

CONSUMO DE CAFÉ EN ESPAÑA



La progresiva recuperación de la confianza del consumidor español está resultando clave para la evolución del consumo en nuestro país. Los últimos estudios presentados al respecto muestran mejoras notables y, en relación a los productos de alimentación y bebidas, auguran mejores tiempos tanto para la evolución de su demanda tanto en el ámbito del hogar como fuera de él. El café no se mantiene al margen de esta tendencia y según los últimos estudios presentados por consultoras como Nielsen o Alimarket o incluso el propio Ministerio de Agricultura, pesca, alimentación y medioambiente, la reactivación de su demanda es un hecho que ya se traslada a las estadísticas con crecimientos y números positivos.

CRECE LA DEMANDA DE CAFÉ

Uno de los primeros informes en los que se ha dado cuenta de este incremento en la demanda de café en nuestro país, ha sido el del Ministerio que ha hecho públicos los datos de consumo alimentario en España correspondientes al 2016. El informe analiza los factores con mayor influencia en la dimensión de dicho consumo y su evolución, y realiza una fotografía completa de los alimentos y bebidas que compramos para consumir en el hogar y de las bebidas que consumimos fuera de casa. Por primera vez, el Ministerio ha incluido en su informe, la demanda total de bebidas calientes, el café incluido, en el sector extradoméstico desde el punto de vista del consumidor final residente en España peninsular y Baleares – hasta ahora el informe sólo recogía el consumo

de bebidas frías-. La incorporación de las bebidas calientes se ha centrado, sin embargo, en esta primera ocasión, sólo en el tercer y cuarto trimestres de 2016 por lo que no es posible extrapolar los resultados de estos dos trimestres al total del año.

EL CAFÉ EN CASA

En el 2016, el consumo de cafés e infusiones en el ámbito doméstico creció un 1% en volumen, copando, según datos del informe sobre el Café en España de Alimarket, el 60% de la demanda de este producto en nuestro país.

Este crecimiento del 1% en volumen ha ido acompañado, según el Ministerio de un incremento en el valor del producto del 5,4%, impulsado por el crecimiento del precio medio del 4,4% del kilo de café, que el informe fija en 14,64 €. Todas estas variantes, otorgan al café un 1,7% del presupuesto global familiar dedicado a la compra de alimentación y bebidas para el hogar.

Evolución del café e infusiones 2015-2016

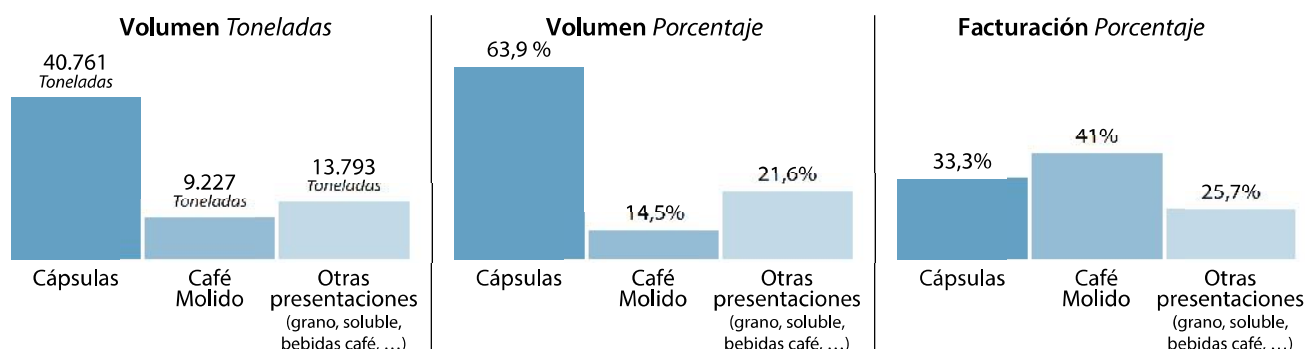
	Cafés e Infusiones	% Variación Vs. Mismo periodo año anterior
VOLUMEN (Miles Kg)	77.937,35	1,0%
VALOR (Miles €)	1.140.756,83	5,4%
CONSUMO X CAPITA	1,78	2,6%
GASTO X CAPITA	25,99	7,1%
PARTE MERCADO VOLUMEN (Kg)	0,27	0,00
PARTE MERCADO VALOR (€)	1,70	0,09
PRECIO MEDIO €/Kg	14,64	4,4%

Fuente: Mapama

Según el informe “Nielsen 360” correspondiente al 2016, el consumidor español tendió el pasado año, a aumentar el consumo de productos premium en general y a primar, en su compra para consumo en el hogar, su conveniencia, tanto por lo que se refiere a la cercanía de los establecimientos, como a los formatos comerciales más prácticos, con notable éxito de productos como las cápsulas de café, las cuales, desde principios de este año forman parte de la lista de 479 artículos de la cesta de la compra que utiliza el gobierno para calcular el Índice de Precios de Consumo (IPC).

