

## Cápsulas de café



Limpio, cómodo, sencillo y de calidad, así se anuncia el café en cápsulas, un sistema que, aunque inventado hace muchos años, en el último lustro ha revolucionado el consumo de café hasta el punto, aseguran algunos expertos, de estar cambiando la forma de ver y sentir el café en el mundo entero. Las cápsulas han propiciado la entrada del café espresso en el hogar y millones de consumidores han descubierto que existen diferentes orígenes del café y que degustar una buena taza en casa, "como la del bar" es posible.

Entre las principales ventajas que subrayan los entusiastas de las cápsulas destacan la comodidad y calidad, así como la posibilidad de disfrutar de una regularidad continua de taza en taza sin necesidad de preocuparse por la molienda, la conservación o la limpieza de los restos de café molido y empapado, entre otras. Por el contrario, los escépticos o directamente contrarios, aseguran que este sistema lleva al traste todo el ritual del café y que lejos de diversificar la taza, la limita a una estandarización que, aunque amplia, no permite al usuario crear su propia mezcla.

### El Mercado

En los dos últimos años, el café en cápsulas en España ha triplicado su penetración, superándose ya la barrera de 1,5 millones de consumidores, según datos de Kantar Worldpanel. La opción por este tipo de presentación es cada vez más mayoritaria y los expertos apuntan que dentro de cinco años las cápsulas y monodosis pueden representar un 20% de las ventas en volumen y hasta la mitad del mercado español del café en valor.

Aunque se hace difícil disponer de datos fiables del mercado del café en cápsulas en España, a causa de la infinidad de formatos y también, el hermetismo de muchos fabricantes y distribuidores, los pocos que si trascienden no hacen más que confirmar lo que es una evidencia, la monodosis, triunfa. Y es que, aunque en volumen, las cápsulas y monodosis son, todavía, una mínima parte del mercado, en valor ya representan el 16%,



un porcentaje que crece cada año que pasa. Como ejemplo, según algunas publicaciones, en el año 2000 tan sólo un 2% de hogares españoles disponían de algún sistema o máquina de espresso. En el 2010 se calcula que el 35% de los hogares de más de una persona disponían de algún equipo que funciona específicamente con café en cápsulas.

### Los Fabricantes

Los grandes productores de cápsulas fabrican fuera de España y distribuyen prácticamente por todo el mundo, copando proporciones muy importantes de los mercados nacionales donde tienen presencia. Por otro lado, la importante demanda ha propiciado que la practica totalidad de tostadores de café de cierto volumen dispongan ya de algún sistema propio de encapsulado, gestionando pequeños nichos de mercado y aprovechando el efecto de expansión de otros sistemas, Como mínimo 15 tostadores fabrican hoy en España sus propias capsulas

y otros tantos distribuyen algún sistema de cápsulas fabricadas por terceros.

Según datos de la industria actualmente existen 5 fabricantes, que trabajan sistemas 100% cautivos y más de 135 fabricantes de cápsulas genéricas derivadas de la liberalización del sistema E.P. antiguamente exclusivo de una importante empresa italiana.

Independientemente del sistema utilizado el denominador común de todos estos fabricantes es que tienen como actividad principal la torrefacción de café. En estos últimos meses, sin embargo, saltaba la noticia de la entrada en el mercado de la cadena de cafeterías más emblemática de Estados Unidos con establecimientos en todo el mundo, que de acuerdo con otro agente del sector, han puesto ya en marcha todo el engranaje que culmine con la venta de cápsulas de café y té aptas para las cafeteras espresso líderes en EUA. Esto hace pensar que esta acción puede verse limitada por el momento al resto de países.



## Tipos de Cápsulas

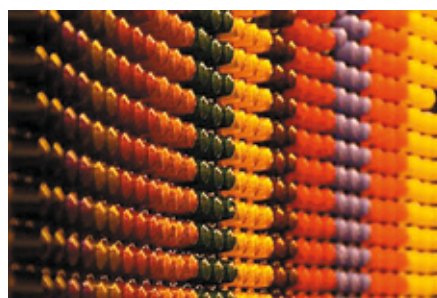
El mercado ofrece gran cantidad de formatos diferentes de cápsulas, pensadas y desarrolladas, en su gran mayoría, para trabajar con una máquina de café en concreto. Esta capacidad de uso es la principal diferencia entre unas y otras, así como su material de fabricación.

