

5. RELEVAMIENTO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Resumen

El presente capítulo consiste en una reseña de las características del mercado, tanto desde la óptica de la oferta como de la demanda, sus canales de distribución y principales marcas ya posicionadas.

Se comentan las perspectivas generales de la industria y un análisis de las perspectivas de cada subsector usuario de las máquinas y equipos objetos de este estudio.

El sector de maquinaria y equipamiento para la industria de alimentación y bebidas está comprendido por una amplia gama de equipos utilizados para el procesamiento, la transformación y el acondicionamiento. El presente estudio, se enfoca en los equipos de transformación utilizados en los principales sectores de la industria peruana de alimentos y bebidas.

- Agroindustria (hortalizas, frutas y legumbres).
- Industria láctea.
- Industria de productos cárnicos.
- Industria aceitera.
- Industria de panadería.
- Industria de bebidas.
- Industria de procesamiento de pescado.
- Industria de golosinas y snacks (galletas, chocolates, helados, etc).

5.1. ORIENTACIÓN

Dado que el mercado de maquinaria para la industria de alimentos y bebidas es principalmente abastecido por importaciones, en este capítulo se hará particular foco en la importación de estos equipos. Se destacarán los principales países de origen de estas importaciones así como las principales marcas utilizadas en el mercado peruano y la evolución reciente.

PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO: En general, los diversos sectores y subsectores de la industria de la alimentación tiene buenas perspectivas de crecimiento. La inversión viene recuperando en los últimos años y se estima que el crecimiento de la producción y exportación del sector alimenticio irá de la mano con la tecnificación e incorporación de tecnologías ligadas a la producción.

OPORTUNIDADES Y FORTALEZAS: El gasto en alimentos viene creciendo rápidamente. El sector agroindustrial de exportación tiene perspectivas de fuerte crecimiento gracias a los grandes proyectos de irrigación. Algunas industrias están en un nivel alto de utilización de la capacidad instalada, lo que llevaría a futuras inversiones.

AMENAZAS Y DEBILIDADES: El mercado es relativamente pequeño y con gran cantidad subsectores. No son muchos los nuevos proveedores que entran al juego anualmente. La competencia china puede ser perjudicial para la competitividad de algunos productos de exportación.

5.2. PRODUCCIÓN NACIONAL Y PRINCIPALES FABRICANTES

El mercado de maquinaria para la industria alimentaria en el Perú está principalmente abastecido por importaciones. No obstante, existen en el Perú fabricantes locales con potencial e inclusive existen algunas grandes empresas ya consolidadas que exportan sus productos a otros países de la región.

La industria metalmeccánica peruana tiene capacidad de producción sobre todo de sistemas de transporte, fajas y elementos similares. Entre las empresas productoras de fajas y sistemas de transporte, se encuentran las empresas J&P Weighing Systems, Conveyor Systems, Suminco y Tecnifajas.

También existen empresas que desarrollan maquinaria para la industria azucarera, como Famia Industrial (www.famia.com.pe) y Fima (www.fimaperu.com). Ésta última –una de las principales empresas del sector– también abastece a las plantas de harina de pescado. La empresa Agroindustrias alimentarias ofrece maquinaria para la industria de lácteos. Famipack (www.famipack.com) ofrece maquinaria para empaque.

Una práctica común en las empresas del sector alimentario, es el uso de diseños de maquinaria europeos (comprándolos directamente a los diseñadores), y la implementación en las fábricas a través de un equipo de ingenieros y trabajadores nacionales. Bajo esta modalidad, usualmente las partes de tecnología más moderna de los sistemas deben ser importadas.

Son comunes también las empresas que se dedican a la consultoría de importación. Empresas como Induscom, Equipos y maquinarias Globe o MV Supplier, desarrollan proyectos junto con los fabricantes de alimentos y determinan la maquinaria y el equipo óptimos.

En la actualidad se destacan unas 20 empresas peruanas fabricantes y exportadores de maquinarias, de los rubros: hornos y cocinas de uso doméstico, partes de máquinas para cosechar y trillar, máquinas para panadería y pastelería, máquinas para preparación de frutos u hortalizas y hornos industriales.

5.3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los principales centros de consumo de maquinaria para la industria alimentaria en Perú están en la zona de Lima. En esta zona también se encuentran radicadas las principales empresas y por tanto los competidores de este tipo de productos.

Los canales para esta línea no se encuentran muy desarrollados y es notoria la presencia de unos pocos importadores/mayoristas, los cuales posteriormente se encargan de la distribución minorista.

