

PERFIL PRODUCTO MERCADO

El mercado argentino de importación 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.

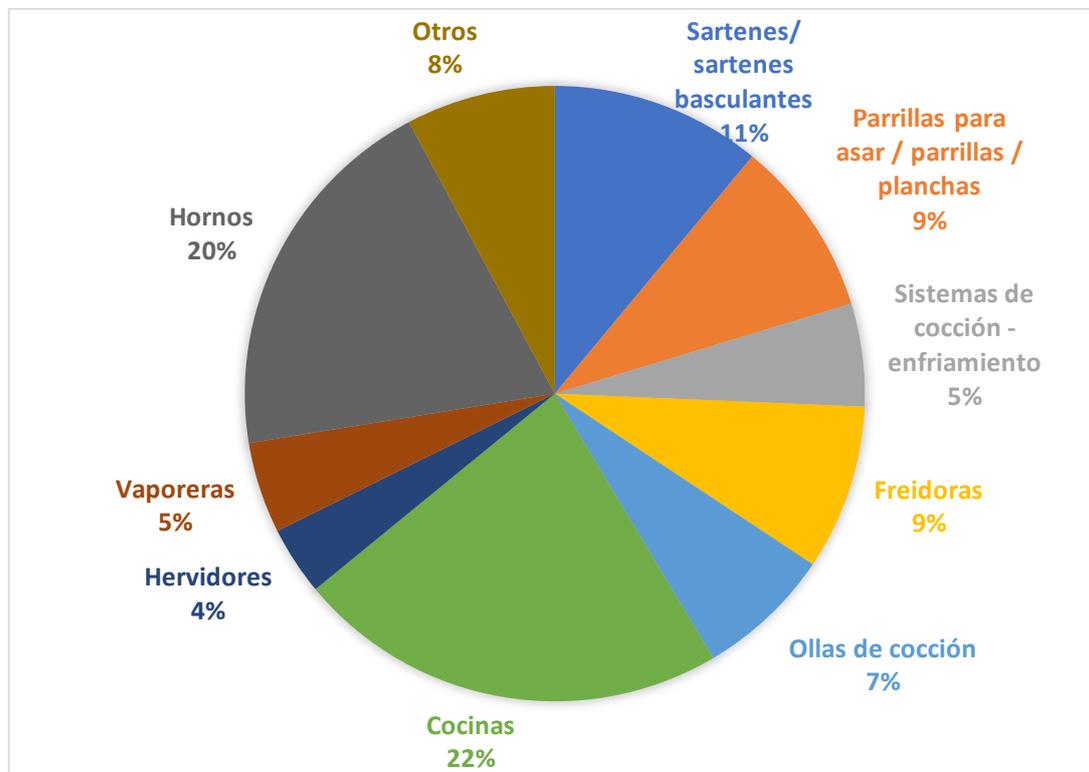
El mercado mundial de equipos de cocina comercial se valoró en \$ 10,680 millones en 2019, y se proyecta alcanzar \$ 12,948 millones para el 2027, registrando una tasa compuesta anual de 5.2% de 2021 a 2027.

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.

Mercado mundial de equipos de cocina comerciales, por tipo de producto, 2019



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,

² Fuente: Mintel (2021)

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.

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.

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



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 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 Argentino⁴:

El mercado de equipos de cocina comercial de Argentina se valoró en \$ 167.1 millones en 2019, y se proyecta alcanzar los \$ 181.4 millones para el 2027, con una tasa de crecimiento compuesta anual de 3.7%.

El segmento de cocinas fue el que obtuvo mayores ingresos con \$ 36.3 millones en 2019, y se estima que alcanzará los \$ 34.5 millones en 2027 creciendo a una tasa anual del 2.0%.

Se estima que el segmento de freidoras alcanzará los \$ 17.8 millones para 2027, con una tasa compuesta anual significativa de 5.6%.

Los segmentos de cocinas y hornos representaron colectivamente alrededor del 40.9% de participación en 2019, sólo el segmento de cocinas tuvo alrededor de 21.7% de participación.

