

Tendencias cafeteras en los Estados Unidos de 1991 a 2001

Robert F. Nelson

En estos últimos diez años, la tendencia general ha sido la de que aumentase el número de personas que toman café a diario y de vez en cuando. La mayoría de esos nuevos consumidores entran en la categoría de los consumidores ocasionales. De hecho, a partir de 1991 ha habido unos 25 millones de nuevos consumidores ocasionales, en comparación con un par de millones de nuevos consumidores a diario. Esto se debe principalmente a la gran variedad de nuevos productos cafeteros que los tostadores y comerciantes al por menor han introducido en el mercado, en los sectores del café instantáneo, en grano, tostado y molido, y en el de bebidas preparadas.

Hace una década podría describirse el menú cafetero de los Estados Unidos como una "cuppa Joe": una mezcla de marca de una empresa de café corriente, descafeinado o instantáneo. Hoy en día, esa elección entre tres tipos de café se ha ampliado enormemente y abarca una docena de tipos de café tostado, otra docena de distintas variedades y otra docena de cafés con distintos aromas y sabores, aparte ya de cuatro tipos de bebidas basadas en el café expreso y de las bebidas de café frío, ambos tipos preparados y embotellados.

Esta ampliación del menú cafetero ocurrió al mismo tiempo que se produjo la introducción y expansión de los establecimientos de café para gourmets en los Estados Unidos, que pasaron

de ser menos de 500 en 1991 a ser unos 8.500 hoy en día. Y esto no incluye la creciente accesibilidad al café que tienen los consumidores fuera de casa en los Estados Unidos, en lugares tales como carretas, quioscos, distribuidores automáticos, cafés en librerías, acontecimientos deportivos y servicios de transporte.

Como resultado de esta actividad, ha habido una profunda transformación de la categoría del café en los Estados Unidos, que pasó, en una sola década, de ser una bebida básica a ser una bebida para gourmets, y que ofrece un tipo de café distinto para cada función social a cualquier hora del día. Estas transformaciones hacen que el sector cafetero pueda competir con más plenitud con todas las demás bebidas no alcohólicas en el "reparto del paladar".

Lo que ha impulsado con más fuerza la proliferación al mismo tiempo del menú cafetero y de los establecimientos de café es el haberse centrado el sector de los cafés finos en el segmento del café de calidad.

En estos últimos años, según se desprende de los estudios de la Asociación Nacional del Café, ha habido pequeños descensos en el consumo diario del café instantáneo y del descafeinado y un considerable aumento, en cambio, del consumo diario de bebidas de cafés finos y, en particular, del café en grano de tipos que se pagan con prima.

De hecho, el consumo diario de cafés finos ha aumentado, pasando de representar el 3 por ciento de la población adulta en 1997, que son 7 millones de bebedores de café, a representar el 14 por ciento, que son 29 millones de bebedores de café a diario, en 2001, es decir, un aumento de cuatro veces más en solamente cinco años. Al mismo tiempo, ha habido en los últimos cinco años una oleada de consumo ocasional de cafés finos, consumo que aumentó, desde representar el 35 por ciento de la población adulta en 1997, hasta situarse en el 62 por ciento en 2001, es decir, de 80 a 127 millones de bebedores de café.

Si se examina más a fondo la atracción que ejercen en los estadounidenses los cafés finos se encuentra que en 2001 el 10 por ciento de los estadounidenses adultos dicen que beben café para gourmets a diario, es decir, los tipos de café en grano o molido que obtienen prima, el doble exactamente de lo que consumían hace un año. En términos de personas, significa que más de 20 millones de estadounidenses adultos beben ahora café para gourmets todos los días.

Este tamaño del mercado hace que sea posible llevar a cabo una vigorosa comercialización de las distintas variedades de cafés finos, bien sean Guatemala Antigua, el Sunani árabe o el Kona hawaino, ya que los variedades cafeteras de origen único cuentan ahora con un público consumidor en los Estados Unidos bien educado en el asunto y por tanto muy receptivo. Y, lo que es igual de importante, esto es prometedor para los países productores y consumidores a todos los niveles, puesto que establece con bases firmes un mercado consumidor educado y ofrece incentivos económicos a los productores que se centran en la calidad.

En los Estados Unidos, el sector de los cafés finos comprende bebidas hechas de cafés finos, tales como las basadas en café expreso –latte, espresso, café moca y capuchino-, y también las bebidas de café heladas. Cuando estas otras bebidas de cafés finos se combinan con los cafés para gourmets, el mercado de bebidas de café para gourmets resulta aún más impresio-

nante, ya que significa que el 14 por ciento de los estadounidenses adultos consumen bebidas de café para gourmets a diario, en comparación con el 9 por ciento de hace un año.

Esto se traduce en 29 millones de consumidores diarios. Y alienta también la continua inversión en creación de recetas, ya que la introducción en curso por parte del sector de nuevas bebidas de café ha demostrado que el café tiene los elementos primordiales para satisfacer a una variedad de gustos que no puede ser más amplia.

Buena prueba de ello fueron los resultados recientes que se obtuvieron a raíz de la introducción de bebidas de café helado o congelado hace unos cuantos veranos. En cuatro años, este mercado ha generado más de 8 millones de consumidores semanales y otros 2 millones de consumidores diarios. En vista de la considerable aceptación que lograron entre los consumidores las bebidas de café heladas, se está procediendo al siguiente paso en el desarrollo del mercado, que es de introducir la bebida fría de café embotellado, que puede competir directamente con las bebidas refrescantes como bebida preparada para consumo en los mercados de la oficina y del hogar.

Si se observa el cuadro más general, el volumen total de café que se consumió en los EE.UU. aumentó en la década de 1990, dados los millones de nuevos bebedores de café. A nivel de consumo diario, las tazas por bebedor de café aumentaron de 3,1 a 3,3 tazas por día el pasado año, aunque el índice por habitante se mantuvo igual, en 1,7 tazas por persona y día en 2001.

Los niveles anuales de tueste más recientes ofrecen más pruebas aún del aumento del consumo de café. Por primera vez en 9 años, las actividades de tueste en los Estados Unidos superaron los 18 millones de sacos en 2000.

En la década de 1990, el volumen fluctuó entre 3 y 3,5 tazas por consumidor al día, y el consumo por habitante se mantuvo entre 1,6 y 1,9 tazas al día.

La otra característica principal del consumo de café estadounidense en la década de 1990 fue el espectacular crecimiento del consumo ocasional de café, sobre todo por lo que se refiere a los cafés finos, con respecto a los cuales la relación entre el consumidor ocasional y el diario es de cuatro a uno. Con un mercado de 25 millones de nuevos consumidores que están ahora experimentando con un menú cafetero que les ofrece diversidad, se espera que muchos se conviertan en consumidores diarios tras haber decidido qué café responde mejor a sus gustos.

En general, el hecho de que los cafés finos sean más atractivos para el paladar que para el bolsillo ha cambiado por completo la tendencia a la baja en el consumo que se experimentó en la década de 1980, cuando el centrarse tanto en el precio consiguió disminuir tanto el precio como la calidad del producto y después ahuyentó a los consumidores.

El consumidor ocasional es también el pilar de los establecimientos de café para gourmets, que han ofrecido a los estadounidenses adultos un tipo de lugar totalmente nuevo para el consumo

social de café. Al mismo tiempo, el consumo ocasional ha contribuido a fomentar la ampliación del menú cafetero tanto para los consumidores en el hogar como para los de fuera de la casa.

Es también digno de nota la cuestión del tamaño de la taza de café que se usa en los Estados Unidos; la taza estadounidense ha seguido aumentando más cada década, habiendo pasado, de un promedio de 5 onzas en la década de 1960, a las 8 onzas de hoy en día, si tomamos como base el tamaño oficial que se utiliza en la Food and Drug Administration de los Estados Unidos. Los estudios anuales de la ANC muestran en la actualidad un aumento más vigoroso en el tamaño de la taza; una taza de café de tamaño medio ofrece ahora en los Estados Unidos 9 onzas de café al consumidor diario de café.

El futuro del consumo de café en los EE.UU. se presenta muy positivo, con retos que también abren vías de fuerte crecimiento, a medida que se prepara a ese enorme fondo de consumidores ocasionales para que se transformen en consumidores a diario.