Dependiendo la naturaleza de la maquinaria de esta línea, del valor de la misma, y de la localización del cliente final, se puede identificar diferentes modalidades de distribución en el mercado peruano.

Para el caso de los productos con baja complejidad técnica y valor monetario, el ingreso al mercado suele ser a través de los minoristas. Asimismo, a través de establecimientos comerciales dedicados a la venta de tecnología y electrodomésticos.

5.4 PERSPECTIVAS POR SECTOR

Perspectivas del sector de agroexportación

El potencial de crecimiento de la agroexportación en los próximos años es alto. El Perú está logrando posicionarse con éxito en distintos nichos de mercado, gracias a los altos rendimientos de producción en la costa peruana y al mejoramiento de las condiciones de acceso a esos mercados. En los próximos años la producción aumentará, entre otros motivos, gracias a la incorporación de tierras nuevas mediante cuatro grandes proyectos de irrigación. Por otro lado, se espera que los productores tengan mayor acceso a mercados internacionales gracias a los calendarios de desgravación establecidos en los TLCs con EEUU, China y la UE, a la vez que por el levantamiento de barreras fitosanitarias. Dentro de la canasta de agroexportación, los dos productos que más crecerán en los próximos años serán la uva y la palta. La apertura de nuevos mercados internacionales, gracias a la desgravación de los productos y al

levantamiento de barreras fitosanitarias, seguiría siendo uno de los principales determinantes de oportunidades de crecimiento en el futuro. Entre el 2013 y el 2015, la exportación crecería 8% en promedio anual.

Perspectivas de la industria de bebidas

Cerveza. Las ventas de cerveza se vienen recuperando desde el 2010. Se espera que sigan retomando dinamismo: el consumo per capita en el Perú aún está por debajo del promedio latinoamericano.

Entre el 2013 y el 2015, la producción crecería 6,5% en promedio anual. La industria se encuentra alrededor del 93% de uso de su capacidad, por lo que se estima que se realizarán inversiones importantes durante los próximos años.

Bebidas no alcohólicas. Las mayores oportunidades de crecimiento se darán por nuevos productos, aquellos de penetración menor a las bebidas gaseosas como jugos, aguas embotelladas, bebidas rehidratantes y bebidas energizantes. El consumo per capita anual de bebidas gaseosas en el Perú es 53 litros, mientras en la región latinoamericana el promedio es de 70 litros. Mientras continúe del proceso de reestructuración de los canales de distribución, las ampliaciones e inversiones en planta y los nuevos lanzamientos de productos, este sector crecería entre 6% y 7% al año hasta el 2015.

Perspectivas de la industria de derivados lácteos

La producción de lácteos ha crecido cerca de 7% en promedio anual durante la última década.

En el 2009, sin embargo, la producción cayó 3%. La crisis internacional afectó sobre todo al segmento exportador: la exportación de leche evaporada, principal producto de exportación, se contrajo 22%. Las ventas internas en cambio crecieron cerca de 3%, debido a que en el Perú no hubo una pérdida significativa de empleos o de ingresos. Sin embargo, los productos de menor penetración en el mercado interno (como yogurt o leche UHT) lograron resultados más favorables (crecimiento respectivo de 16% y 10%).

La producción de derivados lácteos seguirá en aumento, por efecto del crecimiento de la demanda interna. Las perspectivas de crecimiento son sobre todo positivas para los productos de derivados lácteos, de menor penetración, notablemente el yogurt y la leche UHT.

Esto sería consistente con la búsqueda por parte de los consumidores de productos saludables.

El sector crecería en los próximos años a un ritmo de 5% aproximadamente.

Perspectivas de la industria de farináceos y productos de molinería

El consumo de pan en el Perú es aproximadamente 28 kilos por persona por año (mientras que en Chile es superior a 90kg y en Brasil es 27kg). La fabricación de productos de panadería ha crecido a un ritmo lento en la última década (entre 1% y 2% de promedio anual).

En el mercado de pastas, los productos envasados y a granel representan el 85% y 15% del mercado, respectivamente. En la última década, la producción ha crecido a un ritmo de cerca de 3% en promedio anual. Alicorp, la más grande empresa de productos comestibles en el Perú, es la líder en estas industrias: abastece a más del 50% del mercado.

La producción de fideos y de harina mostró una tendencia positiva desde el 2009. La mejor situación de la demanda respondió sobre todo a los menores precios, gracias a la reducción de los costos debido a la crisis internacional. También influyó positivamente en el resultado el ligero crecimiento del consumo privado.

