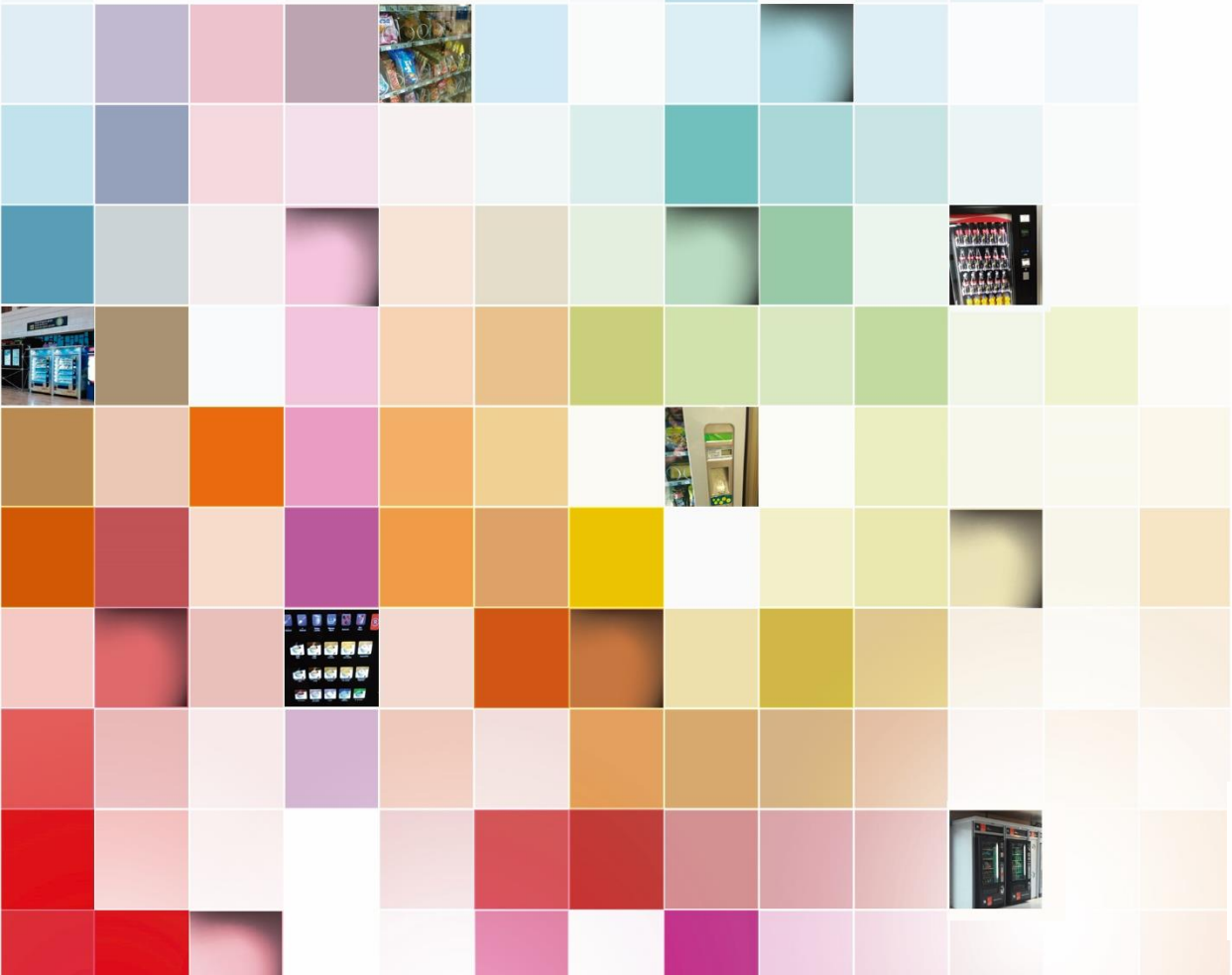
ANEDA
VENDING

COMPORTAMIENTO Y SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR DE MÁQUINAS VENDING



Análisis de la Reputación del Sector Vending

acción mk

CONTENIDO

- La alimentación extradoméstica
- Nivel de Penetración del Vending
- Frecuencia de Utilización
- Razones utilización y no utilización
- Lugares de consumo
- Productos consumidos e interés por otro tipo de productos
- Sensibilidad Precio
- Razones de consumo en el lugar de trabajo

La alimentación extradoméstica

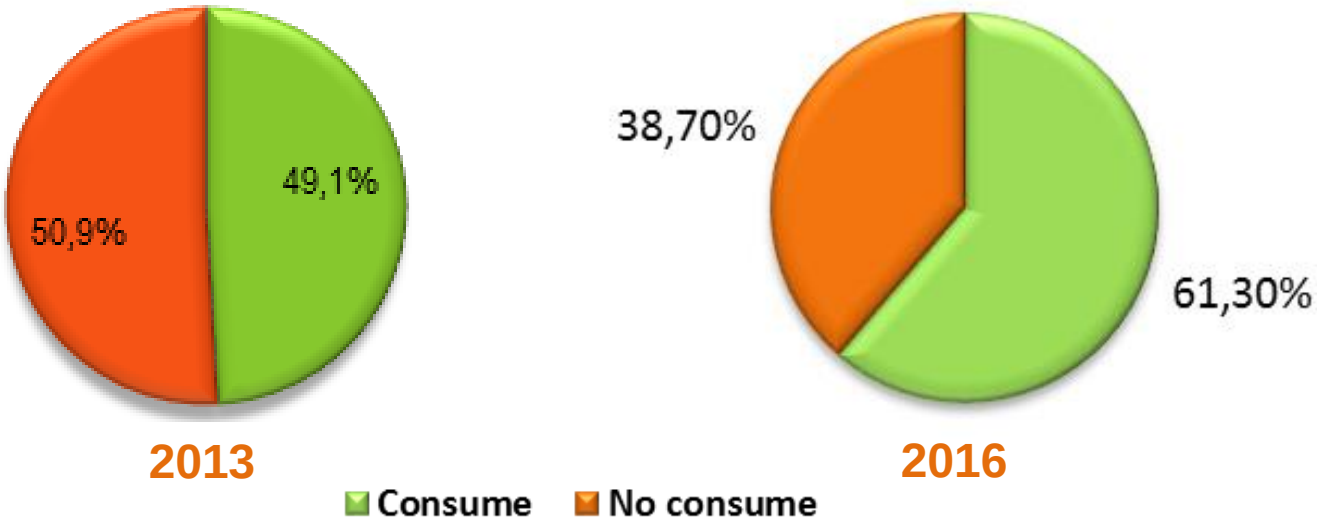
Ilustración 1.6. Evolución del gasto en alimentación fuera del hogar

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

- El gasto en alimentación y bebidas fuera del hogar ha incrementado un 1,2% llegando a los 31.994 millones de Euros.

Nivel de penetración del vending

Ilustración 1.9. **Usuarios de máquinas vending**



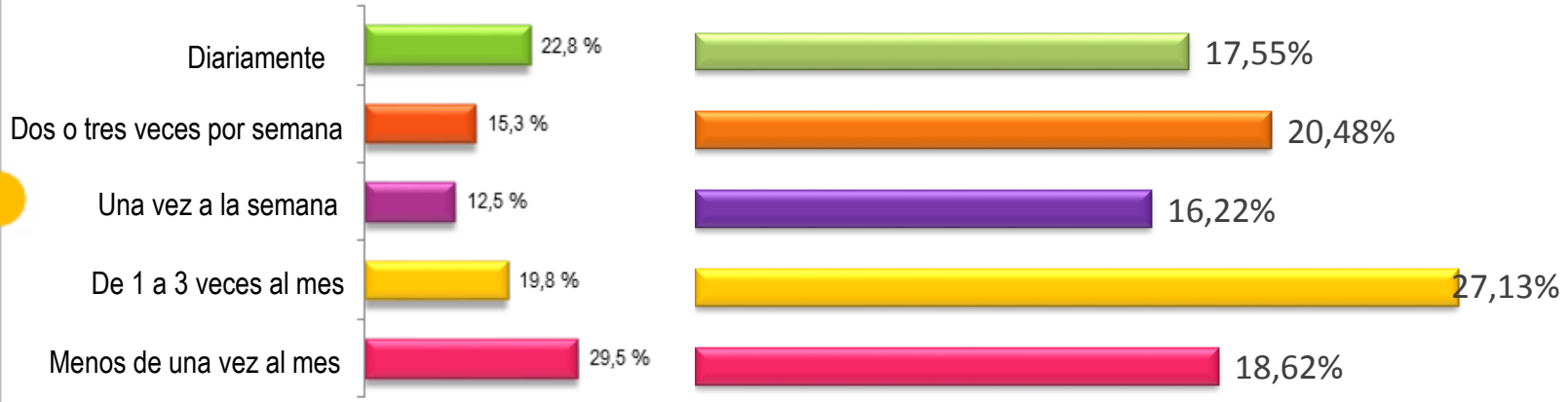
Base: total de la muestra (n=630)

- Incremento del publico consumidor del 49,1% al 61,30%

ANEDA VENDING

Nivel de penetración del vending

Ilustración 1.10. **Frecuencia de utilización de las máquinas vending**

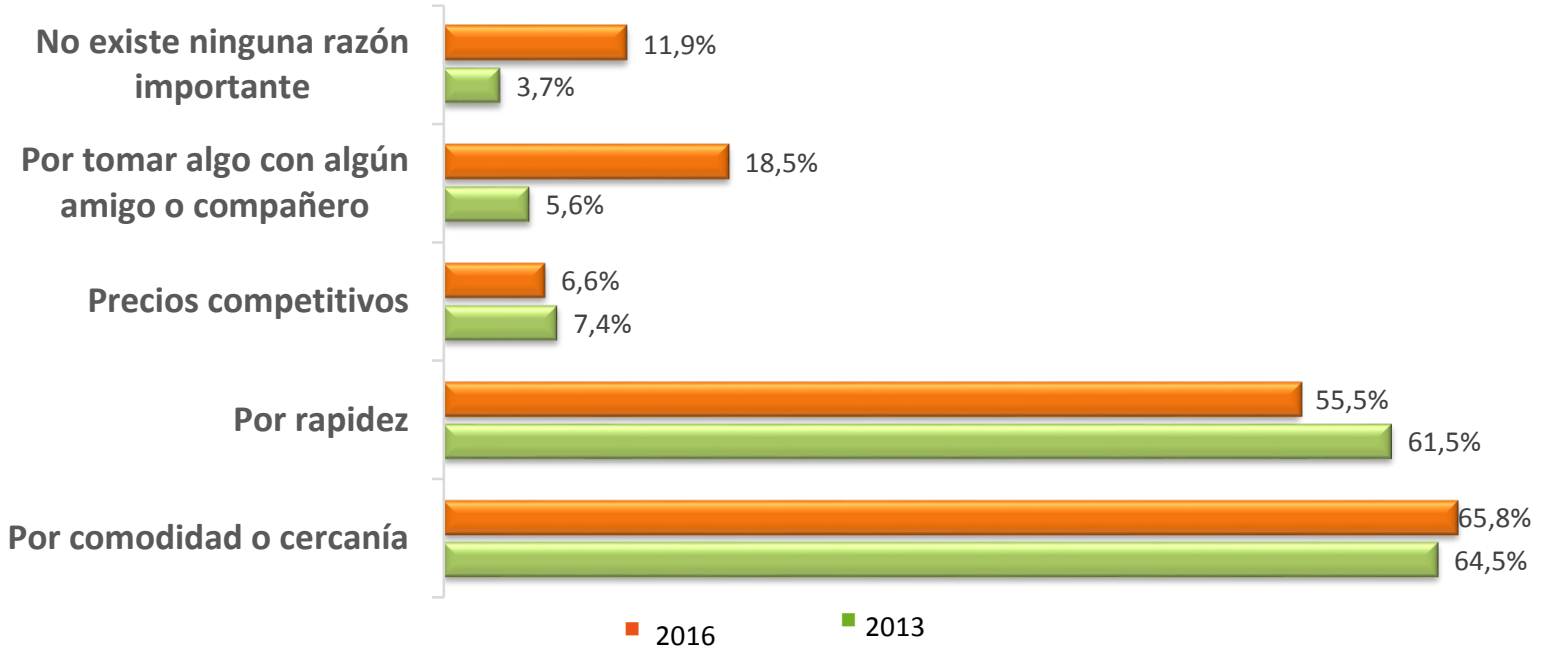


Base: usuarios de máquinas vending (n=366)

- La mayoría de consumidores confiesa comprar productos de máquinas vending de 1 a 3 veces al mes (27.13%), en segundo lugar están las personas que adquieren productos de 2 a 3 veces por semana (20.48%).
- Decremento del publico consumidor a diario del 22,8% al 17,55%

Satisfacción, comportamiento y expectativas del consumidor

Ilustración 1.21. **Razones de consumo de productos en máquinas vending**

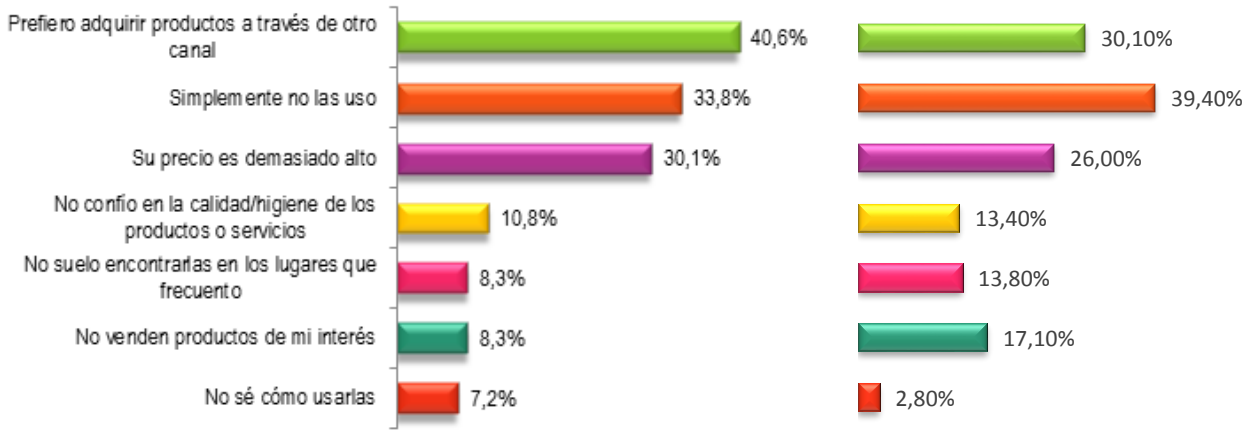


Base: usuarios de máquinas vending al menos una vez al mes (n=321)

- Incremento de las personas que consumen productos por motivos sociales.
- Incremento del publico que consume productos por comodidad o cercanía.

Nivel de penetración del vending

Ilustración 1.14. **Razones para no utilizar las máquinas vending**

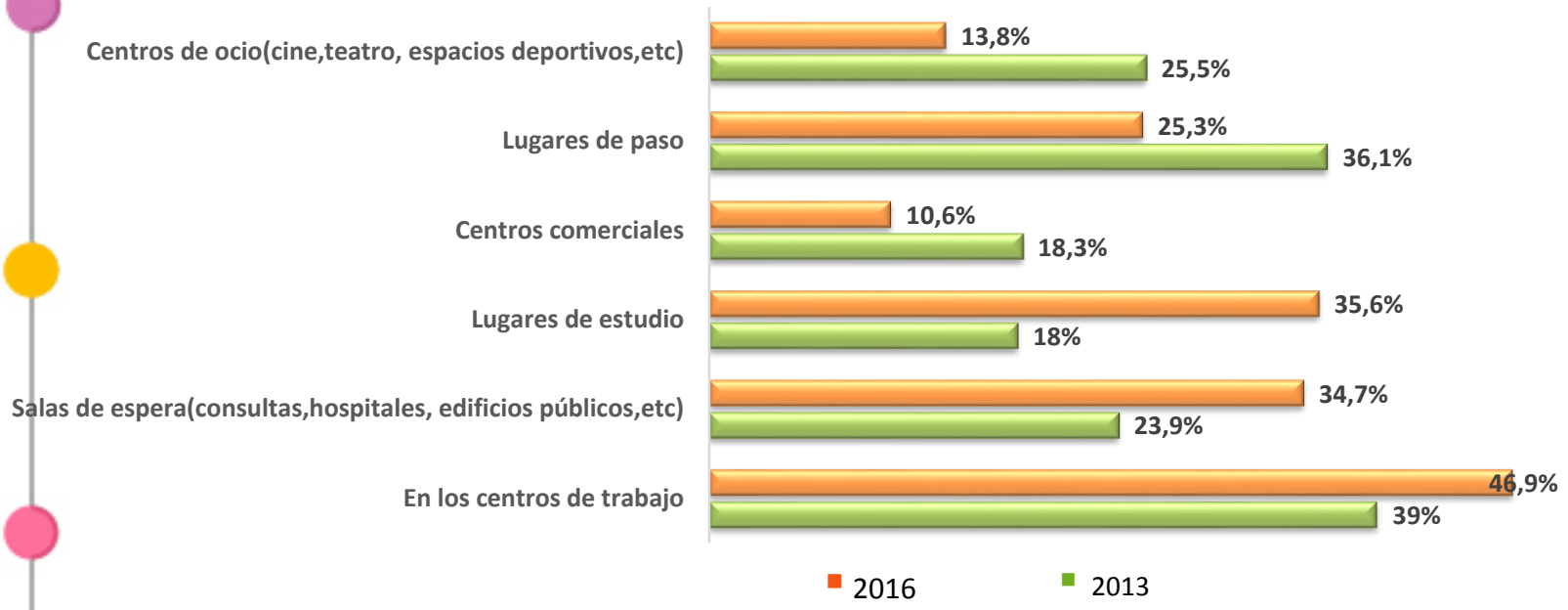


Base: No usuarios de máquinas vending (n=247)

- Decremento del número de no usuarios, que no usan las maquinas porque prefieren otro canal o que piensan que su precio es demasiado alto, así como de aquellos que no saben usarlas..
- Incremento del numero de no usuarios que no las usan por que no confían en la calidad de los productos, o que no encuentran las maquinas en los lugares que frecuentan, o directamente no venden productos de su interés en ellas.

Satisfacción, comportamiento y expectativas del consumidor

Ilustración 1.22. **Lugares de consumo de productos en máquinas vending**

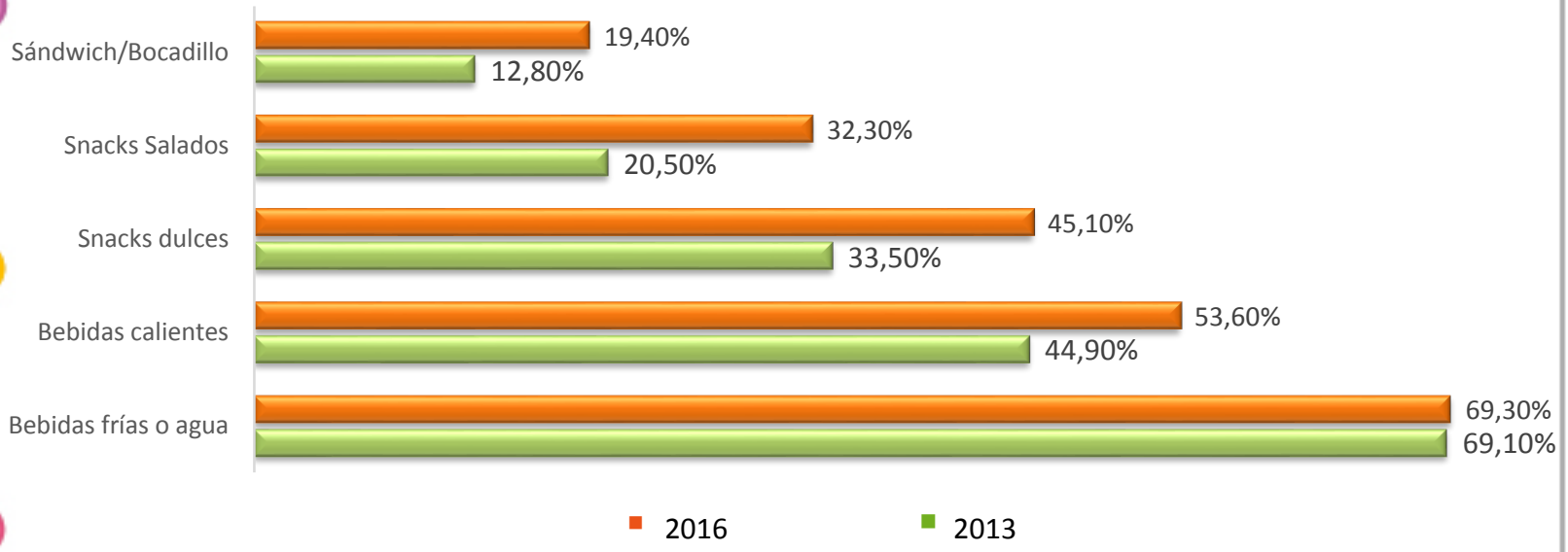


Base: usuarios de máquinas vending al menos una vez al mes (n=307)

- Incremento del número de usuarios consumidores en las centros de trabajo del 39 al 46,9%
- Así como en salas de espera (34,7%) y lugares de estudio (35,6).

Satisfacción, comportamiento y expectativas del consumidor

Ilustración 1.24. **Productos consumidos en las máquinas vending**

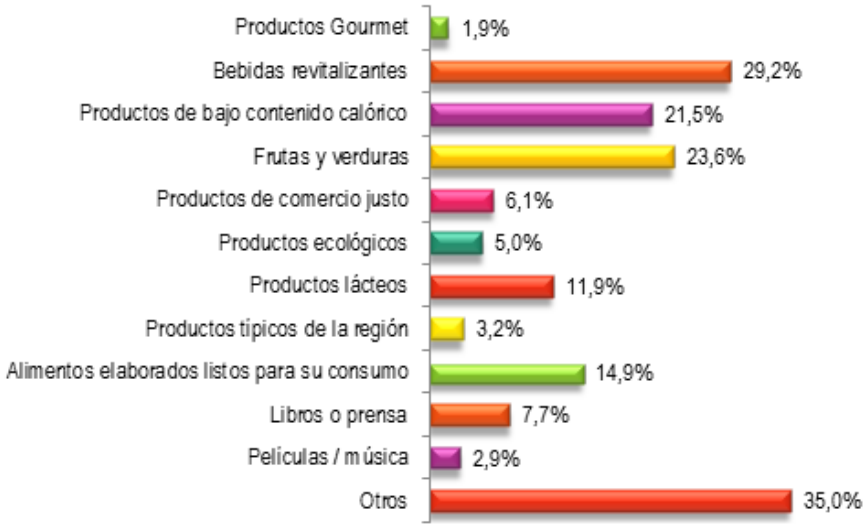


Base: usuarios de máquinas vending al menos una vez al mes (n=377)

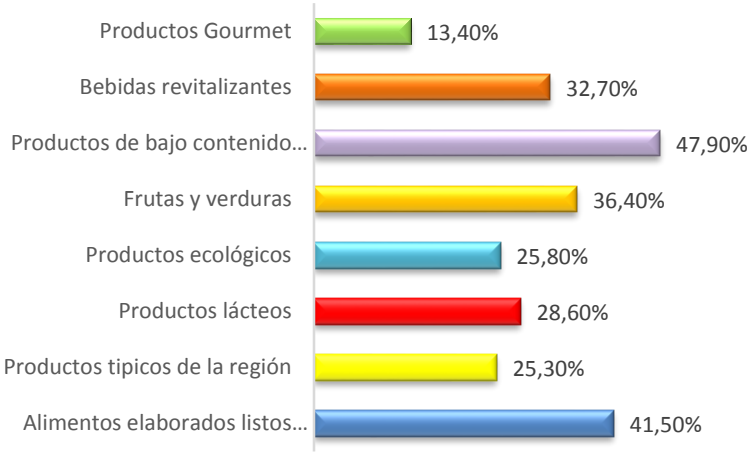
- Incremento del consumo en todas las categorías, destacando el incremento de los Snacks tanto dulces como salados.

Satisfacción, comportamiento y expectativas del consumidor

Ilustración 1.27. **Interés por otro tipo de productos en máquinas vending**



2013



2016

Base: usuarios de máquinas vending al menos una vez al mes (n=307)

