

Otros informes

Enfoque Competitivo

Confianza Empresarial
Ritmo Empresarial II Semestre
27 de agosto de 2018

Enfoque Competitivo

¡Cinco con los 28!
9 de agosto de 2018

Enfoque Competitivo

Para Rusia con amor
13 de junio de 2018

Enfoque Competitivo

100 para 100
6 de junio de 2018

Enfoque Competitivo

Contando los pesos
24 de abril de 2018

Enfoque Competitivo

El poder de la Bioenergía
24 de abril de 2018

Esta información llega
a ustedes gracias a:

jaramillomora
CONSTRUCTORA

¡Papita pal' loro!

El segmento de frituras y extruidos agrega las categorías de *chips* de papa y otros vegetales fritos, así como cereales inflados o extruidos. Según Euromonitor, el valor del mercado mundial de frituras y extruidos fue USD 82.162 millones en 2017 y registró una tasa de crecimiento promedio de 3,1% entre 2012 y 2017. Este segmento representó 5,5% del valor del mercado mundial de Macrosnacks (USD 1,5 billones) en 2017.

En el *Cluster* de Macrosnacks se han identificado 8 empresas productoras de frituras y extruidos. Estas empresas registraron ventas por COP 262 mil millones en 2017 y una tasa de crecimiento promedio de 5% entre 2012 y 2017.



Panorama mundial del segmento de Frituras y Extruidos
Pág. 2



Dinámica del segmento Frituras y Extruidos en Colombia
Pág. 4



Retos y oportunidades comerciales para las empresas del Cluster de Macrosnacks
Pág. 6



Anexos
Pág. 8

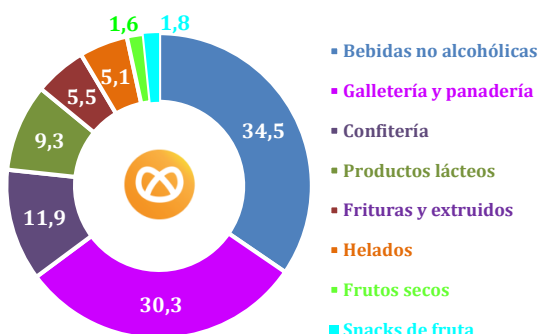
En este informe se describe la dinámica del mercado mundial y nacional del segmento frituras y extruidos de la industria de Macrosnacks. Además, se identifican algunas oportunidades de ampliación de negocio para las empresas del Cluster de **Macrosnacks** del Valle del Cauca.

El segmento de frituras y extruidos, agrega las categorías de *chips* de papa u otros vegetales fritos, cereales inflados y extruidos, como *popcorn* y tortillas de maíz.

Panorama mundial del segmento de Fritura y Extruidos

Según Euromonitor, el valor del mercado mundial de frituras y extruidos fue USD 82.162 millones en 2017, y registró un crecimiento de 1,7% frente a 2016. El segmento de frituras y extruidos representó 5,5% del valor del mercado mundial de **Macrosnacks** (USD 1,5 billones) en 2017 (Gráfico 1).

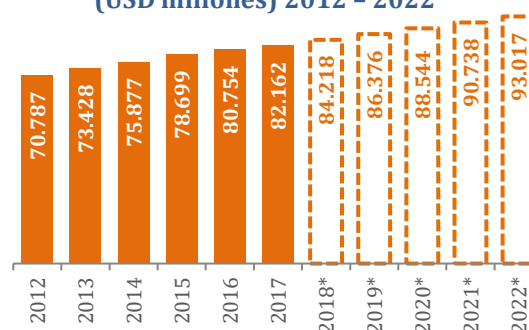
Gráfico 1. Distribución (%) del valor del mercado mundial de Macrosnacks, según segmento - 2017



Fuente: Euromonitor - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

El valor del mercado de frituras y extruidos registró un crecimiento promedio anual de 3,1% entre 2012 y 2017 (Gráfico 2).

Gráfico 2. Valor del mercado mundial de Productos de Frituras y Extruidos (USD millones) 2012 - 2022



*Proyecciones

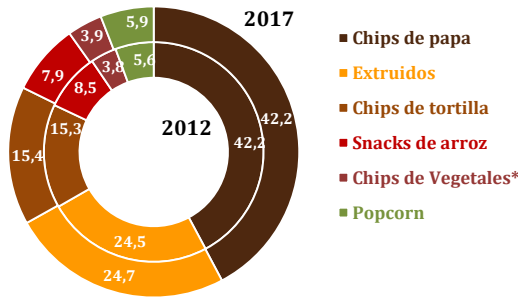
Fuente: Euromonitor - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Euromonitor proyecta que el mercado mundial de Frituras y Extruidos registrará un crecimiento promedio anual de 2,5% entre 2018 y 2022; dinámica similar a la proyectada para la industria mundial de **Macrosnacks** (2,4%) (Gráfico 4).

En 2017, la principal categoría del segmento de frituras y extruido fue *chips* de papa (42,2%), seguido por extruidos (24,7%) y *chips* de tortilla (15,4%). Sin embargo, la categoría de *popcorn* registró un aumento en la participación de 3 pps, pasando de 5,6% en 2012 a 5,9% en 2017. Cabe destacar que los productos de *snacks* de arroz registraron una reducción en la participación del mercado de frituras y extruidos de 0,6 pps, en el mismo periodo (Gráfico 3).

Miércoles 5 de septiembre de 2018 | Informe #104

Gráfico 3. Distribución (%) del mercado mundial de Frituras y Extruidos según categoría 2012 - 2017

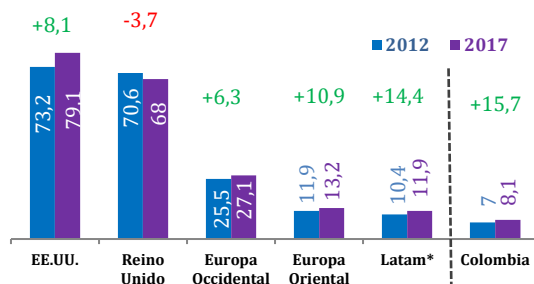


*Incluye vegetales fritos y horneados
Fuente: Euromonitor - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

El consumo mundial per cápita de frituras y extruidos en 2017 fue 1,2kg/hab/año y registró un incremento de 9,1% frente a 2012. Los países con mayor consumo per cápita de este tipo de productos fueron EE.UU. (7,9kg/hab/año), Reino Unido (6,6kg/hab/año) y Canadá (5,4kg/hab/año).

Por su parte, el gasto per cápita mundial en frituras y extruidos en 2017, fue USD 11 y registró un incremento de 8,9% frente a 2012 (USD 10,1 hab/año). Los países con mayor gasto per cápita fueron EE.UU. (USD 79,1hab/año), Reino Unido (USD 68hab/año) y Japón (USD 63,5hab/año) (Gráfico 4).






Gráfico 4. Gasto per cápita (USD/hab/año) y crecimiento (%) Frituras y Extruidos según país/región 2012 - 2017



*Incluye Brasil
Fuente: Euromonitor - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

PepsiCo Inc, es el líder mundial con una participación de 38,5% del mercado mundial de frituras y extruidos (Tabla 1). Esta empresa cuenta con 34 marcas en las categorías de *chips* de papa, extruidos, *chips* de tortillas, *snacks* de arroz y *chips* de vegetales. En total, PepsiCo registró ingresos en 2017 por USD 40.086 millones¹ y un crecimiento de 3% frente a 2016.

Tabla 1. Principales empresas de Frituras y Extruidos en el mundo 2017

	<ul style="list-style-type: none"> Líder mundial en el segmento de frituras y extruidos (38,5%) Invirtió USD 737 millones en I+D en 2017
	<ul style="list-style-type: none"> Segunda empresa en el mercado mundial de frituras y extruidos (3,7%) Segunda empresa más importante en la categoría de <i>chips</i> de papa con su marca <i>Pringles</i>
	<ul style="list-style-type: none"> Empresa alemana, con presencia en más de 70 países, ocupa la tercera posición en el mercado mundial de frituras y extruidos (2,7%) Produce y comercializa <i>chips</i> de papa, extruidos y <i>chips</i> de tortillas, a través de 9 marcas como <i>Funny Frish</i>, <i>POM-BÁR</i>, entre otros
	<ul style="list-style-type: none"> Empresa japonesa, ocupó la cuarta posición en el mercado mundial de frituras, extruidos (2,4%). Registró ventas por USD 2.242 millones en 2017 Una de sus marcas más populares en Occidente es <i>Harvest Snaps</i>²
	<ul style="list-style-type: none"> Empresa de Taiwán, ocupó la quinta posición (1,7%), con la marca <i>Want Want</i> En 2016, <i>Kantar Worldpanel</i>³, la reconoció cómo la marca líder de <i>snacks</i> en China

Fuente: Euromonitor - Informes anuales de cada empresa - Elaboración de Cámara de Comercio de Cali

¹ Incluye ingresos de *snacks* y bebidas no alcohólicas de las divisiones de Frito-Lay Norte América (FLNA), Latinoamérica, Europa, África Subsahariana (ESSA) y Asia, Oriente Medio y África del Norte (AMENA)

² JPY 112.55 a Diciembre 31 de 2017

³ *Kantar Worldpanel* es una empresa experta global en el comportamiento del consumidor

En 2017, Canadá fue el principal importador de frituras y extruidos; el valor de sus importaciones fue USD 390 millones y registró una reducción de 4,5%, respecto a 2016. En el segundo lugar se ubicó Francia (USD 328 millones) y en tercer lugar EE.UU. (USD 310 millones), con variaciones de +1,3% y -1,3%, respectivamente en el mismo periodo.

EE.UU. registró las mayores ventas de frituras y extruidos al exterior en 2017, con un valor de USD 928 millones y una reducción de 4,5%, frente a 2016.

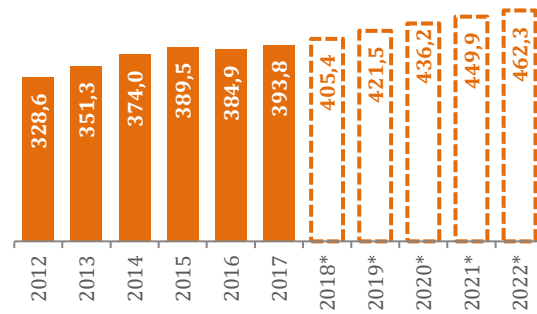
Alemania fue el segundo mayor exportador en 2017, con USD 860 millones y una reducción de 1,5% frente a 2016. Bélgica, ocupó la tercera posición con un valor de exportaciones de USD 765 y un crecimiento de 8% frente al año anterior.

La Industria de Frituras y Extruidos en Colombia

Según la Encuesta Anual Manufacturera, (EAM), realizada por el DANE, en 2016, Colombia registró una producción de 60.162 ton de frituras y extruidos.

El valor del mercado de frituras y extruidos en Colombia fue USD 393,8 millones en 2017, 2,3% menos que en 2016. Sin embargo, el valor de este mercado en el País registró un crecimiento promedio anual de 4,4%, entre 2012 y 2017 (Gráfico 5).

Gráfico 5. Valor del mercado de Colombia de Productos de Frituras y Extruidos (USD millones) 2012 - 2022



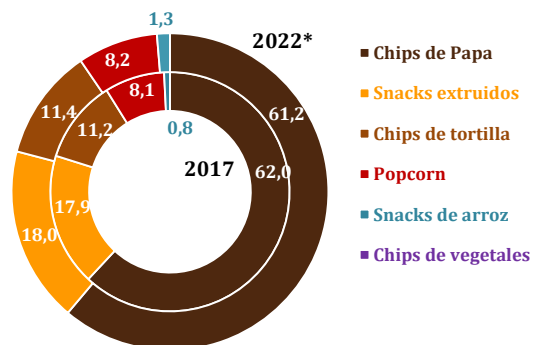
*Proyecciones

Fuente: Euromonitor - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

La categoría de *chips* de papa (62%) lideró el mercado de frituras y extruidos en Colombia en 2017. La segunda categoría, fue extruidos (17,9%) (Gráfico 6).

Según las proyecciones de Euromonitor, las categorías de *chips* de tortilla y extruidos continuarán su dinamismo, con tasas de crecimiento promedio anual de 3,5% y 3,3%, respectivamente, entre 2018 y 2022.

Gráfico 6. Distribución (%) del mercado de Frituras y Extruidos en Colombia según categoría 2017 - 2022



*Proyecciones

Fuente: Euromonitor - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Adicionalmente, se espera que la categoría de *snacks* de arroz alcance un valor de mercado de USD 6,1 millones y un crecimiento promedio anual de 14,6% entre 2018 y 2022.

Las principales 10 empresas alimentos con producción de frituras y extruidos en Colombia, según su participación en el mercado, registraron ventas conjuntas por COP 5,8 billones⁴ en 2017 y una reducción de 8,8% frente a 2016 (Tabla 2).

Las empresas de Bogotá (7) representaron 65,8% del total de ventas de las 10 principales empresas de frituras y extruidos del País en 2017, mientras las del Valle del Cauca, 33,6%.

Tabla 2. Principales empresas con producción de Frituras y Extruidos de Colombia según ventas¹ (COP millones) y crecimiento (%) - 2017

Empresa	Depto.	Ventas 2017	Crec. (%) 2017/16
Colombina S.A.	Valle del Cauca	1.727.189	-1,3
Quala S.A.	Bogotá	1.347.895	-26,9
PepsiCo Inc	Bogotá	937.299	-3,4
Compañía de Galletas Noel S.A.S. ²	Bogotá	772.617	+4,7
Productos Ramo S.A.	Bogotá	420.955	-0,5
Productos Yupi S.A.	Valle del Cauca	228.078	-14,1
Kellogg Co	Bogotá	186.958	+1,5
Comestibles Ricos Ltda	Bogotá	154.273	-5,1
Tostaditos Susanita S.A.S.	Antioquia	28.634	+17,4
Cía. Nal. De Pasabocas Piquitos Ltda. ²	Bogotá	3.696	+14,6

¹Las ventas de las empresas Colombina S.A., Quala S.A. Compañía de Galletas Noel S.A.S., Productos Ramo S.A., Kellogg Co, corresponden al valor de ventas totales

²Compañía de Galletas Noel S.A.S. produce y comercializa frituras y extruido, bajo la marca TOSH

Fuente: Supersociedades, Cámaras de Comercio del País, informes anuales de las empresas - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

⁴ Incluye ventas de productos de otras categorías

En cuanto a las marcas, en 2017 PepsiCo Inc. mantuvo su liderazgo en el segmento de frituras y extruidos nacional con una participación de mercado de 61,6%, ganando 4,3 pps, respecto a 2013. La segunda posición la ocupó Comestibles Ricos Ltda., empresa de Bogotá, con una participación de mercado de 11,1%, (-1,1pps.). Finalmente, Productos Yupi S.A., fue la tercera con una participación de mercado de 8,1% (-1,7pps.)

En la categoría de *chips* de papas, las marcas líderes fueron Margarita (44%), Súper Ricas (11,1%) y Rizadas (2,8%). En la categoría de extruidos, fueron *Cheetos* (8,2%), *Yupis* (2,8%) y *Cheese Tris* (2,1%). En la categoría de *chips* de tortilla, las marcas líderes fueron *Doritos* (6,1%), *Tostacos* (1,5%) y *Maizitos* (1,4%) (Gráfico 7).

Gráfico 7. Distribución (%) del valor de mercado de Frituras y Extruidos en Colombia, según empresa 2017 y variación (pps.) 2013-2017



Fuente: Euromonitor - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Las importaciones nacionales de frituras y extruidos en 2017 fueron USD 40,2 millones y registraron un crecimiento de 7,5%. Los principales países de origen fueron EE.UU., (USD 9,4 millones), Chile (USD 7,5 millones) y España (USD 5,8 millones). Cabe destacar que el crecimiento de las importaciones en el último año se debió principalmente, al crecimiento de 17,3% de cereales inflados (USD 3 millones) (Gráfico 8).

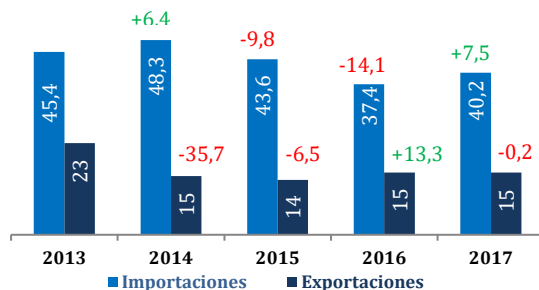
Miércoles 5 de septiembre de 2018 | Informe #104

En el periodo enero – mayo de 2018, el valor de las importaciones de frituras y extruidos fue USD 15,7 millones y registró una reducción de 4% frente al mismo periodo en 2017.

Por su parte, las exportaciones de Colombia de frituras y extruidos en 2017 fueron USD 15,4 millones y registraron una reducción de 0,2% frente a 2016. Los principales destinos de exportación fueron Panamá (USD 5,8 millones), EE.UU. (USD 3,8 millones) y Ecuador (USD 2,2 millones) (Gráfico 8).

Entre enero – junio de 2018, el valor de las exportaciones de frituras y extruidos, fue USD 6,5 millones y registró un crecimiento de 15% frente al mismo periodo en 2017.

Gráfico 8. Importaciones y Exportaciones de Frituras y Extruidos de Colombia (USD millones) 2013 – 2017

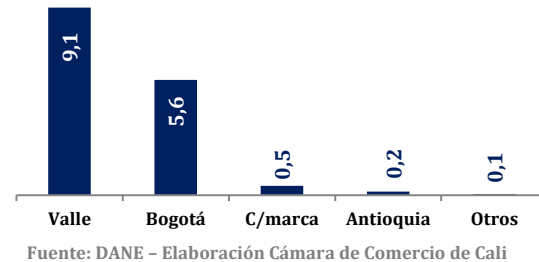


Fuente: DANE – Elaboración Cámara de Comercio de Cali

El Valle del Cauca fue el principal exportador de frituras y extruidos del País en 2017 con USD 9,1 millones (59%), seguido por Bogotá con USD 5,6 millones (36%) (Gráfico 9).

En 2017, los principales destinos de exportación de los productos de frituras y extruidos del Valle del Cauca fueron Panamá (61%) y EE.UU., (37%).

Gráfico 9. Exportaciones de Frituras y Extruidos, según departamento (USD millones) 2017



Fuente: DANE – Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Las principales empresas exportadoras de frituras y extruidos del Valle del Cauca en 2017 fueron: Compañía Internacional de Alimentos (USD 5,5 millones) y Pacífico Snacks S.A. (USD 3,4 millones)

Retos y oportunidades comerciales para las empresas del Cluster de Macrosnacks

En el Cluster de Macrosnacks se han identificado 8 empresas en el segmento de frituras y extruidos, las cuales facturaron COP 262 mil millones en 2017 y registraron una reducción de 11,3% frente a 2016 (Tabla 3).

Tabla 3. Principales empresas productoras de Frituras y Extruidos del Valle del Cauca, según ventas (COP millones) – 2017

Empresa	2017	Crec. (%) 2017/16
Productos Yupi S.A.S.	228.078	-14,1
Comestibles Colombia S.A.S.	9.728	+7,6
Productos Comestibles Calipan S.A.	8.797	+11,6
Pacifico Snacks S.A.S.	9.286	+24,3
Idarraga Uribe Juan Esteban - Comestibles Juanchis	2.757	-2,8
Productos La Tribu Calima S.A.S.	3.579	-37
Grupo Empresarial Caleño S.A.S.	311	+23
Estrella Rodríguez Esperanza - Productos La Primavera	n.d.	n.d.

Fuente: Cámara de Comercio del Valle del Cauca, informes anuales de las empresas – Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Uno de los retos identificados por las empresas en las Mesas de Trabajo de la Iniciativa *Cluster* de Macrosnacks es la diferenciación del producto en términos de empaque, ingredientes, sabores, tecnologías y procesos, con el objetivo de acceder a nuevos mercados.

Según la agencia de inteligencia de mercados Mintel⁵, nuevos sabores y texturas creativas, continuarán impulsando las ventas en los próximos años de estas categorías, haciendo un énfasis en la calidad *premium* e ingredientes naturales.

Respecto a la tendencia de consumo de alimentos saludables, Mintel indica que representa una oportunidad aun por explorar.

Por ejemplo, el líder del segmento de frituras y extruidos PepsiCo, comercializa en EE.UU., versiones horneadas de algunas de sus marcas, con la promesa de una reducción de 50% o más de grasa. Sin embargo, entre enero y noviembre de 2017, las ventas de *Baked Lay's*, *Ruffles* horneados y *Tostitos* horneados, registraron una disminución de 27% respecto al mismo periodo en 2012 y una leve disminución respecto a 2016.

Como respuesta al comportamiento del consumidor, PepsiCo relanzó en 2017 sus *chips* horneados con nuevo empaque más uniforme y limpio, destacando la palabra "horneado", buscando la diferenciación entre sus competidores.



Fuente: Mintel

El caso de PepsiCo, destaca la importancia del sabor y la textura como un criterio importante para una categoría impulsada por la indulgencia. Entre los lanzamientos destacados en lo corrido del año, se encuentra *Doritos Crunch Nuts*, cacahuets cubiertos de tortilla y *Doritos Loaded*, descrito como: corteza con sabor a Doritos crujiente, relleno de queso.



Fuente: Mintel

La iniciativa *Cluster* de Macrosnacks, en las Mesa de trabajo de Plataforma de Acceso a Nuevos mercados, Ecosistema de Desarrollo de Producto y Aliados Productivos, avanza en la Estrategia de Internacionalización para las empresas *Cluster* en 2 líneas: acceso a **mercados cercanos** a partir de la oferta exportable actual de las empresas de región y **mercados exigentes**, que implican el desarrollo o adaptación de nuevos productos que respondan a los criterios de compra de consumidores sofisticados.

En Junio de 2017, la Cámara de Comercio de Cali y la Agencia de Transferencia Tecnológica Reddi, lanzaron la publicación **VINT**, un Informe de Inteligencia Competitiva, que ofrece a las empresas de los *Clusters*, un panorama completo con análisis de mercados, tendencias y vigilancia tecnológica para la toma de decisiones estratégicas.



Fuente: Cámara de Comercio de Cali

⁵ Informe de *chips* de papa y tortilla para EE.UU., febrero de 2018

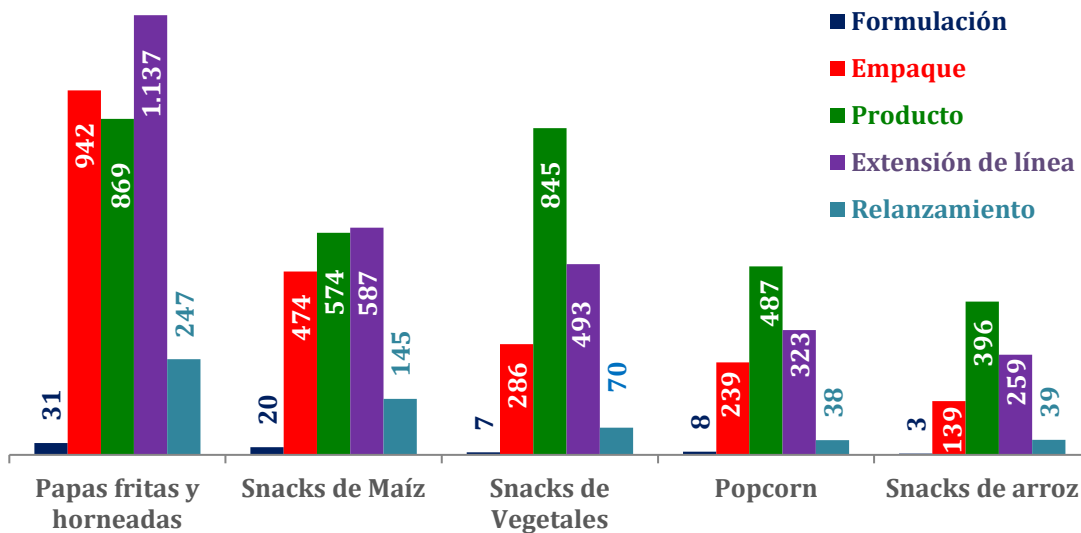
Miércoles 5 de septiembre de 2018 | **Informe #104**

La primera edición de **VINT**, abarca el segmento de *snacks* de fruta, en el que se presenta el comportamiento del mercado mundial de *snacks* de fruta, proyecciones de crecimiento, principales tendencias, sabores, *claims* y tipos de empaque. Además, tendencias tecnológicas, patentes recientes y potenciales desarrollos en Colombia.

En septiembre, iniciará la segunda versión del proyecto Reto Cluster **Macrosnacks** "Plataforma de innovación para el desarrollo de productos sofisticados y su inserción en mercados exigentes", cofinanciado por iNNpulsa y en el que participan 10 empresas: Colombina S.A., Del Alba S.A., Dulces del Valle S.A., Industriales de América S.A.S., La Caramela S.A.S., La Tour S.A., Los Tejaditos S.A., Manitoba Ltda., Productos Deli Ricura S.A., y *Sogni Foods* S.A.S. El reto de estas empresas es desarrollar al menos 1 nuevo producto sofisticado para un mercado exigente en los próximos 18 meses, con el acompañamiento de la Escuela de Ingeniería de Alimentos de la Universidad del Valle y diferentes consultores especializados.

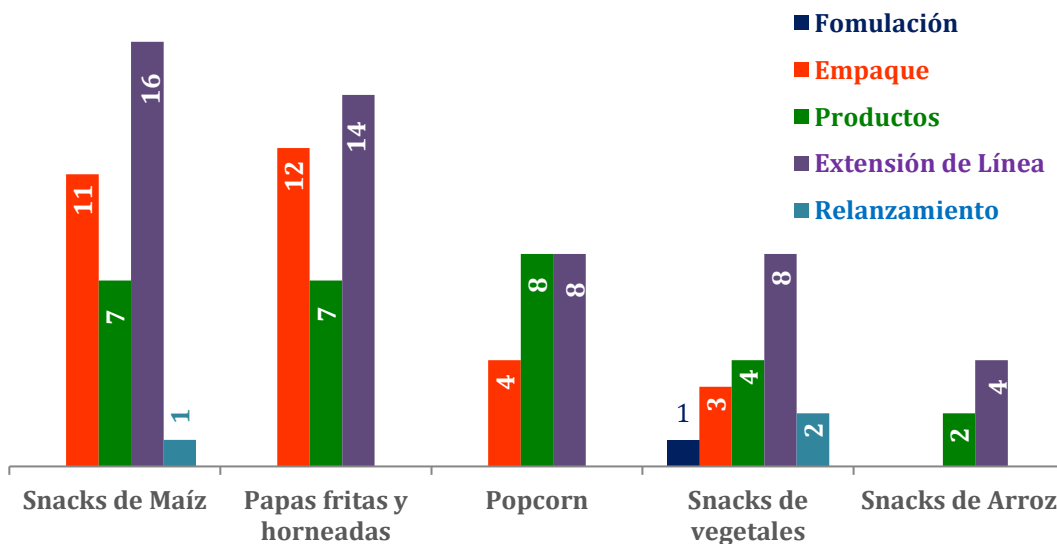
Anexos

Gráfica 1. Lanzamientos de productos de frituras y extruidos en el mundo, según tipo de innovación 2017



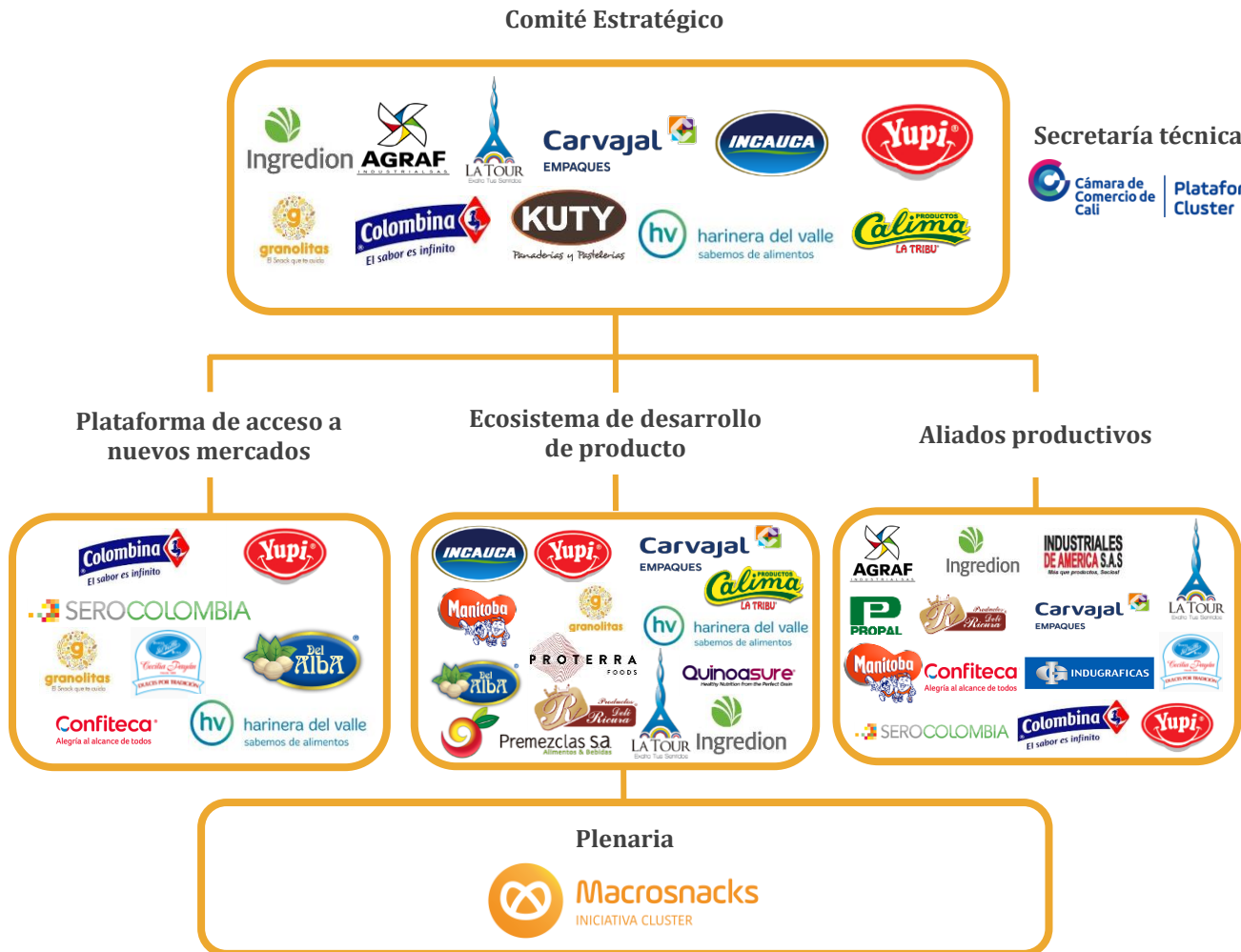
Fuente: Mintel – Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Gráfica 2. Lanzamientos de productos de frituras y extruidos en Colombia, según tipo de innovación 2017



Fuente: Mintel - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Esquema 1. Esquema de Gobernanza de la Iniciativa Cluster de Macrosnacks



Fuente: Cámara de Comercio de Cali