

Comer pastel de choclo y porotos granados en invierno o acceder a una inmensa variedad de frutas estacionales durante todo el año son hoy acciones comunes en el consumo de la población chilena. Los productos refrigerados y congelados en Chile han ido en constante aumento en los últimos años, de la mano de una amplia variedad de alimentos que hoy ofrece la industria y de un sector innovador y tecnologizado.

El incremento en el consumo de estos productos puede atribuirse a varios factores, tales como las nuevas familias, los estilos de vida modernos, la falta de tiempo entre padres y madres trabajadoras. La vida moderna, en general, caracterizada por un ritmo acelerado ha llevado a los consumidores a buscar opciones de alimentos que sean rápidas y fáciles de preparar. Los productos congelados, que van desde verduras y frutas hasta comidas completas, ofrecen una solución práctica sin sacrificar el valor nutricional.

Sin duda, durante la pandemia, el consumo de estos productos aumentó fuertemente motivado por la dificultad para comprar, las restricciones de movimiento de la población y el temor al desabastecimiento; y es ahí donde las cualidades de los congelados cobraron valor, ya que tienen una vida útil mucho más larga en comparación a los frescos. Esto permite a los consumidores planificar sus compras y reducir desperdicios de alimentos que son hoy una preocupación creciente en muchos hogares. A diferencia de la antigua percepción de que los alimentos congelados eran de menor calidad, hoy en día muchos alimentos se congelan rápidamente después de la cosecha o producción, preservando así sus nutrientes y sabor, lo que ha mejorado indudablemente su penetración en los consumidores.

UN MERCADO EN CAMBIO

En los últimos años el consumo ha evolucionado de manera acelerada y junto

EL AUGE DE LOS PRODUCTOS CONGELADOS: IMPULSORES DEL CRECIMIENTO EN LA INDUSTRIA LOGÍSTICA DEL FRÍO



El auge de los productos congelados representa un cambio significativo en los hábitos de consumo y ha impulsado un crecimiento notable en la industria de la logística del frío. Este sector ha respondido al desafío con expansiones de infraestructura, innovaciones tecnológicas y un enfoque en la sostenibilidad.

con él la cadena de valor de los alimentos se está transformando. Los nuevos comportamientos y expectativas de los consumidores; los datos y las tecnologías; los desafíos sociales como la producción y la gestión de los desperdicios de alimentos, la competencia de la industria y las interrupciones imprevistas de las cadenas de

suministro son algunos de los drivers que impulsan la transformación en la manera en que se producen y disponibilizan los alimentos en Chile.

En este contexto, Deloitte presentó un estudio, denominado Preferencias y Tendencias de Consumo de Alimentos en Chile,

que respondió a un análisis realizado a fines de 2021 que exploró la percepción de los consumidores en el país, sus preferencias y expectativas respecto al mercado de los alimentos, profundizando en las principales tendencias para las categorías de frescos. El cuestionario contó con la participación de más de 1.000 personas, tomadores de decisión de compra de alimentos dentro del hogar.

En esos años ya el estudio arrojaba una tendencia clara del aumento de este tipo de producto, destacando conclusiones como, por ejemplo, que el presupuesto de consumo de alimentos en Chile se distribuye de la siguiente manera en los hogares: 8% pescados y mariscos, 12% alimentos congelados, 13% lácteos y huevos, 21% frutas y verduras, 21% carnes rojas y blancas. Y finalmente, 25% otros, como comidas preparadas, abarrotes, aguas y demás bebidas. Además, el análisis concluyó que un 22% de las personas pertenecientes a la generación X (entre 40 y 49 años) compran alimentos congelados

una vez por semana. también, se identificó que el segmento ABC1 tiene mayor frecuencia de compra, donde el 28% de ellos compra al menos una vez por semana este tipo de productos.

Y en este escenario, de creciente popularidad de los productos congelados, no solo se han transformado los hábitos alimenticios, sino que también ha generado un impacto significativo en la industria logística, un sector crucial para garantizar la calidad y seguridad de estos productos desde el momento de su producción hasta su consumo.