El sector de farináceos es sector consolidado y de alto nivel de penetración de mercado. La diferencia del consumo per cápita de pan en relación a países vecinos como Chile (28kg en el Perú, 90kg en Chile), se explica por diferencias en los patrones de consumo: un importante consumo en el Perú de productos como el arroz y la papa. No necesariamente debería de esperarse una convergencia. El crecimiento futuro de este sector sería lento.

Perspectivas del sector pesquero

El desempeño del sector pesquero dependerá en parte de la recuperación de la biomasa de jurel y caballa, las especies tradicionalmente más usadas para conservas de pescado. Sin embargo, un producto que está en camino a convertirse en producto estrella del sector es la anchoveta en conserva. El mayor uso de esta especie, debido a su disponibilidad, plantea una oportunidad interesante para el sector, tanto para el consumo interno como para la exportación.

En general, la producción de pescado en conserva es volátil, y depende de la disponibilidad de recursos. Esta volatilidad sería menor conforme aumente el uso de anchoveta, recurso disponible todos los años. En cuanto a la harina de pescado, la inversión en mejoramiento de procesos generará un mayor aprovechamiento de la pesca, y un producto de mejor calidad que favorecerá los márgenes de las empresas. La demanda de harina y aceite de pescado depende de la acuicultura. Esta es una actividad que pasa por un proceso de fuerte crecimiento, sobre todo en los países de Asia oriental. Esta tendencia hará que la demanda pro harina y aceite de pescado se mantenga sólida.

Perspectivas del sector avícola

La venta de pollos en 2013 creció 7.3%, en comparación con año 2012.

Detalló que en el acumulado de enero a agosto de 2013 la colocación de pollos fue de 393 millones, 15 millones más que en el mismo período del año anterior, según data del Ministerio de Agricultura y Riego.

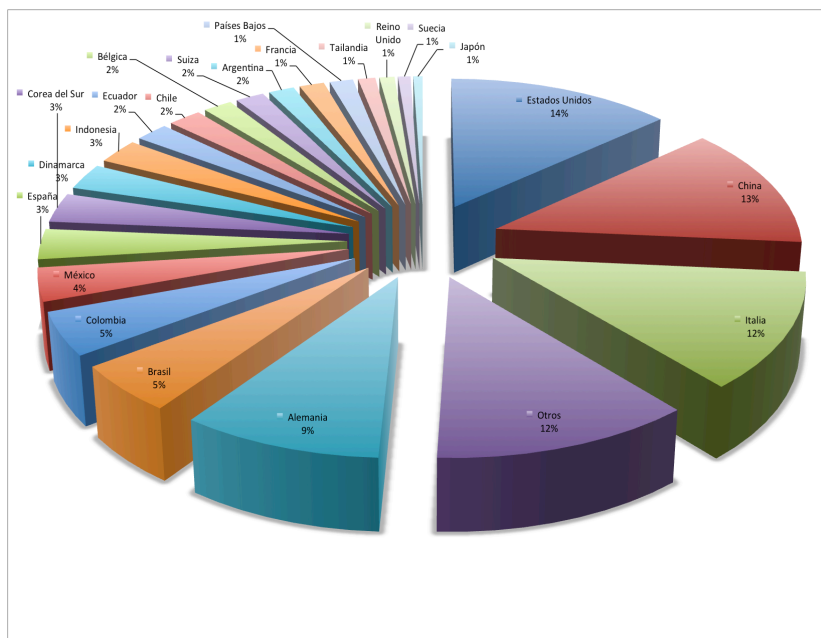
El aumento de la producción es una constante en el sector avícola peruano. Hace diez años el promedio de producción era de 25 millones de pollo por mes y desde entonces ha crecido 94%.

Actualmente se consumen alrededor de 39 kilos per cápita de a nivel nacional y 52 kilos per cápita en Lima.

5.5 - RELEVAMIENTO DE LA DEMANDA

PROVEEDORES: La importaciones peruanas están lideradas por proveedores de Estados Unidos (14% del total), China (13% del total), Italia (12% del total), Alemania (9% del total), Brasil (5% del total) y Colombia (4,6% del total). Argentina ocupa el 16º puesto con el 1,5 % del total.

