

INFORME ESPECIALIZADO

El mercado chileno de
equipamiento para la industria
alimentaria



2021

I. Panorama actual¹

El brote de COVID-19 ha trastornado la economía al detener las operaciones de los centros comerciales y restaurantes, así como otras actividades minoristas y de servicios.

La interrupción en el crecimiento del mercado de equipos de cocina comerciales en 2020 se atribuye al COVID-19, los viajes internacionales paralizados junto con las actividades relacionadas con el turismo. El cierre de una proporción notable de la industria hotelera incluyendo restaurantes de servicio completo, catering y restaurantes de servicio rápido ha obstaculizado drásticamente la venta de equipo de servicio de alimentos. Además, las cadenas de suministro de hoy son mucho más complejas en comparación con lo que fueron hace una década.

La pandemia de COVID-19 no solo ha obstaculizado las instalaciones de producción, sino que también ha interrumpido el suministro, cadenas como proveedores de materiales y distribuidores del mercado de equipos de cocina comercial a nivel mundial.

Las restricciones debidas al bloqueo han creado desafíos para las demostraciones e instalaciones a los clientes, lo que ha afectado la venta de equipo de cocina comercial. Además, las empresas no pueden proporcionar mantenimiento y servicios de instalación a sus clientes, debido a la disponibilidad de recursos limitados y la implementación de aislamiento. En medio de esta crisis de salud, la disponibilidad de mano de obra es limitada, lo que dificulta aún más la producción de empresas. Esto, a su vez, crea desafíos para las entregas de productos, lo que restringe el crecimiento de la industria.

La industria de la hospitalidad, incluidos los restaurantes de servicio completo, catering y restaurantes de servicio rápido, se ha reanudado al adherirse a estrictas pautas de higiene con una capacidad reducida en un 50%. Además, los restaurantes están adoptando la tendencia de los modelos de entrega a domicilio y recogida debido a la pandemia, que, a su vez, ha impulsado a los restaurantes a gastar en el equipo, aumentando así el crecimiento del equipo de cocina comercial industria.

Además, la demanda de equipos de cocina comerciales, como sistemas automatizados de cocina y bebidas, soluciones basadas en la nube y otros equipos que abordan el entorno de servicio de alimentos en evolución, está aumentando significativamente, lo que se prevé que impulsará el crecimiento del mercado mundial.

El mercado mundial de equipos de cocina comercial se valoró en \$ 10,680 millones en 2019, y se proyecta alcanzar \$ 12,948 millones para el 2027, registrando una tasa compuesta anual de 5.2% de 2021 a 2027.

Se estima que el segmento de freidoras alcanzará los \$ 1,284.5 millones para 2027, a una tasa compuesta anual del 6.9%. Las cocinas y los hornos en conjunto, representaron alrededor del 42,4% de la cuota de mercado en 2019, y los primeros constituyeron alrededor de 22,6% de participación. Se espera que los segmentos de freidoras y hornos crezcan a tasas de 6,9% y 6,5%

¹ Allied Market Research - Global Commercial Cooking Equipment (2021)

al 2027. La participación acumulada de estos dos segmentos fue del 28,5% en 2019, y se prevé que alcance el 31,8% en 2027.

II. Tendencias del mercado mundial²

La automatización y la robótica se están introduciendo en el comercio minorista y el servicio de alimentos en forma de tiendas no tripuladas, robots asistentes y drones de reparto. Para las marcas, estos ofrecen eficiencia, y para los consumidores, velocidad, conveniencia e higiene, que han sido fuertemente priorizados durante la pandemia. Estos formatos ofrecen pedidos rápidos y pagos digitales que ayudan a los consumidores a evitar colas y contactos innecesarios, haciendo que la experiencia de compra se sienta cómoda y sin esfuerzo. Estas nuevas tecnologías también facilitan a menudo una mayor personalización, como se ve con las IA que hacen recomendaciones personalizadas a los consumidores en función de los datos, lo que puede agregar atractivo a medida que los consumidores esperan cada vez más que las marcas satisfagan sus gustos y necesidades específicos.