IMPACTO EN LA INDUSTRIA LOGÍSTICA DEL FRÍO

El aumento del consumo de productos congelados ha impulsado un crecimiento notable en la industria de la logística

del frío, que se encarga de la gestión y el transporte de productos que requieren condiciones de temperatura controlada. Este sector ha tenido que adaptarse y expandirse para satisfacer la creciente demanda, lo que ha llevado a varias innovaciones y desarrollos.

Y para soportar el crecimiento de productos congelados ha sido esencial la expansión de infraestructuras de almacenamiento en frío. Se han construido nuevos almacenes y se han ampliado las capacidades de los existentes, equipándose con tecnología avanzada para mantener temperaturas precisas y constantes.

Asimismo, la tecnología ha jugado un papel crucial en la evolución de la logística del frío. Los sistemas de monitoreo en tiempo real permiten a las empresas rastrear y controlar las condiciones de temperatura a lo largo de toda la cadena de suministro, asegurando que los productos se mantengan en condiciones óptimas desde el origen hasta el destino final.

Otro rasgo de este nuevo escenario ha sido la creciente preocupación por el impacto ambiental de las operaciones. Las empresas del sector están invirtiendo en soluciones más sostenibles, como el uso de energías renovables y la mejora de la eficiencia energética de los equipos de refrigeración.

Para profundizar sobre el momento actual de la industria logística de frío, importantes actores analizaron los principales aspectos del mercado: desarrollo, crecimiento, tecnología y desafíos son hoy los puntos de interés de una industria que viene de vivir lo que- a su juicio- fueron los mejores años en términos comerciales.

Freddy Ríos, gerente de Transporte de Mega frío, reconoció que los últimos años, la industria alcanzó un enorme desarrollo con cifras de crecimiento, en periodo de pandemia, de incluso dos dígitos, debido a la explosión en el consumo de este tipo de alimentos.



Freddy Ríos
Gerente de Transporte
en Mega Frío

“Entre mediados de 2020 a 2022, el consumo explotó y gatilló el interés de los distintos actores por esta industria. Esta realidad dejó nuestra capacidad, por ejemplo, al 100%, en almacenamiento y peacking”, detalló el ejecutivo de Mega frío.

En esta línea, Alan Denton, gerente general de Friosan, ahondó sobre el explosivo momento que vivió esta industria, impulsado por factores como: “los largos plazos de exportación y el estancamiento en la logística portuaria, lo que generó un sobre stock de los inventarios y eso, a su vez, nos llevó como operadores a responder a esa demanda, generando un buen momento comercial en los distintos actores del mercado que llevó a muchos a iniciar procesos de crecimiento y alcanzar una ocupación casi al 100%”.

No obstante, el buen momento de la industria impulsó además importantes movimientos empresariales en Chile, además de generar atractivos proyectos de crecimiento y desarrollo y también de implementación tecnológica para responder a la creciente demanda de servicio que impulsó la situación pandémica.

UNA INDUSTRIA ATRACTIVA

Hay cambios en los volúmenes manejados, en los stocks almacenados y una eventual caída en el consumo de la población son innegables y están reflejados en las cifras macroeconómicas a nivel país. Entonces, ¿sigue siendo esta una industria atractiva? Los ejecutivos profundizaron sobre el futuro del sector y la importancia de seguir creciendo y mirando el desarrollo de la industria. “Después de la pandemia la situación volvió a la relativa normalidad, bajando los volúmenes aproximadamente en un 20% (2023). Los proyectos hoy, en general, se han detenido para recuperar los volúmenes y así iniciar un nuevo proceso de expansión”, reconoció Ríos.

Ambos coinciden que a pesar de los vaivenes esta sigue siendo una industria atractiva y con buenas proyecciones y el ingreso de actores internacionales al mercado logístico chileno es reflejo del buen momento de la industria y de cómo es vista en el exterior. Sin embargo, hay que reconocer que ese “boom comercial del sector” ha cambiado en los últimos años, generando un proceso de ajuste en la demanda de servicios, propios del periodo post pandemia.

“La situación se contrajo y la base de cualquier cliente de productos exportados congelados está hoy en mantener menos inventario, porque eso es costo. Los clientes están generando una especie de equilibrio entre el nivel de servicio y el stock”, afirma Alan.

Por su parte, Ríos añadió que: “si bien hemos vuelto a una realidad de la prepandemia, lo que es normal, no significa un

desmedro en nuestra realidad empresarial. Hay que considerar que bajaron los volúmenes, pero no los costos y eso se refleja en las tarifas”.

“Si hoy hay importantes actores y ha crecido la industria es porque es un mercado sólido, bien visto en el exterior, con un crecimiento sostenido y con buenas oportunidades. Hay una preocupación por esta actividad, porque el consumidor quiere este tipo de productos y eso ha impulsado al sector”, enfatizó Denton.

ORDEN, CONTROL, TECNOLOGÍA Y SERVICIO

¿Qué requiere esta industria para el éxito operacional? y ¿Qué miran los clientes? Los ejecutivos coincidieron en que la clave está en el nivel de servicio; sin embargo, ambos aportaron distintas visiones sobre los pilares que sostienen la operación.

Para Alan Denton, no existen factores más importantes que “el Control y el Orden” para asegurar una buena operación logística en la industria de los congelados y refrigerados. Las cualidades de esta operación obligan a las empresas a tener el control total y lograr también una visibilidad de cada etapa de la operación y es ahí donde la tecnología asume un rol primordial y en Friosan así lo entiende, ya que su operación cuenta con avanzados procesos de automatización que dan un nuevo ritmo a la logística.



Alan Denton
Gerente General
en Friosan

En tanto, el gerente de Transporte de Mega Frío apuntó al nivel de servicio como el sello diferenciador y es ahí donde “como actores colocamos nuestro foco, por ejemplo, en la robustez que tiene nuestra red de servicio a nivel nacional

que va de Iquique a Puerto Montt, permitiéndonos operar de Arica a la décima región". Ríos agregó además que: "el cliente busca un buen nivel de servicio con exigencias por sobre el 98%. Lo que buscan, no es más que una cadena aceptada que permita una logística sin fisuras que resguarde los productos. Para los clientes es importante que la cadena se conserve y mantenga los niveles de temperatura que es clave en esta industria". El gerente general de Friosan, en tanto, destacó que su ventaja para posicionarse en la industria nacional es la tecnología.

"Somos el primer operador chileno de logística en frío con un proceso de automatización con un nivel de servicio óptimo, lo que nos permite generar una operación de alto nivel, con un buen equipo de trabajo, un buen sistema de TI que lleva a la operación del cliente a un ritmo y una seguridad operacional importante. Nuestro sistema tiene ventajas y en eso sustentamos nuestra operación. Es una operación ordenada, lo que nos asegura un buen ni-

vel de servicios para nuestros clientes, con productividad y eficiencia".

Sin embargo, Alan reconoció que hoy los clientes "buscan precio y de la mano de un buen servicio", por lo tanto, la estrategia está en ofrecer un diferenciador, porque "esta es una industria que no solo se puede quedar en el valor, sino en el servicio anexo que tiene esta operación que incluye calidad, seguridad y eficiencia". Ambos ejecutivos se mostraron conscientes de los desafíos que tiene este mercado y, por tanto, aseguran se requiere de planes de mejora constante, por ejemplo, a nivel de comunicación con los clientes, implementación tecnológica e integración sistémica.

El frío ha permitido la prolongación de los alimentos y permite a los consumidores tener productos atemporales. En esta apertura del mercado han aumentado también la cantidad de productos que requieren refrigeración y congelación y también está la sustentabilidad en la industria

de los alimentos en la mira; todos factores que hacen presagiar que este mercado continuará creciendo y, por tanto, requerirá de una logística bien aceptada.

Sectores como bollería, carne, helados, lácteos, mariscos son hoy solo algunos de lo que se puede encontrar en los distintos canales de venta. Es la medida en que el consumo aumente, el stock se mueve y eso impulsa a este sector que crecerá de la mano de la tecnología, la calidad de servicio y la sustentabilidad.

Por tanto, no cabe dudas de que el auge de los productos congelados representa un cambio significativo en los hábitos de consumo y ha impulsado un crecimiento notable en la industria de la logística del frío. Este sector ha respondido al desafío con expansiones de infraestructura, innovaciones tecnológicas y un enfoque en la sustentabilidad. ■



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: SCM/ALMACENAMIENTO