



**CAMARA  
DE COMERCIO  
DE CALI**

# Enfoque Competitivo



Unidad Económica y de Planeación

Jueves, 9 de octubre de 2014

Informe # 19

## Otros Informes

### Apunte Económico

Finanzas Públicas del Valle del Cauca: Saliendo de la B  
29 septiembre de 2014

### Enfoque Competitivo

Una Oportunidad para los Productores Locales de Proteína Blanca: el Caso Chileno  
18 septiembre de 2014

### Apunte Económico

Resultados Encuesta Ritmo Empresarial, Cámara de Comercio de Cali – I semestre de 2014  
8 septiembre de 2014

### Enfoque Competitivo

El PEZI, la apuesta competitiva de la Capital Industrial del Valle del Cauca  
1 septiembre de 2014

### **Innovación y Acceso a Nuevos Mercados: retos del Cluster de Macrosnacks**

Los productos agrupados en la industria de Macrosnacks corresponden a las líneas de negocio de confitería, panadería, chocolates, bebidas y frituras. En Valle y norte del Cauca operan varias empresas de insumos, alimentos, servicios especializados, empaques, logística y comercialización relacionadas con esta industria.

Las tendencias globales sugieren que los principales retos de crecimiento para las empresas de esta industria son el desarrollo de nuevos productos y empaques, así como posicionamiento de marca y el acceso a nuevos mercados. Una opción para apalancar este proceso es permitir la entrada de nuevos capitales a su estructura financiera, tal como han hecho las empresas líderes en el mundo.



#### **Panorama Mundial del Mercado de Macrosnacks**

Pág. 2



#### **Las empresas de Macrosnacks en el Mercado Bursátil**

Pág. 3



#### **El Cluster de Macrosnacks en el Valle del Cauca**

Pág. 4



#### **Indicadores del Mercado de Macrosnacks**

Pág. 5



CAMARA  
DE COMERCIO  
DE CALI

# Enfoque Competitivo

Unidad Económica y de Planeación



## Panorama Mundial del Mercado de Macrosnacks

El concepto de Macrosnacks hace referencia a productos alimenticios y/o bebidas no alcohólicas, que son consumidos entre comidas o que pueden llegar a sustituir alguna de ellas, según los hábitos del consumidor y las características nutritivas de los productos, los cuales son ligeros y de fácil acceso al consumidor al no requerir preparación.

Los productos que abarca la industria de Macrosnacks corresponden a las líneas de negocio de confitería, panadería, chocolates, bebidas y frituras. En Valle y norte del Cauca operan varias empresas de insumos, alimentos, servicios especializados, empaques, logística y comercialización relacionadas con esta industria.

El mercado mundial de Macrosnacks representó en 2013 USD 400,0 billones y entre 2008 y 2012 el desarrollo de nuevos productos tuvo un crecimiento de 63% (Euromonitor Internacional).

Las 15 empresas más grandes del mercado mundial de Macrosnacks, concentran aproximadamente el 58,0% del total de ventas.

En la Tabla 1 se presentan las 5 principales empresas por cada línea de negocio en la industria global de Macrosnacks. Algunas de estas empresas participan en más de una línea de negocio. Por ejemplo, Nestlé es la segunda empresa más representativa en la línea de chocolates y la cuarta en la línea de bebidas.

Estas 15 empresas registraron un total de ventas de USD 231,9 miles millones en 2013, 0,6% inferior a las ventas registradas el año anterior (USD 233,3 miles de millones).

La disminución en las ventas de 2013 es explicada en gran parte por el desempeño de las principales empresas de la línea de bebidas. Por ejemplo Coca-Cola, registró una reducción en sus ventas de 2,4%, pasando de USD 48,0 miles de millones en 2012 a USD 46,9 miles de millones en 2013. En el mismo sentido, Nestlé (en la línea de bebidas) y Pepsi registraron entre 2012 y 2013 reducciones en sus ventas de 9,6% y 0,7%, respectivamente.