País	%	Monto USD
Estados Unidos	13,5	77.510.116
China	12,9	73.864.018
Italia	12,3	70.581.422
Otros	12,0	68.804.317
Alemania	9,3	53.059.817
Brasil	5,1	28.996.031
Colombia	4,6	26.215.598
México	3,5	20.097.217
España	3,2	18.384.487
Corea del Sur	3,1	17.902.918
Dinamarca	2,8	15.903.507
Indonesia	2,6	15.024.399
Ecuador	2,0	11.545.961
Chile	2,0	11.528.112
Bélgica	1,7	9.960.010
Suiza	1,7	9.828.253
Argentina	1,6	8.843.237
Francia	1,5	8.569.855
Países Bajos	1,4	8.067.550
Tailandia	1,0	5.972.380
Reino Unido	0,9	5.194.450
Suecia	0,8	4.313.177
Japón	0,6	3.188.435



IMPORTACIONES: 573 millones de dólares en 2013 y 552 millones de dólares en 2012.

PRODUCTOS: Los principales tipos de maquinaria importada son:

- refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas (USD 80 MM)
- los demás muebles (armarios, arcones (cofres), vitrinas, mostradores y similares) para la conservación y exposición de productos, que incorporen un equipo para producción de frío (USD 52 MM)
- aparatos para filtrar o depurar líquidos, para filtrar o depurar agua (USD 31 MM)
- centrifugadoras y secadoras centrífugas (USD 47MM)
- partes de hornos (USD 31,8MM)
- maquinas para industria embotelladora, gasificadoras y tapadoras (USD 31MM)
- partes de refrigeradores y congeladores (USD 30MM)
- máquinas para empaquetar o envolver (USd 28 MM)

PRODUCCIÓN EXTRANJERA Y PRINCIPALES PROVEEDORES

La industria alimentaria se abastece de maquinaria sobre todo a través de importaciones.

Éstas han mostrado un fuerte crecimiento en años recientes llegando a los US\$570 millones en el 2013. Europa es el principal origen de la maquinaria para la industria de alimentos utilizada en el Perú. Esto se basa tanto en una percepción de alta calidad, como en la asociación del origen de muchos de los procesos alimentarios industriales con los países europeos, (como el de la cerveza, el de procesamiento de carne, el de pasta etc). Brasil, por otro lado, es un proveedor importante de maquinaria para el procesamiento de la caña de azúcar, (tanto para la producción de etanol como para la producción de azúcar). La Argentina tiene una modesta participación en las importaciones peruanas de estas maquinarias, aproximadamente USD 9 MM. (Ver cuadro Importaciones peruanas x país de origen). El tipo de maquinaria de mayores montos de importación en el 2013 fueron equipos refrigeradores, y sistemas de envasado; con un notable incremento de la maquinaria para industria embotelladora y fabricación de bebidas, maquinaria para panadería y tratamiento de semillas, entre otras. Italia, Alemania y Brasil son tre orígenes muy importantes para este tipo de maquinarias. La importación de sistemas de envasado ha crecido significativamente desde el año 2008.

La importación de maquinaria para avicultura ha crecido notablemente durante los últimos años.

Argentina ha sido históricamente un proveedor importante de hornos de panadería y maquinaria para lechería.

Como se observa en los cuadros anteriores, la oferta es muy diversa y los montos por cada sector de la industria alimentaria son relativamente pequeños.

CARACTERÍSTICAS BUSCADAS EN EL PROVEEDOR

Las empresas consultadas aseguraron que la calidad de la maquinaria es el principal factor que consideran para escoger un proveedor. Prefieren no comprar el equipo más barato del mercado, sino uno que no presente riesgos de perjudicar la producción. Por este motivo, una marca nueva y desconocida en el mercado puede generar desconfianza inicial en las empresas.

Un segundo factor decisivo en la elección del proveedor es la relación post venta. Las empresas valoran la asistencia técnica, así como la constante comunicación acerca de nuevas tecnologías. Tienen especial interés en un buen soporte y en la rapidez para enviar repuestos.

Un tercer factor, aunque de menor relevancia que los anteriores, son las condiciones de financiamiento. Dentro de la percepción de calidad, existe en el Perú la costumbre de asociar algunos países con tecnología para la fabricación de un alimento determinado (cerveza con Alemania, pasta y empaques para pasta con Italia etc). Por otro lado, la maquinaria de Brasil, debido a sus menores costos y a sistemas de financiamiento flexibles, está comúnmente asociada con una buena relación calidad/ costo. Para hacer negocios con un nuevo proveedor (desconocido por el mercado), las empresas nacionales aseguran que investigarían acerca del origen, de su cartera de cliente y acerca de las garantías que ofrece.