En el mercado no existen cápsulas no oficiales, sólo hay cápsulas cautivas o exclusivas, que se pueden utilizar únicamente en las máquinas para las que han sido diseñadas y cápsulas abiertas o no exclusivas que permiten un abanico de uso mucho mayor, en máquinas de café de diferentes marcas y modelos.

Toda patente tiene un período acotado de exclusividad para proteger a los mercados

del monopolio. Transcurrido esta carencia, negar la legitimidad de un producto desarrollado en base a ese sistema, sería como plantear que cualquier neumático que no fuera de la marca Goodyear (descubridor del caucho para la fabricación de los mismos) no es "oficial".

A excepción de algún fabricante, el sector se muestra mayoritariamente en contra del blindaje de máquinas para uso exclusivo de cápsulas proporcionadas por el operador. El argumento más generalizado es que se han liberalizado casi todos los sectores, desde los consumibles de informática a la telefonía, pasando por las eléctricas o Internet, en aras de la competitividad y diversificación, por lo que blindar las cápsulas y cafeteras es entendido como un paso atrás.



## La Cápsula y el Café

**Cápsula de aluminio.-** El café se presenta en cápsulas de aluminio con forma de pequeño cuenco selladas con una capa fina del mismo material. En su interior, el café es aislado de las paredes del contenedor con una fina película plástica, totalmente inocua, que limita el contacto entre el producto y el aluminio de la cápsula. Las cápsulas de este tipo no permiten ver el café almacenado.

**Cápsula de Plástico.-** Existen diferentes tipos, según el tipo de plástico utilizado, que en todos los casos es apto para uso alimentario. Las cápsulas de este material, técnicamente más avanzadas, son las denominadas cápsulas Biodé, fabricadas con polipropileno biodegradable, un plástico de alta calidad, resistente al calor y que se descompone sin contaminar. Ecológicamente, hablando, el problema de algunas de estas cápsulas es que el envoltorio no es biodegradable, ya que su composición, para garantizar la total protección de la cápsula, no permite, por el momento, utilizar materiales biodegradables.

Indistintamente al material de la cápsula, el café contenido en su interior siempre será molido y nunca en grano. Dependiendo del fabricante, las cápsulas contienen entre 7 y 7,5 g. de café prensado y envasado en atmósfera protegida para garantizar una conservación óptima de su frescura hasta su degustación. Del mismo modo, y dependiendo también del fabricante, las cápsulas contienen un sólo origen de café, o blends exclusivos desarrollados por cada firma tostadora.

## El Consumidor

A pesar de que cada día que pasa está más extendido el sistema de cápsulas, es cierto que sus principales usuarios corresponden a un perfil de consumidor bastante concreto y que diferentes estudios de mercado identifican como hombres y mujeres entre 28 y 50 años, de nivel económico medio-alto y que viven solos o en hogares con dos personas.

En general, estos consumidores denotan un aprecio evidente por la calidad y entre las principales razones que respaldan su apuesta por las monodosis destacan, la comodidad y también el diseño de la cafetera. Dicen que no les importa que el café les resulte ligeramente más caro y casi todos, además de la cafetera de cápsulas, tienen cafetera tradicional en casa.

## En Casa y en el Bar

Si hasta ahora, el consumo mayoritario de cápsulas de café se registraba en el hogar, desde hace poco tiempo, algunos establecimientos se han apuntado al sistema y ofrecen a sus clientes cafés de cápsula. La razón principal que aducen para hacerlo es la posibilidad de disponer, de este modo, de una oferta de cafés más amplia y por qué no, más sofisticada, sin el riesgo, además, de que la mano inexperta de alguno de sus colaboradores lleve al traste la taza. Por precio, sin embargo, es un sistema por el que optan de momento, establecimientos de baja rotación de café y paradójicamente algunos restaurantes de alta gama que tras el ágape, acercan al cliente una caja repleta de capsulas de colores para que elija su café.

