



No poder pagar con tarjeta, uno de los factores que desincentiva el uso del vending

26-02-2019

La Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos (Aneda) ha publicado su último informe sobre el consumo de las máquinas de vending en nuestro país, concluyendo que la facilidad y rapidez de uso es lo más valorado por los usuarios; el no poder pagar con tarjeta, la incertidumbre en la resolución de incidencias y la poca variedad, principales factores que desincentivan el uso de estas máquinas. El 60% de los usuarios del vending son menores de 24 años, con poco tiempo e impulsivos.

España es uno de los mercados más importantes a nivel europeo para la venta automática. En nuestro país hay instaladas más de 366.000 máquinas expendedoras y la facturación del sector asciende a un total de 1.300 millones euros y 2.800 millones de consumos al año. El sector genera, directa e indirectamente, en torno a 30.000 empleos y según datos del Ministerio el Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, el consumo realizado en máquinas vending supone el 2,9% del consumo que realizan los españoles fuera de casa.

Aneda, Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos, ha publicado su último informe sobre el consumo en máquinas de vending en nuestro país con el objetivo de conocer los comportamientos de compra de los consumidores españoles.

Según este estudio, la penetración de uso de las máquinas de vending es más alta entre los consumidores más jóvenes y desciende con la edad. Esto se refleja en el hecho de que mientras que el 60% de los encuestados de menos de 24 años afirma haber usado vending en los últimos seis meses, el porcentaje desciende hasta el 20% cuando se trata de mayores de 55.

Entre los encuestados, al 70% le gusta probar nuevos productos y sabores, el 59% se da caprichos cuando está fuera de casa y el 41% toma algo fuera de casa cuando tiene necesidad, pero no compara precios ni busca promociones. Botellas de agua (69%) y refrescos (55%) son los artículos más consumidos, aunque de forma pormenorizada cada usuario afirma consumir más bebidas calientes que cualquier otra opción disponible (el 41% de las veces que recurre a este tipo de máquinas). Sin embargo, el importe gastado en este caso es menor que cuando se trata de bebidas frías o comidas ya que suele tratarse de productos más económicos.

La falta de tiempo es un factor decisivo a la hora de utilizar una máquina de vending. El 49% de los consumidores afirma no disponer de tiempo suficiente, el 47% principalmente busca rapidez en la compra cuando necesita algún producto de alimentación o bebida y el 21% dice consumir estos productos directamente en la calle, mientras va de un sitio a otro.

Además, Aneda concluye en su informe que existe una relación directa entre el producto escogido y el momento del día. El 70% de las compras se realizan entre horas, especialmente por la mañana (así lo afirma el 37% de los encuestados), cuando los usuarios se decantan principalmente por bebidas calientes. Mientras, las tardes (también entre horas) son el momento escogido por el 32% de los consumidores, que en este caso prefieren otras opciones como los *snacks* dulces y salados.

El consumo en productos vending suele ser un consumo más solitario, con un 59% de los consumidores frente al 41% que suele hacerlo acompañado. En el caso de los jóvenes, este porcentaje se eleva hasta el 50%. La mayoría de los usuarios –un 84%– compró un único producto en su última compra; sin embargo, el informe de Aneda advierte que, a la hora de comprar productos de alimentación, éstos suelen combinarse más con otros productos, mientras que las bebidas tienden a comprarse de forma única.

En cuanto al método de pago, la dificultad para encontrar máquinas de vending que acepten el pago sin efectivo supone que un elevado número de posibles compras no lleguen a realizarse por no llevar el consumidor dinero encima. Un 68% de los encuestados reconoce que en alguna ocasión ha dejado de comprar por no disponer de efectivo en ese momento, lo que concuerda con que un 69% se muestre partidario de que estas máquinas incorporen mecanismos de pago con tarjeta. Por ello, los consumidores aluden a la comodidad que supondría no tener que llevar dinero encima (según el 63%), lo que además ahorraría tener que disponer del importe exacto o suficiente (en base al 60%). En consecuencia, el 64% de los encuestados afirma que compraría con más frecuencia si dispusiera de esta opción.

En este informe de Aneda, elaborado por Aecoc, cabe destacar que los aspectos más valorados por los usuarios de máquinas vending en España son la facilidad y la rapidez, principales incentivos a la hora de recurrir a ellas. Por otra parte, las dudas en cuanto a la relación calidad-precio del producto en cuestión, la poca variedad o falta de oferta, la incertidumbre a la hora de resolver una incidencia y el escaso número de máquinas que aceptan el pago con tarjeta constituyen las principales carencias a mejorar según los consumidores.

Noticias Relacionadas

- El vending cautivo crece un 8% y genera una facturación de 470 millones de euros
- Sanidad de Murcia destierra definitivamente la bollería industrial del vending hospitalario
- Casi el 70% de las personas jóvenes de entre 20 y 29 años utilizan las máquinas de vending
- El Reg. 1169/2011 mejora la seguridad alimentaria y la percepción del vending