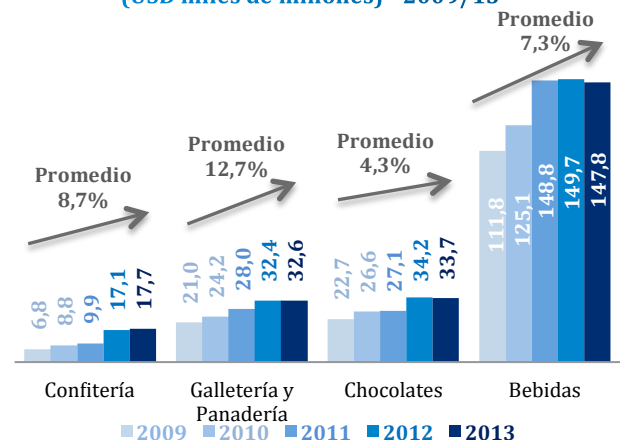
**Tabla 1. Ventas totales de las principales empresas del mercado de Macrosnacks (USD miles de millones) 2012-2013**

Línea	Empresa	2012	2013	Var (%)
Bebidas	Coca Cola	48,0	46,9	-2,4
	Pepsi	32,1	31,9	-0,7
	Danone	25,8	27,0	4,9
	Nestlé	22,2	20,1	-9,6
	Suntory	21,6	21,9	1,6
Chocolates	Mondelez	9,36	9,7	3,3
	Nestlé	8,02	8,0	-0,3
	Hershey's	6,6	7,1	7,6
	Mars Inc	6,6	7,0	6,5
	Meiji	3,6	1,9	-46,7
Galletería y Panadería	Bimbo	13,2	12,5	-4,8
	Mondelez	11,6	11,9	2,5
	Kellogs	3,4	3,5	3,8
	General Mills	2,65	3,1	15,1
	Nestle	1,6	1,6	1,8
Confitería	Mars Inc	7,3	7,8	6,5
	Mondelez	5,0	5,0	0,5
	Arcor	2,9	3,0	2,6
	Nestlé	1,3	1,4	6,5
	Perfetti	0,43	0,5	4,5

Fuente: Anuarios Estadísticos - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Con base en la información de las 5 principales empresas mundiales en cada línea de negocio se realiza un análisis de la dinámica global de la industria. Por ejemplo, entre 2009 y 2013, las ventas de las 5 principales empresas de bebidas en el mundo pasaron de USD 111,8 miles de millones a USD 147,8 miles de millones, es decir, tuvieron un crecimiento de 7,3%.

**Gráfico 1. Ventas de las principales empresas de Macrosnacks según línea de negocio (USD miles de millones) - 2009/13**



Fuente: Anuarios Estadísticos- Elaboración Cámara de Comercio de Cali



CAMARA  
DE COMERCIO  
DE CALI

# Enfoque Competitivo

Unidad Económica y de Planeación



Durante este mismo periodo, la línea de productos de galletería y panadería de las 5 principales empresas fue la más dinámica en el mercado mundial de Macrosnacks, con una tasa de crecimiento promedio de 12,7%.

Por su parte, las ventas de la línea de chocolates de las 5 principales empresas registraron una tasa de crecimiento promedio de 4,3%, inferior a la de las otras líneas de negocio y llegó a USD 33,7 miles de millones el último año.

Entre las empresas más representativas del ranking mundial del mercado de Macrosnacks, se encuentran dos empresas latinoamericanas: Bimbo (México), de la línea de productos de galletería y panadería, y Arcor (Argentina), de la línea de confitería.

Bimbo es el líder mundial en la línea de productos de panadería y registró ventas totales en 2013 de USD 12,5 miles de millones y una tasa de crecimiento anual promedio de 10,2% en los últimos 4 años.

