Maize & Rice

Fun and Games

For exciting fun, recipes and competitions, please visit our website [www.swizzels.com](http://www.swizzels.com)

<sup>22</sup> <http://www.tesco.com/groceries/product/details?id=281004140>

<sup>23</sup> <http://www.tesco.com/groceries/product/details?id=258032328>

- Werthers Original Sugar Free Butter Candy.<sup>24</sup>



 Zoom

Werthers Original Sugar Free Butter Candy 80G



vegetarian

**£0.98** (€1.23/100g)

Quantity

---

Butter Candies with sweeteners

The creamy caramel taste of Werther's Original

Werther's Original Butter Candies are deliciously smooth and creamy caramel sweets. Named after the little village of Werther, where they were first created, they are made with care, expertise and know-how passed down through generations. Now enjoy their smooth and rich caramel taste in our sugar free Butter Candies.

---

<sup>24</sup> <http://www.tesco.com/groceries/product/details/?id=267044412>

## 7. PROMOCIÓN

Para la promoción del Supercoco, se hace énfasis en personas de todas las edades resaltando los beneficios del consumo del coco y lo delicioso del dulce. .

EL Reino Unido al tener estaciones climáticas, permite hacer énfasis exclusivamente en el invierno, ya que es la época del año en las que las personas aumentan su deseo por consumir dulce y mantener su cuerpo con un nivel alto de calorías para estar más abrigados y soportar las altas temperaturas. Se puede aprovechar este escenario para promocionar el Supercoco en cualquier plaza como parques, calles y centros comerciales.

El producto está destinado a diferentes almacenes de cadena, supermercados y tiendas que se dediquen a la venta de alimentos, incluidos los dulces. En este caso, el producto se puede promocionar por medio de mensajes publicitarios, por medio de redes sociales creando anuncios y campañas por Facebook, Twitter e Instagram. Anuncios en los periódicos.

Igualmente, al estar destinado para venta en supermercados y almacenes de cadena, también se puede promocionar por medio de impulsadoras que promuevan la compra del producto por medio de degustaciones.