Como ejemplo podemos citar la Heladería Bonbot, operada por robots que abrirá en Suecia a finales de 2021; los robots harán los helados y servirán a los clientes, quienes ordenan y pagan a través de una aplicación que también permite realizar pedidos anticipados a distancia para recogerlos más tarde. La aplicación dará a los consumidores la libertad de elegir los sabores, aderezos y salsas que deseen. La marca tiene como objetivo obtener sus ingredientes de manera sostenible y también reducirá el desperdicio de alimentos mediante el uso de una plataforma de análisis para predecir la oferta y la demanda, en función de factores como el clima y los eventos cercanos.

Por otro lado, vemos que las marcas cada vez atienden más consumidores veganos, vegetarianos y flexitarianos, ya que muchos están cambiando a alternativas basadas en plantas por razones ambientales y de salud. Los productos veganos y de origen vegetal han recorrido un largo camino en términos de sabor y textura en los últimos años, lo que los convierte en una opción fácil y atractiva para los consumidores que son conscientes de su ingesta de productos animales. Cafeterías, restaurantes y tiendas dedicadas a alimentos de origen vegetal están aumentando en número. Se observa los crecientes valores ambientales de los consumidores y cómo estos continuarán guiando su comportamiento de compra a medida que buscan productos y servicios sostenibles. Las dietas basadas en plantas se normalizarán, y las marcas encontrarán más oportunidades para alimentos veganos saludables e indulgentes, mientras que el consumo de productos animales se convertirá en un lujo ocasional e incluso en un tabú. Más allá del producto real, los consumidores observarán el impacto más amplio de las marcas, esperando que trabajen para alcanzar el cero desperdicio y la neutralidad de carbono. Estas expectativas serán más estrictas para las marcas basadas en plantas que tienen la sostenibilidad como parte de su atractivo principal lo cual también afectará el desarrollo de maquinaria alimentaria que vaya en esa línea.

² Fuente: Mintel (2021)

Asimismo, con la pandemia del covid -19, los consumidores han dado un nuevo significado a sus hogares y ahora saben que ya no necesariamente necesitan salir a divertirse, y pueden crear buenos momentos en sus propios hogares. En el futuro, deberíamos ver a las marcas adaptando sus productos y servicios para que se puedan consumir en cualquier lugar y ya no exclusivamente en un establecimiento específico, por lo que las dark kitchen serán masificadas y la maquinaria requerida deberá ser multifunción para adaptarse a espacios reducidos donde poder preparar diferentes tipos de alimentos.

III. Innovación en la industria³:

En la industria de equipos de cocina comerciales, los fabricantes se han enfocado en innovaciones continuas para cumplir con los requisitos de los clientes y ofrecen una mayor comodidad al personal mientras trabaja los pedidos. Por ejemplo, el horno de impacto sin ventilación de dos lotes de TurboChef consta de dos hornos de alta velocidad controlados independientemente con parrillas oscilantes, que reducen el tiempo de cocción y facilitar la preparación de más alimentos. Además, cada horno se puede controlar con un controlador táctil de pantalla dividida con conexión Wi-Fi, lo que hace que estos equipos multifuncionales de Internet of Things sean populares en la industria de servicios alimentarios.



Por otro lado, el aumento de la conciencia sobre el ahorro de agua y electricidad contribuye al crecimiento de la demanda de productos de bajo consumo energético. Por lo tanto, esto ha animado a los fabricantes a desarrollar equipos de cocina comerciales, que son más eficientes en

³ Allied Market Research - Global Commercial Cooking Equipment (2021)

energía y agua en comparación con los modelos convencionales disponibles en el mercado. Por ejemplo, los hornos comerciales son aproximadamente un 20% más eficientes energéticamente que los modelos domésticos. Por lo tanto, los equipos de cocina comerciales de bajo consumo energético y rentables están ganando popularidad en la industria alimentaria industrial. Esto, a su vez, se prevé que ofrezca una inmensa oportunidad para el crecimiento del mercado de equipos de cocina comercial.

Cloud Kitchen: la cocina en la nube, también conocida como Dark kitchen o compartida, es una cocina de solo entrega, que puede ser propiedad de una marca o un tercero que trabaje con varias marcas. Produce principalmente productos de comida rápida que son conocidos por su gusto, oferta de productos únicos y fácil disponibilidad, que atraen a los clientes objetivo. Además, el aumento de la demanda de entrega de alimentos en línea, debido al estilo de vida acelerado de los consumidores que buscan servicios convenientes, y las amplias opciones de alimentos han impulsado la tendencia de la cocina en la nube. Además, el aumento de la penetración de Internet y el aumento de la influencia de las redes sociales ha impulsado significativamente la adopción de la cocina en la nube en la industria de servicios de alimentos. Se prevé que todos estos factores en conjunto brinden oportunidades para la expansión del mercado de equipos de cocina comerciales.