Y es que tener varios orígenes en un establecimiento, o en casa, y tenerlos frescos, es complejo. El grano de café en contacto con el aire se deteriora a medida que pasan los días, los olores del ambiente afectan a su calidad final, y, por supuesto, el oxígeno, como con todo, lo envejece, confiriendo a la taza de café un sabor rancio.

El concepto cápsula ayuda a solventar este problema, ya que el envase del café, ya molido, es hermético y por lo tanto su conservación mejora y se alarga enormemente. Esto permite trabajar con diferentes orígenes con toda su esencia sin tener la preocupación de perderla por el paso del tiempo.

Las posibilidades de éxito de este tipo de presentación en hostelería o cuanto menos en un segmento concreto de la hostelería, según algunos tostadores bien merecen una inversión y por ello algunos ya han desarrollado cápsulas específicas para hostelería con sus blends ya habituales para este sector, que se pueden trabajar a través de un porta concreto y cafeteras dedicadas.

Eso sí, en relación al salto de las cápsulas a la barra de bares y cafeterías, hay un temor incipiente por si la figura del barista pueda dejar de ser necesaria por la existencia de cada vez mejores resultados en taza gracias a las cápsulas, pero no debería de ser así. Para aquellos que no cuidan los parámetros básicos de una buena taza, tal vez la solución sean las cápsulas, pero para aquellos que realmente miman y tratan al café como se merece, las cápsulas son un complemento, un apoyo más a su día a día con el café.



## Cápsulas y Cafeteras

Las cápsulas y las monodosis no sólo han revolucionado el mercado del café en España, sino también el sector del pequeño electrodoméstico y más concretamente el de las cafeteras. Durante el último ejercicio, según datos facilitados por GfK, las ventas de este tipo de equipos creció un 28,7%, hasta 756.900 unidades, con un valor superior a 90 millones de euros. El 62,8% del total de ventas en volumen correspondió a las cafeteras para cápsulas, lo que convierte a estas máquinas en los electrodomésticos de PAE cocina, que más han crecido en el 2010.

En concreto, se comercializaron 475.000 unidades, un 21% más que el año anterior, lo que supuso un incremento en valor algo más del 8% hasta los 74,8 millones de euros. Sin embargo, el precio unitario de las cafeteras bajo entorno al 8%. Y es que, si hasta no hace mucho, era imposible encontrar una buena cafetera por menos de 300 euros, hoy en día encontramos buenas propuestas por 60 euros.

Por lo que se refiere a las máquinas con el sistema tradicional de espresso (aquellas que funcionan a presión), su venta cayó el pasado año un 16,5%.

Al igual que lo que sucede en el mercado PAE en general, las cafeteras de baja gama o de dudosa procedencia apenas tienen cabida en el mercado. La lucha de los fabricantes -especialmente europeos- por defender al mismo tiempo sus intereses y los de los consumidores frente a terceros, ha dado resultados, y ya son mayoría los que prefieren las marcas.



# Informe técnico

Con el objetivo de que esta gama de productos cumplan con las expectativas de los consumidores, antes, durante y después de la compra, la Asociación Española de Fabricantes de Pequeños Electrodomésticos (FAPE) hace mucho hincapié en el control de los productos importados, principalmente de Extremo Oriente.

Las garantías de calidad y seguridad que ofrecen las marcas reconocidas se han convertido en una barrera infranqueable para productos en los que, incluso, se han llegado a demostrar peligrosos en su uso.

La tendencia en el consumo se dirige hacia las gamas superiores de productos. Dentro de las mismas marcas, los consumidores prefieren gastar un poco más y aumentar la calidad del producto adquirido.

## El Reciclaje, ¿una cuenta pendiente o saldada?

Las cápsulas han lanzado al mercado como la forma más sencilla, rápida y limpia de preparar un café, pero ¿qué hay que hacer con la cápsula ya usada? Primero de todo deberemos saber con que tipo de ellas trabajamos, pues en el mercado ya existen modelos fabricadas con la nueva generación de plásticos biodegradables (PLA, Ácido Poliláctico), que se pueden eliminar como deshecho orgánico.