Se espera que los segmentos de freidoras y hornos experimenten crecimientos considerables de 5.6% y 5.2%, respectivamente hacia el 2027. La participación acumulada de estos dos segmentos fue del 27.6% en 2019, y se prevé para alcanzar el 31.3% en 2027.

⁴ Fuente: Allied Market Research - Global Commercial Cooking Equipment Market (2021-2027)

El segmento de restaurantes de servicio rápido fue el más alto contribuyente a las ventas del sector con \$ 83.6 millones en 2019, y se estima que alcanzará los \$ 96.4 millones para 2027, a una tasa de crecimiento de 4.5%.

Los segmentos de restaurantes de servicio rápido y catering representaron en conjunto alrededor del 73.3% en 2019, con la primera constituyendo alrededor del 50% de participación. Se espera que los segmentos de restaurantes de servicio rápido y catering experimenten tasas de crecimiento considerables de 4.5% y 2.1%, respectivamente, hacia el 2027. Se prevé que la participación acumulada de estos dos segmentos alcance el 73.6% en 2027.

**Países proveedores de equipamiento para la industria alimentaria para Argentina
(Millones US\$)**

| Países | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | TCP % (16-20) |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|------------------|
| China | 311 | 405 | 354 | 194 | 189 | -12% |
| Brasil | 246 | 326 | 248 | 177 | 186 | -7% |
| Estados Unidos | 142 | 179 | 158 | 154 | 114 | -5% |
| Alemania | 161 | 147 | 151 | 125 | 108 | -10% |
| Italia | 171 | 193 | 200 | 113 | 103 | -12% |
| Resto | 362 | 425 | 402 | 346 | 268 | -7% |
| TOTAL | 1,393 | 1,676 | 1,512 | 1,108 | 967 | -9% |

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\$ 840 mil, lo cual significó un crecimiento del 261% en relación al año 2019, principalmente por el crecimiento en las exportaciones de artículos domésticos de acero inoxidable. Asimismo, en los últimos cinco años, la tasa de crecimiento promedio del total de partidas exportadas a este mercado, registró un crecimiento del 22%.

Aunque solamente se están exportando 4 partidas con cifras representativas de este sector; vemos que aún en el contexto de la pandemia la cifra exportada ha tenido un crecimiento importante, esperemos que este desempeño se mantenga post pandemia.

| Partida (HS 06) | Productos | Perú exporta hacia Argentina (Miles de US\$) | | | | | Var % 20/19 | TCP% 16- 20 |
|--------------------|--|--|------|------|------|------|----------------|----------------|
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | | |
| 843390 | Partes de máquinas, de aparatos y de artefactos de cosechar o trillar | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 0% | 19% |
| 854370 | Partes de máquinas y de aparatos eléctricos, con función propia | 79 | 5 | 18 | 27 | 28 | 4% | -23% |
| 732690 | Manufacturas de hierro o acero (exc. moldeadas, o forjadas o estampadas) | 2 | 24 | 47 | 18 | 60 | 233% | 134% |

| | | | | | | | | |
|--------|--|---|---|---|---|-----|----|----|
| 732393 | De mesa, cocina o artículos de uso doméstico y sus partes, de acero inoxidable | 0 | 0 | 0 | 0 | 750 | -- | -- |
|--------|--|---|---|---|---|-----|----|----|

Fuente: TradeMap / Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

VI. Actividades de promoción

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

| Nombre de la Feria | Sector | Página Web | Duración | Lugar |
|--------------------|---|---|-------------------------|--------------|
| EXPIMA 2022 | Proveedores de la industria alimentaria y otros | http://www.banpaku.com.ar/web/es/index.html | Por confirmar 2022 | Córdoba |
| TECNOFIDTA | Tecnología Alimentaria | https://tecnofidta.ar.messefrankfurt.com/buenos-aires/es.html | 28 junio – 1 julio 2022 | Buenos Aires |

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