Arcor es el líder latinoamericano en confitería y ocupó la tercera posición mundial en esta línea en 2013. Sus ventas fueron USD 3,0 miles de millones, 2,6% superior a las registradas en 2012 (USD 2,9 miles de millones). Esta empresa registró en los últimos 4 años una tasa de crecimiento promedio de 10,0%.

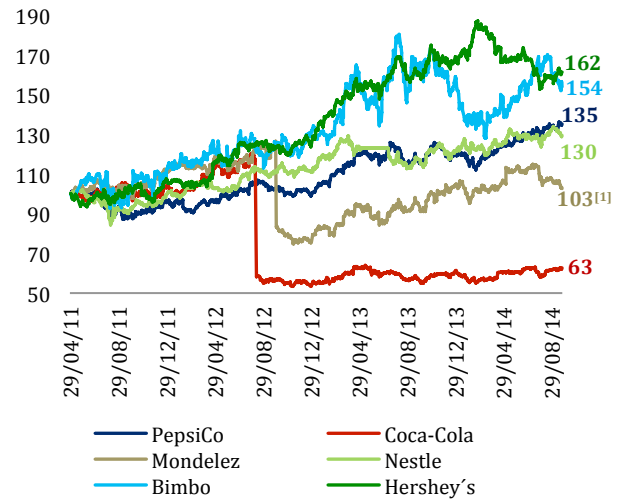
Según las proyecciones de Euromonitor para el mercado mundial de confitería, se estima que las ventas mundiales de esta línea lleguen a USD 198 miles de millones en 2014.

## Las empresas de Macrosnacks en el Mercado Bursátil

Las empresas más representativas del mercado mundial de Macrosnacks cotizan en las bolsas de valores de Nueva York, Suiza y México. En el Gráfico 2, se presenta el comportamiento del índice de precios de las acciones de algunas de estas empresas entre 2011 (abril) y 2014 (septiembre).

La acción de Hershey's fue la de mayor valorización (62,0%) entre 2011 (abril) y 2014 (septiembre). Por su parte, Bimbo registró la segunda mayor valorización bursátil entre las principales empresas del mercado de Macrosnacks (54,0%).

**Gráfico 2. Índice Precio en bolsa de las principales empresas del mercado de Macrosnacks (Base 100=abril 2011) – abr 2011/sept 14**



Fuente: Bolsas de Nueva York, Suiza y México - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

[1] Para Mondelez, el comportamiento en octubre de 2012 obedeció a una repartición de dividendos entre accionistas.

Teniendo en cuenta que en agosto de 2012 Coca Cola efectuó una operación de *stock split*<sup>1</sup> sobre su acción, desde ese momento hasta septiembre de 2014 registró una valorización bursátil de 7,4%.

Teniendo en cuenta el crecimiento en ventas y la valorización de las acciones de las empresas, puede establecerse que las líderes mundiales en ventas de las líneas de negocio de Macrosnacks no son necesariamente las de mayor valorización bursátil. Este es el caso de Hershey's que es la tercera empresa mundial en ventas de chocolatería, pero su acción fue la que más se valorizó entre 2011 (abril) y 2014 (septiembre).

La valorización de las acciones de varias de estas empresas ha estado asociada a mayores inversiones en desarrollo de nuevos productos (Bimbo y Nestlé cuentan actualmente con un portafolio de más de 10.000 productos cada una) y el fortalecimiento en mercados emergentes. Por ejemplo, Hershey's registró un crecimiento en ventas de 15,7% en países emergentes durante 2013, cifra muy superior al crecimiento promedio de la compañía, 7,6%.

<sup>1</sup> Operación que consiste en reducir el valor nominal de la acción y simultáneamente aumentar el número de acciones para mantener el valor del capital inicial en poder de cada accionista.



CAMARA  
DE COMERCIO  
DE CALI

# Enfoque Competitivo

Unidad Económica y de Planeación



Las grandes firmas han incrementado el gasto destinado a publicidad y marketing. Por ejemplo, en 2013 este rubro presentó un incremento de 21,3% y 3,9%, para Hershey's y Nestlé, respectivamente.

