
Estudio de Mercado Confites en Ecuador

Abril 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Guayaquil

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	5
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	6
1. Arancel General:	6
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	6
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	7
4. Otros Impuestos:	8
5. Barreras Para – Arancelarias	8
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	9
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	9
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	9
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	10
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	12
1. Estadísticas 2010	12
2. Estadísticas 2009	12
3. Estadísticas 2008	12
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	16
1. Potencial del producto	16
1.1. Formas de consumo del producto	17
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	19

1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).	20
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.	20
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	21
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i>	21
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	22
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	24
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i>	26
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	30
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i>	32
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	32

PRODUCTO: CONFITES

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

Código	Descripción de los Productos
17041010	Chicles y gomas de mascar recubiertas
17041090	Los demás chicles y gomas de mascar
17049030	Caramelos sin cacao
17049050	Pastillas sin cacao
17049060	Gomas azucaradas sin cacao
17049070	Turrón sin Cacao
17049090	Los demás artículos de confitería

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Para el año 2010 el sector de confiterías y elaborados facturaron alrededor de \$200 millones de dólares. Ecuador registro en el año 2007 una oferta, de 188 millones de dólares en el sector de la confitería, de los cuales 144 millones representan la producción local y 44 millones las importaciones. En el mercado local para el año 2009 las exportaciones llegaron a los 52 millones de dólares, y se encuentra liderado básicamente por dos empresas: Confiteca S.A y La Universal, la primera posee una cuota aproximada del mercado nacional del 63%, según publicaciones del el Diario Hoy. La empresa La Universal tuvo una reaparición en el año 2006 donde el Consorcio Nobis adquirió las 182 marcas de la compañía, volviendo a elaborar productos estrellas como Manicho, Caramelos de Leche y Miel, Menta Glacial. En el 2010 la misma empresa lanzó una campaña agresiva de renovación de los empaques de sus productos, tanto en sus materiales como en diseños marcando fuertemente el águila que representa la insignia de la compañía, obteniendo ventas que llegaron a los 35 millones de dólares.

En la actualidad las empresas dedicadas a la confitería y a la elaboración chocolates diversifican sus productos y aumentan la demanda de para mejorar la calidad. El Ecuador registra importaciones provenientes de países como Colombia, Perú, Brasil, Chile, Argentina, etc. Lo que hace atractivo el mercado ecuatoriano para los exportadores extranjeros es que en el país el consumo de dulces y confites es masivo y se encuentra en constante evolución, los consumidores siempre están buscando experimentar nuevos sabores, empaques, ingredientes en los productos y el mercado internacional ofrece la oportunidad de que los ecuatorianos puedan notar ese valor agregado en productos de consumo regular, otorgando así una posibilidad de introducirse al nicho de mercado de los confites importados a cualquier empresa que ofrezca estas características de innovación.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

Código	Descripción de los Productos
17	Azúcares y Artículos de Confitería
1704	Artículos de Confitería sin cacao, incluido el chocolate blanco
1704.10	Recubiertos de Azúcar
1704.10.9	Los demás
1704.90.10	Bombones, Caramelos, Confites y pastillas
1704.90.90	Los demás



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

Advalorem	20%
FDI	0,5%
IVA	12%
Unidad de Medida	KG
Es Producto Perecible	NO

2. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

Código Nandina	Descripción Nandina	Preferencia	Vigencia
1704.10	Artículos de confitería recubiertos de azúcar	100% - ACE Nº 65	03/01/2010 – 31/12/3000
1704.10.90	Los Demás	100% - ACE Nº 65	03/01/2010 – 31/12/3000
1704.90.10	Bombones, caramelos, confites y pastillas.	100% - ACE Nº 65	03/01/2010 – 31/12/3000
1704.90.90	Los Demás	100% - ACE Nº 65	03/01/2010 – 31/12/3000

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Los países que pertenecen a la CAN (Venezuela, Colombia, Perú, Bolivia) tienen preferencia arancelaria del 100%, las vigencias de estas ventajas arancelarias son válidas hasta el 31/12/3000

Los países que pertenecen a la ALADI que poseen ventajas arancelarias son:

PARTIDA 1704.1

ARGENTINA	30%
BRAZIL	30%
PARAGUAY	40%
URUGUAY	0%

PARTIDA 1704.10.9

ARGENTINA	30%
BRAZIL	30%
PARAGUAY	40%
URUGUAY	0%

PARTIDA 1704.90.10

ARGENTINA	30%
BRAZIL	30%
PARAGUAY	40%
URUGUAY	0%

PARTIDA 1704.90.90

ARGENTINA	30%
BRAZIL	30%
PARAGUAY	40%
URUGUAY	0%

La vigencia de estas ventajas arancelarias es válida hasta el 31/12/2012

4. OTROS IMPUESTOS:

- FODINFA: Impuesto del 0.5% del valor CIF de la importación para el Fondo de Desarrollo de la Infancia.
- IVA: Impuesto al Valor Agregado sobre el valor CIF, equivalente al 12%
- ISD: Impuesto de Salida de Divisas

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No existen.



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Para el ingreso de productos internacionales al mercado ecuatoriano, el importador u operador de aduana necesita presentar ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), el certificado de origen (cuando proceda), que servirá para cogerse a la liberación del pago de aranceles, dicho documento certifica que la mercadería ha sido producida en el país exportado. Además Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagres; productos alimenticios; medicamentos, cosméticos y afines y materias primas para su elaboración; dispositivos médicos y determinados productos de uso veterinario. Autorización previa de importación emitida por el Ministerio de Salud Pública. Resolución N° 364 de 2/10/06 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI).

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MPS): solicita registro sanitario para la importación de alimentos y bebidas procesados; medicamentos en general, medicamentos genéricos, drogas, reactivos. Insumos o dispositivos médicos; productos higiénicos o perfumes; plaguicidas de uso domestico e industrial; combustibles minerales; aceites minerales; ceras minerales; levaduras muertas y microorganismos mono celulares muertos; aceites de sésamo (ajonjolí) y sus fracciones, extractos de hígado y los demás extractos de glándulas; aceite de hígado de bacalao. <http://www.msp.gob.ec>

Etiquetado.

En relación a las normas de etiquetado, se realizarán las mismas bajo los procedimientos que indique el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) en donde se debe incluir el nombre de la compañía, dirección y número telefónico, el número de etiqueta comercial, del país de origen, de la unidad, del peso neto, y del número de registro sanitario si este es requerido. Lo anterior en idioma español.

<http://www.inen.gob.ec/images/pdf/nte/1334-1.pdf>

Servicio Nacional de Aduana, tramitación de ingreso y presentación de Certificado de Origen.

Matriz, Av 25 de Julio Km. 4, vía a Puerto Marítimo

Teléfonos (593-4) 2480640 – 2500111

E-mail: helpdesk@aduana.gob.ec

Web: www.aduana.gob.ec

Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN: Es el organismo oficial de la República del Ecuador para la normalización, la certificación y la metrología de los productos de consumo humano, los cuales deben cumplir con requisitos obligatorios de calidad y nutricionales de higiene. La verificación de éstos, se realiza a través de ensayos químicos y microbiológico para ello el INEN analiza la composición química y nivel bacteriológico de los alimentos, con el fin asegurar los niveles de calidad requeridos para la comercialización de productos en Ecuador

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO

El rotulado debe contener la siguiente información

- Nombre o denominación del producto
- Marca Comercial
- Identificación del lote o numero de este
- Modelo o tipo (si es que aplica)
- Contenido Neto

- Razón Social y dirección completa de la Empresa productora y/o comercializadora
- Lista de ingredientes, con sus respectivas especificaciones
- Fecha de elaboración y fecha de vencimiento (año, mes, día)
- En caso de que el producto contenga algún insumo o materia prima que represente riesgo o peligro, debe aclararse
- La información debe estar en español, sin perjuicio de que se pueda incluir adicionalmente esta información en otro idioma.
- Los productos que circularen o se expidieren en el territorio ecuatoriano sin los requisitos anteriores, se presumirán ingresados ilícitamente.

La información del rotulado exigida debe colocarse en la etiqueta, envase o embalaje del producto y cuando esto no sea posible debe de colocarse en el manual del uso del producto.

La información del rotulado no debe tener palabras, ilustraciones o representaciones graficas (dibujos o símbolos) que hagan alusión falsa, equivocada o engañosa, o susceptible de una expectativa errónea respecto de la naturaleza del producto).



IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES.

Para la recolección de datos estadísticos se tomaron en cuenta las importaciones de los países más representativos de acuerdo a la partida 17.04.10.00 denominada: Chicles recubiertos de azúcar, registradas en el Banco Central del Ecuador

1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	2011	
		Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	600,07	2005,41	46,13%
Peru	348,22	838,74	19,29%
Brasil	267,01	790,01	18,17%
Estados Unidos	55,08	458,91	10,56%
Costa Rica	125,8	254,22	5,85%
TOTAL GENERAL	1396,18	4347,29	100,00%

2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	2010	
		Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	436,96	1481,29	45,65%
Brasil	292,69	759,67	23,41%
Peru	222,67	479,73	14,78%
Estados Unidos	47,73	353,92	10,91%
Costa Rica	101,24	170,30	5,25%
TOTAL GENERAL	1101,29	3244,91	100,00%

3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	2009	
		Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	718,59	1820,8	55,29%
Peru	252,6	565,09	17,16%
Brasil	185,58	428,29	13,00%
Estados Unidos	58,14	344,07	10,45%
Costa Rica	102,51	135,13	4,10%
TOTAL GENERAL	1317,42	3293,38	100,00%

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Para la recolección de datos estadísticos se tomaron en cuenta las importaciones de los países más representativos de acuerdo a la partida 17.04.10.90 denominada: Las demás, registradas en el Banco Central del Ecuador.

Estadísticas 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	2011	
		Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	603,88	2063,36	50,67%
Polonia	70,26	744,51	18,28%
China	191,34	729,71	17,92%
España	68,04	304,57	7,48%
Chile	76,66	230,35	5,66%
TOTAL GENERAL	1010,18	4072,5	100,00%

Estadísticas 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	2010	
		Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	387,6	1111,82	40,15%
Polonia	96,75	908,85	32,82%
España	53,02	268,01	9,68%
China	71,42	243,89	8,81%
Alemania	40,36	123,68	4,47%
Chile	37,49	112,69	4,07%
TOTAL GENERAL	686,64	2768,94	1

Estadísticas 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	2009	
		Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	290,22	769,13	38,98%
Polonia	64,88	626,6	31,76%
España	37,48	228,7	11,59%
China	127,46	208,24	10,55%
Reino Unido	15,3	140,55	7,12%
TOTAL GENERAL	535,34	1973,22	100,00%

Para la recolección de datos estadísticos se tomaron en cuenta las importaciones de los países más representativos de acuerdo a la partida 17.04.90.10 denominada: Bombones, caramelos, confites y pastillas

Estadísticas 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	2011	
		Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	7390,43	17662,42	76,54%
Peru	931,78	2032,1	8,81%
Argentina	215,98	1775,93	7,70%
China	155,98	664,78	2,88%
Uruguay	148,19	487,12	2,11%
Chile	58,24	452,24	1,96%
TOTAL GENERAL	8900,6	23074,59	100,00%

Estadísticas 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	2010	
		Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	5523,60	12621,82	73,47%
Peru	1029,56	2088,98	12,16%
Argentina	952,36	1630,86	9,49%
China	106,01	331,04	1,93%
Uruguay	25,48	278,14	1,62%
Chile	102,86	229,05	1,33%
TOTAL GENERAL	7739,87	17179,89	100,00%

Estadísticas 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	2009	
		Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	4751,27	9833,79	75,39%
Argentina	826,93	1506,27	11,55%
Peru	633	1135,7	8,71%
Brasil	118,38	194,89	1,49%
Chile	58,43	188,96	1,45%
Estados Unidos	57,61	183,99	1,41%
TOTAL GENERAL	6445,62	13043,6	100,00%

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Para la recolección de datos estadísticos se tomaron en cuenta las importaciones de los países más representativos de acuerdo a la partida 17.04.90.90 denominada: Las demás, registradas en el Banco Central del Ecuador.

Estadísticas 2011

Principales Países de Origen	2011		
	Cantidad (KG)	Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	620,77	2255,27	47,87%
Guatemala	471,13	1084,08	23,01%
Argentina	106,16	459,86	9,76%
Chile	161,04	481,31	10,22%
China	134,58	431,14	9,15%
TOTAL GENERAL	1493,68	4711,66	100,00%

Estadísticas 2010

Principales Países de Origen	2010		
	Cantidad (KG)	Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	681,19	1593,05	43,37%
Guatemala	434,33	936,33	25,49%
Chile	143,67	411,31	11,20%
Argentina	101,45	383,99	10,45%
Estados Unidos	85,23	348,81	9,50%
TOTAL GENERAL	1445,87	3673,49	100,00%

Estadísticas 2009

Principales Países de Origen	2009		
	Cantidad (KG)	Monto en Miles	% Part Mercado
Colombia	796,98	1169,78	51,29%
Guatemal	238,35	446,36	19,57%
Estados Unidos	77,29	264,36	11,59%
Argentina	64,87	229,07	10,04%
Chila	630,8	170,99	7,50%
TOTAL GENERAL	1808,29	2280,56	100,00%

Las estadísticas de los últimos tres años muestran que el país que más exporta chicles recubiertos de azúcar, bombones, caramelos, confites y pastillas, hacia el Ecuador es Colombia con sus marcas Aldor y Colombina principalmente. Para productos como chicles recubiertos de azúcar el año con mayor importación fue el 2011.

El año en que el Ecuador importó una menor cantidad de bombones, caramelos, confites y pastillas, fue en el 2010 con 1101.29 kilogramos. Asimismo los países que también exportan este tipo de productos al Ecuador son: Argentina, Perú, Chile con marcas como dos en uno, entre los más importantes.

De acuerdo a las cifras proporcionadas por el Banco Central del Ecuador podemos tomar como referencia que en Ecuador se da un consumo de distintos tipos confites, y que este va en aumento. Esta información estadística es relevante para evaluar la posibilidad de inserción de cualquier producto chileno en el mercado ecuatoriano.

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO

De acuerdo con las cifras obtenidas del Banco Central del Ecuador la importación de productos de confitería en el Ecuador va en aumento. A pesar de que existen marcas locales consolidadas en el mercado, cada vez aparecen más ofertantes de productos del sector de confitería.

Ecuador facturó en el año 2009 por concepto de importaciones alrededor de 48 millones de dólares, y para el año 2010 recibió ingresos totales aproximados de 200 millones de dólares por comercialización de productos.

Según informes del Diario Hoy, los productores del sector manifiestan que a pesar de ser este un mercado muy explotado, aún quedan áreas sin explotar y para los cuales se pueden generar nichos de mercado que aún no están conquistados. La importancia radica básicamente en implementar estrategias de diferenciación y comercialización, en el caso de los confites muchas empresas han optado por agregar valor a sus productos mediante el uso de aditamentos que mejoran la calidad de los confites, con empaques llamativos y han logrado introducirse en la mente del consumidor utilizando redes sociales donde se organizan foros para receptor inquietudes y comentarios con respecto a la marca y al producto.

Al igual que en el mercado chileno, los consumidores ecuatorianos son amantes de la confitería y demás dulces, es por esto que es necesario prestar atención a este mercado que va en ascenso ya que a mas de poseer características de consumo similares existe la posibilidad de obtener mayores recursos mediante el desarrollo de nuevos productos.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Las formas en que la mayoría de confites se consume en el Ecuador son de acuerdo al tipo de producto son:

- Chupetes: Se presentan en fundas con diferente peso de acuerdo a su marca estos varían entre los 18, 20, 24 gramos, con un contenido general de 24 chupetes por funda.
- Caramelos: Se presentan en fundas con pesos que van desde los 3.7 la unidad hasta los 450 gramos por funda aproximadamente, con un contenido general de 100 unidades por funda. Para los caramelos masticables el peso oscila desde los 5g la unidad hasta los 200g por funda, con un contenido de 50 o 100 unidades por funda dependiendo de la marca.
- Gomas de Mascar: Para bolas de chicle recubiertas al granel el peso varía entre los 1.15g la unidad hasta los 300g por funda, y con un contenido de aproximadamente 300 por funda. Para las gomas de mascar con centro liquido el peso de unidad aproximado es de 4.5 gramos, con un contenido por caja de 50 unidades.

Chupetes



Caramelos Surtidos



Gomas de mascar¹

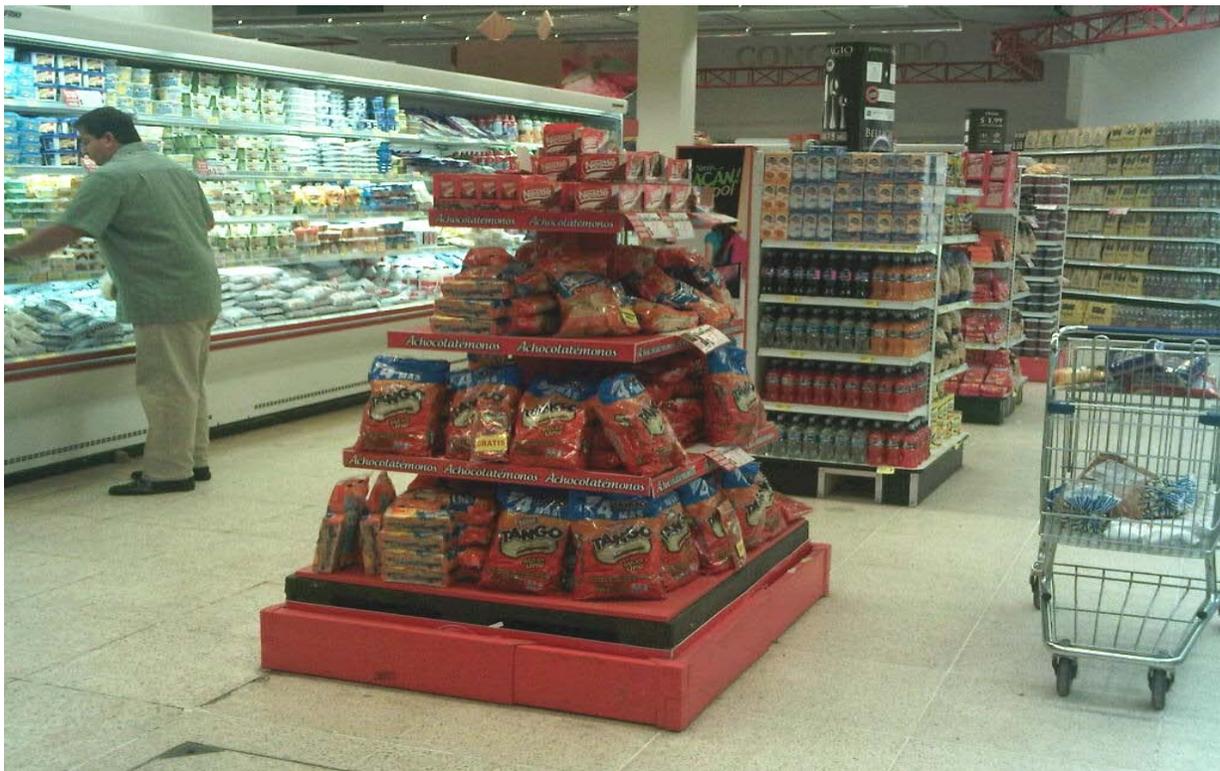


¹ Fotos tomadas en Supermercado Mi Comisariato - Guayaquil

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.)

Para la comercialización de productos de confitería, encontramos en supermercados distintas perchas centrales destinadas a promover el consumo de confites. Empresas como La Universal con el fin de dar a conocer la insignia de su marca han diseñado nuevos empaques para sus productos, otras han optado por innovar con el lanzamiento de nuevos sabores, presentaciones y tamaños. Además, se puede obtener varios de estos productos en portales de internet como www.despensaenlinea.com

La mayoría de las empresas comercializadoras² de confites en el país ya están fuertemente posicionadas y poseen páginas web y cuentas en redes sociales que les permite promocionar y difundir sus productos.



² Tienda Mi Comisariato (Corporación El Rosado) - Guayaquil

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN)

En los diferentes comentarios obtenidos en medios publicitarios de los fabricantes de confites en el Ecuador, se evidencian las siguientes características favorables del consumo:

- El Sr. Carlos Grunauer, gerente de La Universal Sweet Industries, manifestó en la revista Ekos que el éxito de La Universal se debe a que se tratan de productos nostálgicos, que tienen muchos años en el mercado que han podido revivir con mucho esfuerzo y que por ello son líderes en el mercado, aclaro además que se trata de un trabajo de equipo.
- Para Yohn Ávila, gerente regional de confites de la marca Nestlé, la marca es considerada por los consumidores como una marca familiar, como una marca de los ecuatorianos preferida por el segmento infantil.
- Varios productores de confites en el país manifiestan que en el país hay una reducida demanda de chocolates en el país, y que se debe de fomentar su consumo. Que es necesario que se realice una campaña para que la demanda aumente, y de esta forma las empresas grandes y pequeñas puedan aumentar su producción.
- Para directivos de Confiteca su éxito se debe a su filosofía de sorprender consistentemente a sus consumidores. Precisamente en el mes de febrero del 2012, lanzaron un nuevo sabor en uno de sus chupetes Plop.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO

Los Confites en el Ecuador se consumen durante todo el año. Sin embargo para los meses de diciembre o enero se registra un número mayor de importaciones de confites como caramelos, bombones, confites rellenos y otros dulces, esto se debe al gran consumo que desencadenan fechas como navidad y año nuevo, ya que el precio de los productos importados desde Colombia o Perú es menor al de las empresas locales.

