

El mejor café me lo tomo en el trabajo

No hay duda, el Office Coffee Service (el Vending Cautivo de café, o las máquinas de bebidas calientes para oficinas y lugares de trabajo) es uno de los sectores en mejor forma de nuestra industria. Y si no, que se lo pregunten a los operadores americanos, que por primera vez en su historia han sobrepasado la barrera de los 4.000 millones de dólares de facturación.

La cifra proviene del último estudio realizado por Datamonitor, para la revista Automatic Merchandiser, sobre 600 operadores de OCS y 2.700 operadores de vending que cuentan con un departamento específico para esta actividad, dentro del conjunto de sus operaciones. En los últimos cuatro años, este segmento del vending ha crecido a un ritmo invariable del 5% anual, y ni siquiera el desplome de los mercados financieros ha podido frenar su expansión, demostrando que el consumo de café tanto en el hogar como en el trabajo nunca decrece, y que los recortes en el gasto de los consumidores van dirigidos a compras más onerosas que las causadas por un simple café de máquina.

En este sentido, privarse de un café para afrontar la recesión suena más a compromiso de fiesta de Fin de Año que a medida seria contra la crisis, cuando las cargas que realmente asfixian la economía doméstica son las hipotecas o los créditos adquiridos para la compra de vehículos o mobiliario.

Lo bueno se paga

Pero lo más destacado de este estudio, por encima de la consistencia en el crecimiento de los ingresos, viene dado por las causas que lo impulsan. Así, el informe señala el aumento de precios, la expansión de los sistemas monodosis y, lo más importante, la disposición del consumidor a pagar más en compensación por un mejor café, como principales detonantes de la explosión del OCS. El último apunte en relación a la calidad del café acaba con varios mitos que, aún a día de hoy, conviven como corrientes de opinión en la mentalidad de muchos operadores.

El consumidor se muestra cada vez más desconfiado y exigente, lo que favorece a que esté dispuesto a pagar más para conseguir una buena taza de café. Una mayor cultura cafetera parece estar también detrás de esta estadística. A este respecto, el llamado café “gourmet” ha sido el segmento del mercado más favorecido por el incremento en el consumo, alcanzando el 17% del total, tres puntos más que en 2007.

El estudio también se hace eco de un dato sumamente relevante aportado por la Asociación Nacional del Café del país americano: 2007 fue el primer año en que el consumo de café entre adultos superó al del de refrescos, lo que indica que el café se está abriendo paso como sustituto de las bebidas gaseosas en varias franjas de la población. A pesar de que el sector del vending cautivo fue uno de los últimos en incorporar el café especial, los últimos cuatro años fueron testigos de una gran inversión en nuevos productos y sistemas de producción. De este modo, los operadores del OCS han sido capaces de responder a una mayor demanda por variedad de sus clientes en mejor manera que restaurantes o cafeterías.

El café individual, la nueva tendencia

En la misma forma que la últimas ediciones de Hostel Vending, el estudio de Automatic Merchandiser apunta al formato monodosis como principal impulsor del crecimiento en el mercado del vending cautivo de café, con un crecimiento acelerado desde que fuera introducido a mediados de la década de los noventa y ganándole cuota de mercado a la máquina de hopper tradicional. El estudio de la publicación americana va más allá y afirma que muchos operadores experimentaron un incremento de ventas de hasta el 30%, después de reemplazar las máquinas de hopper por un sistema monodosis. Este dato no está del todo comprobado, puesto que los sistemas de hopper siguen la tendencia general de incremento de ventas en el mercado OCS.

Los sistemas de cápsulas son los que se llevan la palma en cuanto a incremento porcentual, representando ya más de un tercio de todo los sistemas monodosis. Una de las mayores ventajas que aportan viene dada por la ampliación de la gama de productos, respondiendo a esa demanda anteriormente mencionada.

No obstante, los sistemas de filtros de papel no tienen, ni mucho menos, el partido perdido. Tratándose de sistemas abiertos para un mayor número de máquinas que las cápsulas, el operador goza también de una mayor libertad a la hora de cambiar de marca. Además (y esto también es aplicable a las máquinas de hopper), cuentan con el “factor ecológico” de la biodegradabilidad de sus materiales, dentro de un mercado donde el consumidor se muestra cada vez más concienciado con su medio ambiente.

En el hogar, ¿amigo o enemigo?

La apuesta de los fabricantes por extender los sistemas monodosis al mercado doméstico es fuente de divisiones entre los operadores del OCS. Para algunos es, sin duda, una manera óptima de familiarizar el formato entre los consumidores, considerándolo una medida positiva. En este sentido, es más probable que los consumidores quieran en su lugar de trabajo el mismo producto que consumen en casa. Además, algunos operadores han observado en su contabilidad una partida de ingresos no esperada, que tiene su origen en la utilización doméstica de estos sistemas: los consumidores compran cápsulas al operador de vending para su consumo en el hogar. Pero no todos los fabricantes de sistemas de cápsulas permanecen fieles a las empresas de OCS, con varias empresas sacrificando esa exclusividad de los operadores de vending, en su búsqueda por copar el mercado doméstico.

De este modo, algunos operadores de OCS ya se han lamentado por la generalización de estos sistemas. Sea como fuere, parece que todavía estamos en un momento muy temprano para aventurarse a lanzar un pronóstico sobre la compatibilidad de la monodosis en los segmentos OCS y hogar.

El café como estímulo

Los responsables de las empresas que han contratado los servicios de un operador de vending cautivo reconocen la importancia del “cafelito” a la hora de mantener la motivación de sus plantillas. Y puesto que el coste de esta utilidad repercute

mayormente en el consumidor final y no en la empresa, parece que el mercado continuará creciendo a pesar de los sinsabores de otras industrias. Valga este dato: en tiempos de crisis para muchos sectores, Hostel Vending ha podido saber que una firma del tamaño de Endesa está renovando todo su parque de máquinas de bebidas calientes, en una operación de dividendos millonarios para la empresa concesionaria. Vamos, que a la hora de apretarse el cinturón...se puede tocar todo menos el cafelito

Publicado en www.hostelvending.com/noticias/noticias.php?n=152 19/09/2010