Si este no es el caso de nuestras cápsulas, lo aconsejable es reciclarlas. El fabricante líder de cápsulas de aluminio ofrece a sus clientes recoger las cápsulas ya utilizada en sus boutiques y tiendas de electrodomésticos asociadas, aunque la limitación de estos establecimientos en la geografía española dificulta la excelencia de esta práctica. El problema se agrava si tenemos en cuenta que en nuestro país no existe una regulación específica al respecto. Clemente Álvarez en su blog del periódico "El País" se refirió a esta situación y dio cuenta de las normativas actuales, en las que las cápsulas quedan en tierra de nadie. Según Álvarez, las capsulas, aparentemente son un envase. En cuyo caso, con el sistema de residuos en vigor ahora mismo, esta se debería tirar en la bolsa o contenedor amarillo y el fabricante estaría obligado a costear su reciclaje. Sin embargo, como explica Ecoembes, la empresa que gestiona la bolsa amarilla, la interpretación

que se hace de la Ley 11/1997 de Envases y Residuos de Envases dice lo contrario. Según el artículo 2 de esta normativa de hace 13 años, no son envases aquellos elementos auxiliares que formen parte integrante del producto y que estén destinados a ser consumidos o eliminados conjuntamente. Para encontrar una explicación más concreta hay que ir al reglamento de esta Ley (aprobado en el Real Decreto 782/1998), donde el anexo 1 especifica algunos de estos envoltorios que no deben ser tratados como envases: las bolsitas de té, las capas de cera que envuelven el queso, las pieles de salchichas o embutidos... En España, las cápsulas de aluminio o de polipropileno tienen la misma consideración que los envoltorios anteriores (aunque su impacto suele ser muy diferente). Es tratada como si fuera también café. Por ello no será recuperada ni reciclada por los canales habituales, explica Clemente Álvarez, aunque el consumidor se tome la molestia de vaciarla y tirarla al cubo amarillo.

Como alternativa, y sólo en unas pocas ciudades, las cápsulas se pueden reciclar en los puntos verdes, gracias a una máquina específica que permite separar el aluminio y el café. Los restos de café se destinan a la elaboración de compuestos de alta calidad para usos agrícolas -el café es un excelente fertilizante gracias a su alto contenido en nitrógeno-.





## El Precio del Café en Cápsula

Uno de las pocas críticas que reciben las cápsulas de café por parte de los consumidores es su precio, sensiblemente más elevado que el de otras presentaciones. Y es que si comparamos lo que cuesta un kilo de café en grano con lo que se paga por un kilo de café en cápsula (140 cápsulas de 7 gramos), el precio medio pasa de 10 a 45 euros. La diferencia viene justificada por lo fabricantes, en primer lugar, por la calidad del café utilizado, que según argumentan es superior al del café convencional de venta en el lineal. Además, el factor de la exclusividad, y la garantía de una buena taza son otras de las razones que aducen al incremento de precio.

En cualquier caso, sean las razones que sean, esta diferencia de precio es la que los más críticos con las cápsulas identifican como la razón principal para no augurar un buen futuro a este sistema, más que el que pudiera ser una moda puntual de un momento determinado.

## Un Buen Regalo

Los tiempos que corren no invitan a grandes gastos, ni tampoco a grandes desviaciones de los presupuestos domésticos. Ello ha llevado a muchos consumidores a racionalizar sus compras y también sus regalos. El pequeño electrodoméstico ha sido uno de los más beneficiados en esta recuperación del regalo útil y la cafetera de cápsulas uno de los equipos mejor posicionados. Y es que tenemos que tener en cuenta, que la reducción del gasto también ha ido acompañada por una vuelta al hogar como espacio de ocio y reunión, y todo el mundo sabe que nada mejor que un buen café para pasar un rato agradable.

**Susanna Cuadras**

*Fuentes: Alejandro Rodríguez (Cafés Baqué), Juan Carlos Sánchez Díaz (Novell Vending), Electromarket, Expansión, Consultoras*