Según el último informe del café en España de Alimarket, el segmento de las cápsulas incrementó en 2016, un 9% el total de toneladas vendidas, lo que, según las mismas fuentes, las ventas de café en este formato ya representan el 15% de las ventas totales de este producto y el 41% de los ingresos. Estos porcentajes, certifican que este segmento se habría convertido en el que aporta más valor al sector de venta de café para el hogar, por encima del café molido, que supone un 64% de las ventas totales en volumen, pero sólo un 33% de los ingresos.

MERCADO DEL CAFÉ EN HOGAR



Fuente: Informe Café 2016 Alimarket

MARCA DE DISTRIBUCIÓN VS MARCA DE FABRICANTE

A nivel general, Nielsen ha reflejado en su informe sobre el consumo español en el ámbito del hogar 2016, una recesión de la marca de distribución que, por primera vez en los últimos años, cede 0,2 décimas de cuota de mercado -en estos momentos representa un 39,5 % de las ventas totales-. Estos resultados, representan para algunos expertos, el fin a un crecimiento sostenido que en los últimos años se aceleró aumentando en ese tiempo su participación en 13 puntos porcentuales.

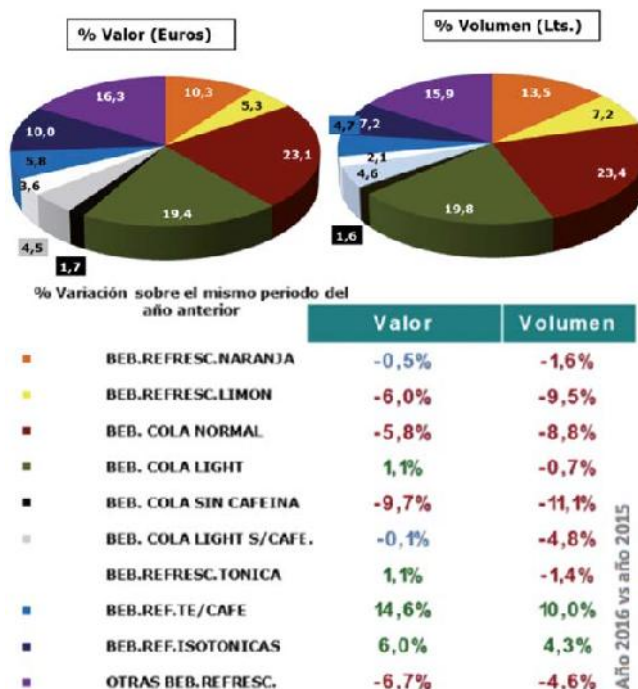
Una de las razones de este inicio de decrecimiento, apuntan, es la intensa actividad promocional del fabricante con sus propias marcas en el punto de venta, hasta el punto de que casi el 30% de sus ventas son en promoción, muy por encima de la media que se sitúa en el 21,5%.

Otro dato destacado que se desprende del informe "Nielsen 360" y que no pasa desapercibido para las marcas de café visto el progresivo crecimiento de su oferta en este sentido, es el incremento de hogares españoles que ya realizan todo el proceso de compra de gran consumo (el que engloba los alimentos, bebidas y productos de uso cotidiano que compramos en los supermercados e hipermercados para consumir en casa, incluido el café) a través de internet, 13% de las familias. Aunque el porcentaje dista todavía de los ratios de otros países cercanos, como Francia o Italia, hoy día, ya seis de cada diez consumidores españoles pueden ser considerados "Total consumer", esto es, que de forma regular compaginan la compra en establecimientos físicos con Internet.

La diferencia con nuestros vecinos europeos, es que en España está muy extendido el supermercado de proximidad, que permite compras muy frecuentes y rápidas con tickets más reducidos y cestas más pequeñas, algo difícil de cuadrar en los hipermercados, más habituales en otros países. Estos establecimientos más grandes conllevan, por lo general, una compra más voluminosa, lo que posiciona a Internet como una alternativa muy cómoda.

BEBIDAS REFRESCANTES DE CAFÉ Y TÉ

El crecimiento de la presencia de bebidas refrescantes de café y té en la cesta de la compra es otro de los puntos destacados del análisis del mercado del café 2016 en España. Este segmento de bebidas se ha incrementado alcanzando un volumen del 10%, según el informe del Ministerio. El incremento es aún más notable en valor, con un crecimiento del 14,6%, el cual se relaciona directamente con el aumento del precio medio del litro de este tipo de presentaciones, valorado, aproximadamente, en 1,04€/l. Este incremento de precio ha sido, según el informe, generalizado para todos los canales dirigidos al consumo doméstico, a excepción del canal hipermercado, donde se ha reducido un 1,4%.