Año	Lanzamientos relevantes de productos de la industria
2021	Ali Group S.r.l. a Socio Unico (Italia), lanzó Diamante 90 Touch de Oils. Diamante es la línea de cocina de Olis, que es eficiente y práctica, y perfectamente diseñada para acelerar y simplificar, operaciones de preparación, cocción, organización y limpieza
2020	Ali Group S.r.l. a Socio Unico (Italia), lanzó STEAM TOWER de SILKO. La nueva Steam Tower de, Silko ofrece cinco funciones, que incluyen vapor, cocción al vacío, mantenedor, regenerador y ahumado.
2020	Ali Group S.r.l. a Socio Unico (Italia), lanzó el vaporizador a presión MARVEL. Metos Marvel Pressure Steamer cocina, descongela y regenera todo tipo de productos alimenticios, incluidos los delicados. Gracias a sus generadores de vapor dedicados. El Metos Marvel puede cocinar al vapor según lo definido por el usuario temperaturas hasta 120 ° C (1bar).
2020	Ali Group S.r.l. a Socio Unico (Italia), lanzó TALENT, el multitarea de cocina de Baron. Ofrece siete modalidades de cocción, que incluyen fry-top, sartén para estofar, cocedores de pasta, cocción lenta, vapor, hervido y baño maría.
2020	Ali Group S.r.l. a Socio Unico (Italia), lanzó Fryer EVO de Silko. La freidora EVO de Silko ofrece una forma innovadora de trabajar. Permite gestionar no solo la temperatura de cocción de una forma sencilla y manera efectiva, sino también alarmas HACCP para configurar ciclos de limpieza de pozos, para precalentar y mantener el aceite en temperatura y configurar varios programas de cocción automáticos, eligiendo entre los pre-almacenados o creado por el usuario. La función específica de cuidado del aceite permite comprobar el estado del aceite en función de su tiempo de uso.

IV. El mercado Chileno⁴:**Industria de procesamiento de alimentos**

Chile tiene una industria de procesamiento de alimentos moderna y desarrollada que representa el 25 por ciento de la economía de Chile y se prevé que crezca a más del 35 por ciento para 2030. La industria de procesamiento de alimentos representa el 18 por ciento del PIB nacional. Chile es uno de los quince principales exportadores agrícolas del mundo, y sus principales exportaciones agrícolas son vino, arándanos, cerezas, uvas, ciruelas pasas, manzanas deshidratadas, salmón y mejillones.

Alimentación Hotelera, restaurantes y servicio de comida institucional (HRI)

La pandemia de COVID-19 tuvo un gran impacto en el sector HRI de Chile, dado que los viajes internacionales a Chile y las restricciones forzaron el cierre temporal y permanente de muchas empresas de HRI. Desde octubre de 2020, el sector HRI comenzó a operar implementando paulatinamente servicios físicos y medidas sanitarias.

En la última década, el sector de servicios de alimentos de Chile ha crecido como resultado de varios factores: estabilidad de la economía, aumento del poder adquisitivo de la población, viajes, comercio minorista, puntos de venta / canales, la gran migración de mujeres a los mercados laborales, así como la inversión del gobierno en proyectos para turismo. Desafortunadamente, la pandemia de COVID-19 afectó negativamente al sector de HRI.

Se espera que los puntos de venta de servicios de alimentos para el consumidor crezcan anualmente en un 2.2 por ciento entre 2016 y 2021. Los servicios de alimentos relacionados con los viajes se espera que aumenten anualmente en un 11,1 por ciento entre 2016 y 2021, lo que refleja el crecimiento de la industria del turismo en Chile, seguido por el servicio de alimentos a través del comercio minorista con una tasa compuesta anual del 7.2 por ciento.

Los servicios de entrega de alimentos aumentaron en importancia, no solo en el sector de la comida rápida, sino también para las opciones más saludables.