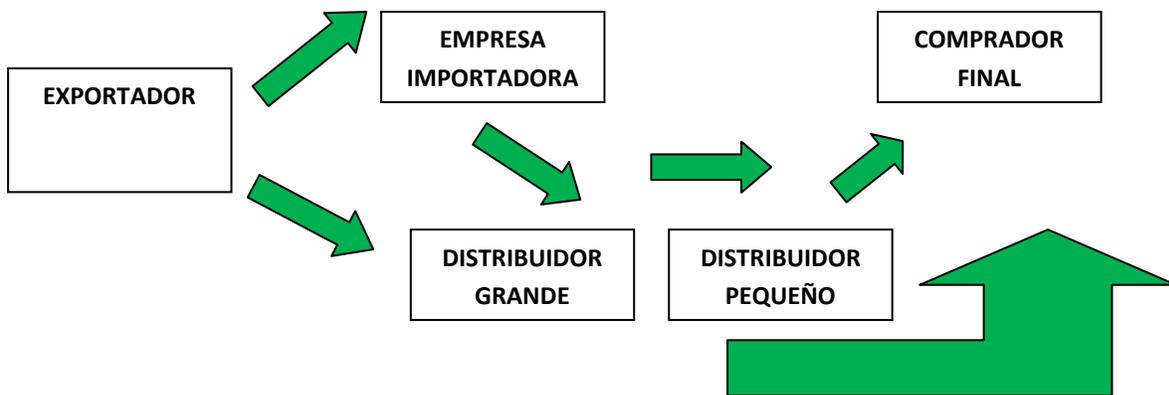
1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

La principal zona de consumo son las tiendas minoristas localizadas en los barrios urbanos de las ciudades a lo largo del país. Asimismo otros lugares de expendio del producto son: los supermercados, tiendas especializadas de confites y golosinas, cafés, cadenas de autoservicios, mini markets, entre los más importantes.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La comercialización de confites se realiza a través de canales directos que son: Importadores y Supermercados.

La importación a través de una empresa importadora y/o un distribuidor: Consiste en vender el producto a través de una importadora la cual abastece a distribuidores, tanto grandes como pequeños; y estos a su vez entregan el producto al consumidor final. Por otro lado, la empresa importadora que puede ser un Supermercado también puede vender el producto a consumidores finales directamente. Paralelamente a esta situación se puede dar que algunos distribuidores grandes compren directamente a la empresa exportadora.



VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

En el Ecuador un gran número de marcas comercializan distintos tipos de confites, es por esto, que se ha tomado como referencia para la obtención de información, confites con medidas estándares para la mayoría de estas marcas. Asimismo para la venta en supermercados se presenta el siguiente listado de precios al retail:

Variedades	Precios en dólares	Exhibición en Vitrina
Caramelos duros de fruta y leche	Desde \$1.42 hasta \$1.98	Fundas de 450g.
Caramelo duro refrescante (Mentas)	Desde \$0.73 hasta \$1.69	Fundas de 450g.
Caramelo Masticable	Desde \$1.25 hasta \$2.28	Fundas
Chupetes con relleno	\$1.95	Fundas
Chupetes sin relleno	\$1.43	Fundas
Gomas de mascar, bolas recubiertas al granel	Desde \$1.51 a 2.41	Funda de 300g
Gomas de mascar con centro liquido	\$1.95	Caja de 5.98g.
Gomas de mascar refrescante (Menta)	\$2.47	Funda de 150 g.
Gomas de mascar refrescante (Menta)	\$3.47	Caja 20 g

A nivel de distribuidores minoristas como tiendas y establecimientos, los confites se venden por unidad. Para los chupetes el costo aproximado es de \$0.25, las gomas de mascar con y sin relleno se pueden adquirir a un costo aproximado de \$0.05 de dólar, al igual que los caramelos refrescantes de menta. Mientras que los caramelos surtidos se venden dos por \$0.05.



VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

El mercado de los confites en el Ecuador es muy amplio y no es nuevo, este se encuentra prácticamente dominado por las empresas líderes en el País con más de 50 años en el negocio como La Universal y Confiteca. Sin embargo, podemos notar que empresas extranjeras se asientan fuertemente en país, empresas como Colombina, Arcor, Noel, entre otras, han logrado introducirse en el Ecuador y capturar un segmento de mercado importante. Con el fin de mantenerse en el top of mind de los consumidores ecuatorianos y así conservar su liderazgo en el sector de confitería, estas empresas utilizan recursos de promoción como perchas de supermercados, auspicio de eventos, comerciales de televisión, propagandas en revistas y periódicos, etc. En el año 2010 La Universal Sweet industries lanzo una agresiva campaña de renovación de los empaques de sus productos, tanto en sus materiales como en diseños marcando fuertemente el águila que representa la insignia de la compañía. La empresa Confiteca S.A en el año 2010, optó por aliarse con una marca conocida en el sector automotriz, Chevrolet, con el fin de obtener una flota de camiones que facilite una distribución eficiente que beneficie a todos sus consumidores.



Miembros de las Empresas Chevrolet y Confiteca, foto tomada del sitio web www.patituerca.com

De la misma forma empresas comercializadoras de productos de confitería buscan llamar la atención de más consumidores mediante promociones en sus empaques, ofreciendo una mayor cantidad de productos de forma gratuita.



IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

En el mercado ecuatoriano existe una amplia variedad de confites, hemos tomado como referencia los productos de las marcas líderes en el país: Confiteca S.A y La Universal

Los sabores para Chupetes empresa Confiteca S.A:

- Chupetes con relleno: Plop Es la línea principal de chupetes de la empresa Confiteca, se presenta con sus sabores de Sandia Acida con chicle, Chocolate con relleno de toffee, Plop trance con chicle, Cereza acida con chicle y fresa acida, Plop mini chupete con chicle, Plop trichupete con relleno masticable, y su ultimo sabor lanzado en el mes de Febrero del 2012 Plop pasión cítrica.
- Chupetes Plop sin relleno: Plop chupete de Chocolate sin relleno.



Los sabores para Chupetes de la Empresa la Universal Sweet Industries:

- La empresa La Universal comercializa un solo tipo de Chupete con chicle denominado YEYE, con un sabor de fresa acido que combina toda la sensación de lo dulce y lo acido en un solo chupete., de naranjilla acida, mora acida, y naranja acida.



Presentaciones para las gomas de mascar empresa Confiteca S.A

Para las gomas de mascar sin relleno:

- Bolas recubiertas: Se presentan en dos tamaños bolas pequeñas y bolas grandes con sabor a Tutti Frutti, se pueden adquirir de acuerdo a su presentación al granel, en empaque individual o por cinco unidades.



Gomas de mascar con centro líquido:

- Agogó con centro líquido: Se pueden encontrar en las presentaciones mencionadas anteriormente
- Kataboom: La línea Kataboom ha sido merecedora de varios reconocimientos por excelencia, con sabores de fresa, uva, cereza y sandía. Se presenta en empaques surtidos e individuales.



Para los caramelos de la Empresa Confiteca:

- Caramelos duros de Fruta y Leche
- Caramelos duros refrescantes (Mentas)
- Caramelo masticable
- Caramelos masticables refrescantes (Mentas)
- Toffees



Para la empresa La Universal Sweet Industries presenta las siguientes variedades de caramelos:

- Caramelos Surtidos
- Menta Glacial
- Leche Miel
- Toffees Surtidos
- Zumo



X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

- Para el exportador chileno de confites, Ecuador representa un mercado relativamente atractivo, el consumo de este tipo de productos va en aumento, existen competidores pero hay nichos de mercado que aun no han sido explotados, las barreras de entrada son mínimas por lo que se recomienda aprovechar estos escenarios para la introducción y promoción de nuevas marcas de confites en este país.
- El mercado de los confites en el Ecuador es maduro. Sin embargo, son pocas las empresas que se han preocupado por expandir mercados y brindarle un valor agregado al producto, añadiéndole ingredientes, empaques llamativos, sabores, etc.
- Es posible que ante la creciente demanda de confites en Ecuador, emerjan potenciales importadores nuevos en el mercado, por lo que se recomienda siempre manejarse con las formalidades de contratación de servicios en los negocios de compra y venta, tales como: Carta de crédito, contrato, indagación de la empresa importadora, seguimiento continuo del importador en el manejo del producto, entre otras.
- Participar activamente con la Oficina Comercial de Chile en Ecuador para la detección de nuevas oportunidades de negocios y nuevos importadores, a través de misiones empresariales, invitación a potenciales compradores, visitas a ferias, entre otras.
- Se recomienda a los exportadores realizar campañas publicitarias con el fin de mostrar su producto en el Ecuador, dar a conocer los beneficios que ciertos productos como chupetes con leche y calcio, caramelos con vitaminas, edulcorantes saludables, entre otros.

- Difundir los valores nutricionales que ofrecen a la salud y como estos han ido evolucionando para ofrecer una mejor calidad en cuanto al producto expendido al consumidor. Además, de ser posible incluir nuevas presentaciones, nuevos sabores, nuevos ingredientes con el fin de agregar valor al producto que lo distinga de su competencia y le permita captar la atención del consumidor ecuatoriano.
- Es importante utilizar herramientas tecnológicas que permitan la promoción de nuevos productos, en el Ecuador de acuerdo a datos de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (Senatel) la penetración de telefonía celular en Ecuador es del 100% es decir que cada habitante posee al menos un celular. Por tanto los mensajes SMS son una fuente muy interesante de publicidad para llegar a los consumidores potenciales a través de compras de bases de datos a empresas especializadas, de acuerdo a resultados de una encuesta realizada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) el uso del Internet en los ecuatorianos se ha triplicado en menos de un año, superando en servicios online a países como Perú y Paraguay lo que brinda una oportunidad clave de promoción para empresarios chilenos quienes mediante redes sociales gratuitas como Facebook y Twitter podrían tener acceso a 29 de cada 100 ecuatorianos mediante estas redes según la misma encuesta.
- Prospeccionar nuevos nichos con potencial de demanda en Ecuador, como mercados de Guayaquil, Quito, Cuenca, Machala que permitan difundir el consumo de confites y aumentar su consumo.
- Asegurar la fidelidad y predilección del consumidor mediante estrategias de apoyo como promociones, descuentos, regalos, eventos gratuitos, etc. El consumidor ecuatoriano valora significativamente a aquellas empresas que ofrecen un beneficio extra a la hora de adquirir un producto.

- El precio es un factor determinante al a hora de comprar, dependiendo de la estabilidad económica del país, sin embargo, el consumidor ecuatoriano está dispuesto a pagar un precio que le genere una sensación de beneficio mayor.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

“Programa Mi amigo”

Organizador: **Confiteca S.A**

Fecha: 19 de Marzo 2011

Lugar: Quito

Descripción: La idea fundamental de este programa es generar ventas y fidelizar clientes mediante el lanzamiento de la revista “Mi amigo Confiteca”, que será entregada a todos los clientes de la marca y donde se presentaran nuevos productos, descuentos, se solucionararan inquietudes receptadas al numero 1800-400100.



Fotografía tomada del sitio web www.branding.com.ec

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

<http://www.aduana.gob.ec>

- Instituto Nacional Izquieta Pérez

<http://www.inh.gob.ec>

- Banco Central del Ecuador

<http://www.bce.fin.ec>

- Información de Eventos

<http://www.branding.com.ec>

- Revista online Ekos

<http://www.ekos.com.ec>

- El mercado chocolatero se reactiva en el Ecuador

<http://www.skyscraperlife.com>

- Diario El Hoy

<http://www.hoy.com.ec>

- Diario el Universo

<http://www.diarioeluniverso.com.ec>

- Superintendencia de Compañías
<https://www.supercias.gov.ec>
- Ministerio de Finanzas de Ecuador
<http://www.mef.gov.ec>
- Revista Vistazo
<http://www.vistazo.com>
- Revista América Economía Ecuador
<http://www.americaeconomia.com/ecuador>
- La Universal
<http://www.launiversal.com.ec>
- Confiteca
<http://www.confiteca.com>

Documento Elaborado por: Oficina Comercial de ProChile en Guayaquil prochileecuador@ecutel.net