Con excepción de las firmas Danone (línea de bebidas) y Mars (línea de chocolate y confitería), las grandes empresas del mercado mundial de Macrosnacks hacen parte del índice de Sostenibilidad del Dow Jones<sup>2</sup>, en el que Nestlé aparece como líder en la categoría de comidas y bebidas. Este Índice se convierte en otro referente mundial para la toma de decisiones de inversión, toda vez que mide la gestión ambiental, social, económica, financiera y de gobierno corporativo de las empresas.

En Colombia, las empresas más representativas del mercado de Macrosnacks son el Grupo Nutresa y Colombina. La primera es la única empresa colombiana de Macrosnacks que cotiza en bolsa, tiene plantas de producción en 15 países y tiene presencia comercial en más de 70.

Mientras que las ventas totales del Grupo Nutresa en 2013 crecieron 11,2% respecto a 2012, sus ventas en los países emergentes crecieron 8,4% en el mismo periodo.

El Grupo Nutresa registró ventas en 2013 en sus líneas de galletas y chocolates de USD 1.062 millones, con un crecimiento de 3,2% respecto a 2012. La acción del Grupo se negocia en la Bolsa de Valores de Colombia, y entre 2011 y 2013 el precio de su acción se valorizó 18,3%.

Por su parte, Colombina, la empresa más representativa en el mercado nacional de confitería y una de las de mayor participación en galletería en Colombia, registró ventas totales en 2013 por USD 412,2 millones, 1,7% superiores a 2012 en estas líneas de negocio.

## Cluster de Macrosnacks en el Valle del Cauca

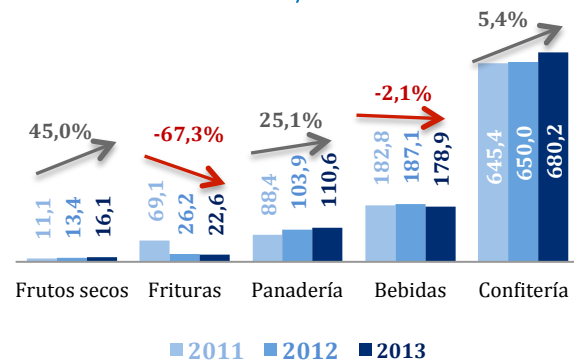
La Cámara de Comercio de Cali ha identificado 174 empresas que conforman el *Cluster* de Macrosnacks en el Valle del Cauca, distribuidas en los diferentes eslabones de la cadena productiva.

De este grupo de empresas, 99 se dedican a la producción de confitería, bebidas (gaseosas, jugos y lácteos), productos de panadería, frituras y frutos secos.

La línea de negocio más representativa del *Cluster* de Macrosnacks en el Departamento es confitería, que registró en 2013 ventas de USD 680,2 millones y un crecimiento de 5,4% desde 2011.

La línea de frutos secos registró en 2013 las menores ventas del *Cluster* (USD 16,1 millones), sin embargo, entre 2011 y 2013, obtuvo el mayor crecimiento en ventas (45,0%).

**Gráfico 3. Ventas del Cluster de Macrosnacks en el Valle del Cauca según línea de negocio (USD millones) 2012/13**



Fuente: Asocámaras – Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Pese a registrar una reducción en sus ventas de 2,1% entre 2011 y 2013, la línea de bebidas ocupa el segundo lugar en la industria de Macrosnacks en el Valle del Cauca.

La línea que presentó el menor dinamismo fue frituras, que entre 2011 y 2013 registró una reducción de sus ventas de -67,3%<sup>3</sup>.

En 2013 las principales empresas de producción de Macrosnacks en el Valle del Cauca registraron ingresos por USD 953,3 millones, 3,0% superior a los USD 925,5 millones registrados en 2012 (Tabla 2).

<sup>2</sup> Indicador para las empresas que cotizan en bolsa y aplican mejores prácticas de sostenibilidad.

<sup>3</sup> Este decrecimiento es explicado principalmente por la disminución de las ventas de Yupi (-16,1% entre 2012 y 2013)





**Tabla 2. Principales empresas del Cluster de Macrosnacks en el Valle del Cauca según ventas 2012/13**

Línea de negocio	Empresa	Ventas (USD millones)		Var (%) 2012/13
		2012	2013	
Confitería	Colombina [1]	405,5	412,2	1,7
	Mondelez	158,4	181,3	14,4
	Aldor	78,4	79,1	1,0
	Dulces del Valle	2,3	2,2	-3,3
	Mac Dulces	1,6	1,7	8,6
Bebidas	Cervecería del Valle [2]	92,3	86,1	-6,7
	Alimentos del Valle	69,4	63,9	-8,0
	Productora de Jugos	9,4	12,0	28,0
	Té Hindú	10,2	11,7	14,8
	Caodel	5,7	5,1	-10,3
Panadería	Harinera del Valle[3]	26,1	28,3	7,3
	La Locura	10,3	11,4	10,3
	La Gitana	9,6	9,6	0,0
	El Molino	5,8	6,7	14,9
	Mamipan	5,3	5,5	4,2
Frituras	Yupi	22,2	18,6	-16,1
	Calipan	2,6	2,6	0,0
	Productos Calima	1,4	1,5	3,5
Frutos Secos	Manitoba	10,8	12,3	14,2
	Del Alba	2,6	3,8	43,7

Fuente: Asocámaras, Informes Anuales de empresas – Cálculos Cámara de Comercio de Cali

[1] Corresponde a las ventas de confitería y galletería

[2] Corresponde a las ventas de maltas

[3] Corresponde a las ventas brownies, galletas y tortillas

En cuanto al mercado externo, el valor de las exportaciones de las empresas de Macrosnacks del Valle del Cauca se estimó en USD 317,3 millones en 2013 con un crecimiento de 22,6% frente a 2012 (USD 258,8 millones). Así mismo, en el primer semestre de 2014, el valor de las exportaciones de Macrosnacks sumaron USD 211,6 millones, 40,0% superior al valor de las exportaciones registradas en el mismo periodo del año anterior (USD 151,1 millones).

Los principales destinos de estas exportaciones fueron Venezuela (41,0%), Perú (10,6%), Ecuador (8,4%), EE.UU. (7,9%) y Angola (3,9%).

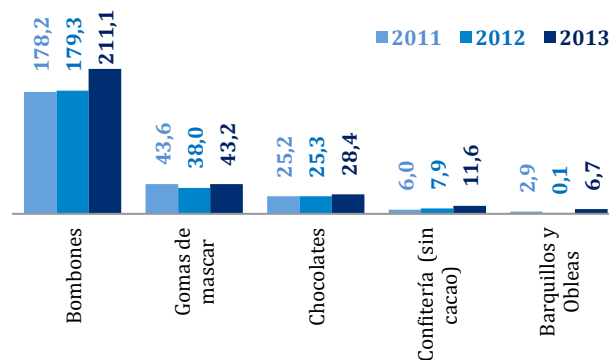
Las ventas internacionales de Colombina, el mayor productor de confitería del País, aumentaron 12,0% entre 2012 y 2013, mientras que sus ventas nacionales crecieron 2,0% en el mismo periodo.

Por su parte, Aldor, otra empresa representativa del Cluster de Macrosnacks, tiene presencia en más de 80 países y cuenta con una planta de producción en Sudáfrica (país en el que fue ganadora del premio al mejor producto en 2011 en la categoría de chupetes).

Otro ejemplo es el de Manitoba, líder en la línea de frutos secos, con un crecimiento en sus ventas de 14,2% en 2013. Esta empresa exporta a países como EE.UU., Aruba, Panamá, Ecuador, Venezuela, República Dominicana, Perú y Puerto Rico, mercados que representan cerca de 16% del total de sus ventas su producción.