Servicios de Comida en Chile - Independientes vs Cadenas por tipo (2019)			
Tipo de tienda	Independiente	Cadena	Total
Café Bar	2597	302	2899
Restaurant Full service	3578	175	3753
Restaurant servicio limitado (fast food)	6834	2077	8911
Restaurantes de auto servicio	28	32	60

Fuente: Food Service - Hotel Restaurant Institutional – USDA

En respuesta al brote de COVID-19 en 2020, los restaurantes de servicio completo debieron adaptarse rápidamente para ofrecer servicios de entrega y sistemas de pedidos en línea. El

⁴ Fuente: Food Service - Hotel Restaurant Institutional – USDA

servicio completo registra una disminución del valor actual del 33% para alcanzar CLP699 mil millones, mientras que los volúmenes de transacciones caen en un 35% y el número de puntos de venta disminuyeron hasta llegar a 3661 en 2020. Los restaurantes asiáticos encadenados registran el mayor crecimiento del valor actual del 6% en 2020. El crecimiento de los restaurantes asiáticos encadenados está impulsado por el buen desempeño de los restaurantes de sushi, con Niu Sushi liderando el panorama con un 5% en 2020, mientras que se espera que el número de puntos de venta registre un crecimiento del 1% anual para llegar a 3.924 en 2025.

Por otro lado, respecto a los países proveedores de equipamiento para la industria alimentaria en Chile, en el cuadro debajo podemos ver que China es el principal proveedor y mencionar que el Perú ocupa el puesto 31 del total de proveedores al mercado chileno.

Países proveedores de equipamiento para la industria alimentaria a Chile
(Millones US\$)

Países	2016	2017	2018	2019	2020	TCP % (16-20)
China	300	372	423	424	398	7%
Italia	143	172	190	197	164	3%
Estados Unidos de América	150	161	171	197	133	-3%
Alemania	106	136	93	126	115	2%
España	64	68	66	73	63	0%
Resto	390	411	465	445	355	-2%
TOTAL	1,152	1,319	1,407	1,463	1,227	2%

Fuente: TradeMap / Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

V. Oferta peruana

En el año 2020, las exportaciones de la línea de equipamiento para la industria alimentaria totalizaron un valor de US\$ 7.2 millones, lo cual significó un leve decrecimiento del 1% en relación al año 2019, en pleno contexto de pandemia; principalmente por la caída de las exportaciones en manufacturas de hierro o acero (ollas). Asimismo, en los últimos cinco años el crecimiento promedio del total de partidas registró un crecimiento del 12%.

Partida (HS 06)	Productos	Perú exporta hacia Chile (Miles de US\$)					Var % 20/19	TCP% 16-20
		2016	2017	2018	2019	2020		
'732111	Aparatos de cocción y calentaplatos, de uso doméstico, de fundición, hierro o acero, de combustibles	1,452	1,375	2,359	2,945	3,435	17%	24%
'841989	Aparatos y dispositivos, aunque se calienten eléctricamente, para tratamiento de materias mediante	16	26	161	187	936	401%	177%
'854370	Partes de máquinas y de aparatos eléctricos, con función propia.	256	205	330	128	644	403%	26%
'732690	Manufacturas de hierro o acero	675	666	361	2,072	350	-83%	-15%
'841790	Partes de hornos industriales o de laboratorio, incl. los incineradores, que no sean eléctricos	105	117	11	142	273	92%	27%
'847982	Máquinas y aparatos para mezclar, amasar o sobar, quebrantar, triturar, pulverizar, cribar	4	0	11	20	207	935%	168%
'843880	Máquinas y aparatos para la preparación o fabricación industrial de alimentos o bebidas.	42	348	55	164	192	17%	46%
'841981	Aparatos y dispositivos para la preparación de bebidas calientes o la cocción o calentamiento	15	274	27	3	143	4667%	76%
'850940	Trituradoras y mezcladoras de alimentos, así como exprimidoras de frutas y de verduras	73	126	24	12	123	925%	14%
Total general		4,608	5,540	5,092	7,387	7,285	-1%	12%

Fuente: TradeMap / Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

VI. Actividades de promoción

A continuación, se presentan una lista de algunos eventos destacados en el mercado chileno de la línea de equipamiento para la industria alimentaria:

Nombre de la Feria	Sector	Página Web	Duración	Lugar
HALAL EXPO LATINO AMERICANA	Alimentos	http://www.chilehalal.com/	05 – 08 noviembre 2021	Santiago
FRUIT TRADE	Frutas y Hortalizas	https://2020.fruittrade.cl/	Octubre 2021	Santiago

Fuente: Eventseye.com / Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERÚ