

## **Empresas colombianas innovan en exportaciones de confitería para Halloween**

*En Colombia, las ventas externas de confites han tenido un aumento de 19%, entre enero y julio de este año, frente al mismo periodo de 2023. Los departamentos que más exportan son Valle del Cauca, Caldas y Antioquia, que destacan por la producción de sus tradicionales gomitas, chupetas y chocolates.*

Entre enero y julio de 2024, se exportaron US\$259 millones en confitería, siendo Estados Unidos, Venezuela y Ecuador, los principales compradores de estos productos, según cifras de la Dian, con análisis de Analdex. Al comparar el periodo enero a julio del 2023 con el mismo de 2024, se encontró una variación positiva de un 19% de las ventas externas de confitería.

Los productos más destacados son bombones, caramelos, confites y pastillas que representan el 43% de las exportaciones de este sector. Seguido de los demás artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco), que aumentó un 13%, al pasar de US\$39 millones a US\$44 millones. A su vez, otros chocolates y demás preparaciones alimenticias con base de cacao, tuvieron una variación positiva de un 57%, de US\$19 millones durante enero y julio de 2023 a US\$30 millones entre enero y julio de 2024.

De acuerdo con Andrés Serna Rojas, director de logística de la Compañía Nacional de Chocolates, “Halloween es la cuarta temporada más importante del año para el negocio, cuyas ventas internas equivalen al 9%”. Esta empresa fue fundada en 1920, por ende, sus productos han sido parte de la infancia de varias generaciones y esperan seguir sorprendiendo al consumidor, con un portafolio lleno de nuevos sabores, empaques llamativos, porciones pequeñas y bolsas multipack.

Para la temporada de Halloween, las empresas colombianas que exportan confitería, se sumergen en la creatividad, transformando las golosinas que ofrecen regularmente, con imágenes y mensajes alusivos a este periodo del año y en presentaciones multiempaque.

Según Serna, “para esta época sorprenderemos a los consumidores con un completo portafolio bajo la marca Drácula, el cual está compuesto por barras de chocolate, bombones con relleno de fresa y galleta wafer con crema de fresa y recubierta de chocolate, cuyos dulces vendrán en empaques llamativos, indulgentes y alusivos al personaje emblemático Drácula. Además, tendremos marshmallows recubiertos con chocolate, simulando arañas y empacados de forma individual, ideales para compartir en la temporada”.

La Compañía Nacional de Chocolates durante el mes de Halloween llega a múltiples mercados como Centroamérica, Perú, Ecuador y México. Serna precisa que “las marcas con las que juegan en Halloween son Nucita (México y Costa Rica), Tikys (Colombia, Ecuador y Perú) y Drácula (Colombia y Centroamérica)”.

En el caso de Estados Unidos y Centroamérica, van a lanzar la última innovación que es ‘Nucita Ojo de Zombie’, un producto que consiste en un bombón de chocolate blanco, con relleno sabor a limón, el cual viene en un empaque muy llamativo para los niños.

Para Javier Díaz, presidente de Analdex, “si bien hay importantes marcas colombianas de confitería bien posicionadas en el exterior, todavía existen oportunidades para que más empresas nacionales conquisten algunos nichos de mercados, gracias a su oferta con valor agregado. De igual forma, hay mercados étnicos o latinos que están familiarizados con nuestra oferta nacional y que se pueden conquistar aún más”.

Los departamentos que más exportan confitería son Valle del Cauca, que alcanzó US\$80 millones entre enero y julio de 2024, hecho que registra una participación del 31% de las exportaciones, seguido de Caldas con US\$69 millones, y Antioquia que destaca porque tuvo un crecimiento del 59%, pasando de US\$31 millones a US\$49 millones. Adicionalmente, Bogotá registró un crecimiento importante de 68%, al saltar de los US\$26 millones a los US\$44 millones.

Por su parte, Mauricio Escobar, vicepresidente de Colombina, empresa fundada en Cali, en 1927, asegura que Colombia es el mercado más importante, pero que se vienen desarrollando internacionalmente en Estados Unidos, Chile y Ecuador.

“En Estados Unidos somos reconocidos por los productos de *Bon Bon Bum*, *Mixins* y *Chewz Me*, entre otros. No obstante, como desafíos encontramos la inflación en los diferentes países, las fluctuaciones de moneda y la competencia local. Adicionalmente, ya que Colombina llega a más de 70 países, contamos con el conocimiento de cada mercado para así reaccionar a las oportunidades de consumo encontradas en cada región”, puntualizó Escobar.

La confitería en Colombia está combinando la tradición de dulces y golosinas del país, con innovaciones modernas que están cautivando tanto a locales como a extranjeros. Desde agosto de este año, Colombina tiene un portafolio de temporada para Halloween, para conquistar al mercado interno y el internacional, con el fin de cerrar el 2024 con un incremento en sus ventas.