Los principales productos de exportación de Macrosnacks durante 2013 fueron bombones y confites (USD 211,1 millones), gomitas de mascar (USD 43,2 millones) y chocolates (USD 28,4 millones).

**Gráfico 4. Valor de las exportaciones de Macrosnacks en el Valle del Cauca (USD millones) - 2011/13**



Fuente: DANE - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

La industria de Macrosnacks en el Valle del Cauca tiene la oportunidad de fortalecerse en la medida en que invierta en investigación y desarrollo de nuevos productos, acceda a nuevos mercados y permita la entrada de nuevos capitales dentro de su estructura financiera, tal como lo están haciendo las empresas líderes en el mundo.



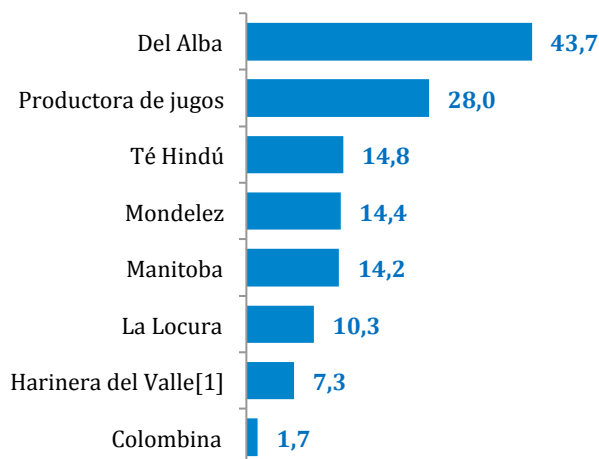
## INDICADORES DEL MERCADO DE MACROSNACKS

Tabla 1. Ventas mundiales de las principales líneas de negocios de Macrosnacks (USD billones) 2009-2013

Ventas (USD miles de millones)					
Línea de negocio	2013	2012	2011	2010	2009
Bebidas	147,8	149,7	148,8	125,1	111,8
Chocolates	33,7	34,2	27,1	26,6	22,7
Confitería	17,7	17,1	9,9	8,8	6,8
Galletería y Panadería	32,6	32,4	28,0	24,2	21,0
Total Año	231,9	233,3	213,8	184,7	162,3

Fuente: Anuarios Estadísticos de cada una de las empresas – Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Gráfico 1. Tasa de crecimiento (%) de ventas de empresas más dinámicas del Cluster de Macrosnacks en el Valle del Cauca 2012/13



Fuente: Asocámaras – Cálculos Cámara de Comercio de Cali  
[1] Corresponde a las ventas brownies, galletas y tortillas

Tabla 2. Principales Exportaciones de Macrosnacks del Valle del Cauca (USD Millones)- I semestre 2013/14

Producto	Exportaciones I sem 2013	Exportaciones I sem 2014	Crecimiento (%)	Principales países de destino
Bombones y caramelos	106,6	126,8	18,9	Venezuela, EE.UU., Perú, Angola
Chocolates	13,8	23,2	68,0	Venezuela, Suráfrica, Ecuador
Barquillos y Obleas	0,027	16,9	61.168,7	Venezuela, EE.UU., Perú, Ecuador
Chicles y gomas de mascar	12,1	13,3	9,8	Venezuela, Perú, EE.UU., Ecuador
Confitería sin cacao	5,6	11,4	101,4	Venezuela, Ecuador, Perú
Galletas dulces	0,7	6,6	797,1	Venezuela, EE.UU., Ecuador
Jugo de maracuyá	0,2	1,1	431,1	Países bajos, EE.UU.
Maníes	0,2	0,4	74,1	Ecuador, Panamá, Perú
Galletería	0,02	0,4	1.835,7	Ecuador, Puerto Rico, Cuba
Té verde	0,06	0,09	45,0	Panamá, Paraguay, EE.UU.

Fuente: DANE – Elaboración Cámara de Comercio de Cali