El perfil del consumidor de bebidas refrescantes con café y té, son hogares con hijos medianos o mayores, así como parejas sin hijos u hogares monoparentales que en el 95,6% de los casos se dirigen al hipermercado, supermercado o autoservicio para adquirir estos productos.

Las Comunidades Autónomas con climatología más favorable y también, fuerte incidencia del turismo, se sitúan en lo alto del ranking de consumo de este tipo de bebidas. A la cabeza, Islas Canarias, Baleares y Andalucía, mientras que La Rioja, País Vasco, Aragón y Castilla y León son los territorios donde existe menos demanda.

CONSUMO **DE** CAFÉ FUERA DEL HOGAR

Y si la demanda de café en el ámbito doméstico ha crecido, la progresiva recuperación de la confianza del consumidor también ha dado lugar a una reactivación del segmento del café en el consumo fuera del hogar.

A nivel general, Nielsen fija esta recuperación de confianza a niveles previos a la crisis económica, lo que augura, según los expertos de la consultora, un buen año para el sector hostelero, con un crecimiento estimado de entre un 2 y un 2,5 %, siempre que los operadores sigan adaptándose a los gustos del consumidor actual.

“Los españoles vuelven a salir de la madriguera, a tomar el café fuera de casa, el vermú o la segunda ronda. Son síntomas de mejora que irán a más al hilo de la mejora del desempleo”, asegura el director general de Nielsen Iberia, Gustavo Núñez, apuntando que esta tendencia se refleja en un crecimiento del 6 % volumen y un 7 % en valor para el sector de la restauración, con una cifra de gasto de unos 24.000 millones de euros. Las mismas fuentes han cifrado en su informe, al sector hostelero español, en 262.270 establecimientos, una cifra que supone un 1 % más que hace un año. La mayoría, 170.261, son bares y cafeterías (un 0,9% más que en 2016), donde se prepara y se sirve café.

INVERSIÓN EN **CALIDAD** Y **CULTURA** DE CAFÉ

Esta mejora y progresiva recuperación del consumo extradoméstico es la que ha permitido, entre otros factores, al sector del café invertir la tendencia de los últimos años y elevar sus niveles de producción, según hace constar Alimarket en su informe. Además, ha dado alas para trabajar en la consolidación de la cultura cafetera en nuestro país, promoviendo la formación de los profesionales e incorporando las empresas a sus catálogos, nuevas referencias seleccionadas dirigidas al segmento de hostelería.

En el análisis del Ministerio sobre el consumo de productos de alimentación en el ámbito extradoméstico, el café ha sido incorporado al grupo de bebidas calientes, sin segmentar en esta primera ocasión de estudio de esta categoría, los resultados por bebida -café, leche, infusiones y cacao-, de ahí los resultados genéricos generados. A pesar de esta circunstancia,



estos datos sirven para hacerse una idea del comportamiento de consumo versus estas bebidas.

Así, por ejemplo, el informe recoge que la demanda de bebidas calientes fuera del hogar se focaliza en el desayuno en el 58,6% de las ocasiones, mientras que el 34,8% se produce entre horas (merienda y antes de comer, básicamente).

Del informe también se desprende que el consumo fuera del hogar de bebidas calientes como el café es más recurrente entre semana que no en sábado y domingo y se identifica el jueves, como el día de mayor demanda en comparación con el total de alimentos demandados a través de este canal.

Por edad del consumidor, los adultos 50-75 años conforman el perfil intensivo en el consumo de la categoría, representando el 58,7% de las ingestas totales de bebidas calientes fuera del hogar pese a que, a nivel poblacional, suponen solo el 36,5%. En buena parte, estos consumidores son hombres, 59,7%.

A nivel global de consumo de este tipo de bebidas en el ámbito extradoméstico, el tipo de ocasiones más importantes de demanda corresponden a las consumiciones donde no hay acompañantes, suponiendo el 27,2% del total. Le siguen en importancia las consumiciones con compañeros de trabajo (24,7%), con amigos (22,6%) y con familia (15,0%).

Según el conjunto de todos los datos aportados por las diferentes consultorías y el Ministerio de Agricultura, pesca, alimentación y medioambiente parecen certificar la reactivación del consumo en España y las buenas perspectivas que esta situación augura para sectores como el del café, que está llamado a evolucionar de mano de calidades superiores y nuevas presentaciones que adapten su consumo a todo momento y circunstancia.

ÁNGELA D'ARENY Fuente: Alimarket, Nielsen, Mapama



SEGUIMOS SIENDO **DIFERENTES**

Primera Empresa española
importadora de café verde

en obtener la doble certificación



www.intergrano.es



Avda. de las Cortes Valencianas, 58
Despacho 911 / Edificio Sorolla Center
46015 Valencia



+34 963 48 55 35