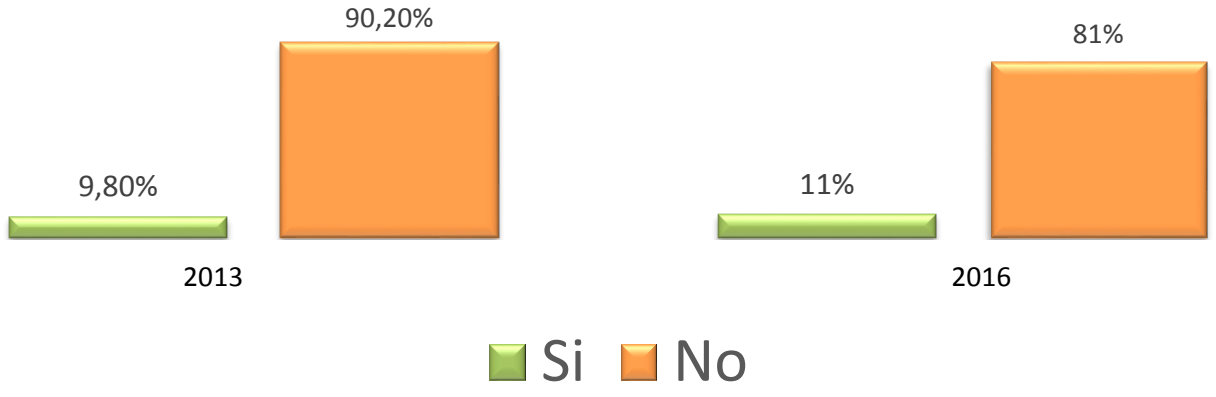
ANEDA VENDING

Satisfacción, comportamiento y expectativas del consumidor

Ilustración 1.35. **Gasto medio por visita en alimentación fuera del hogar**

Base: usuarios de máquinas vending al menos una vez al mes (n=307)

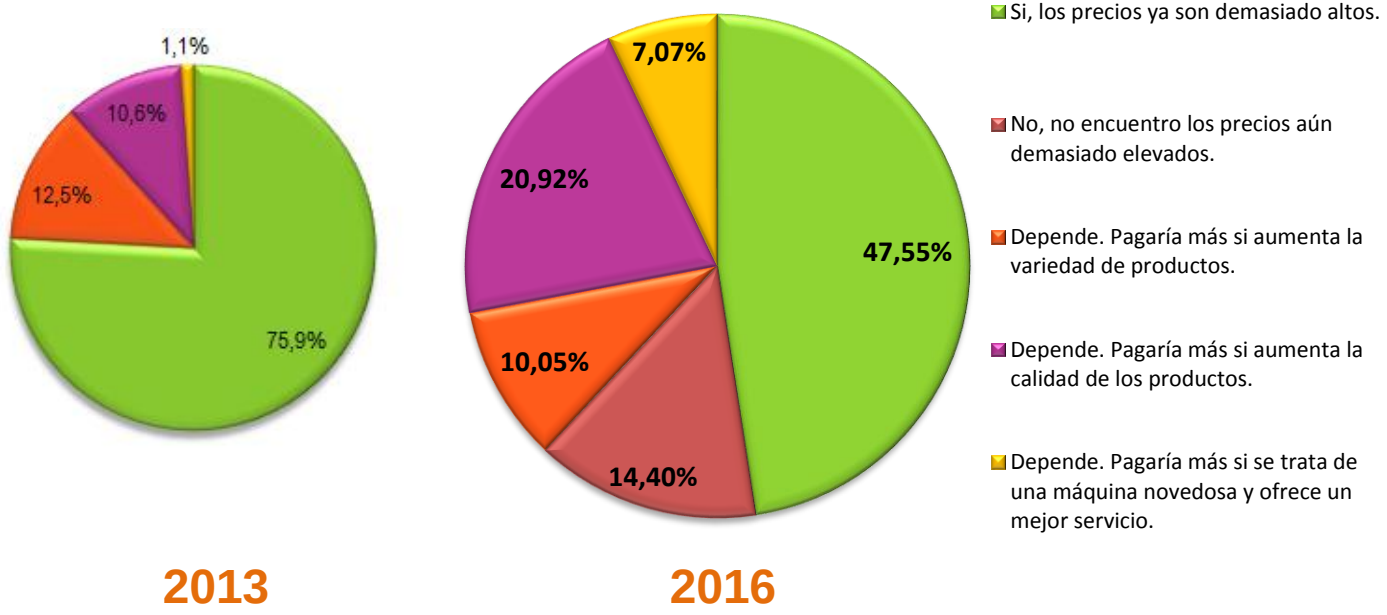
Ilustración 1.36. **Conocimiento de la empresa responsable de la máquina**



acción mk

Sensibilidad al precio

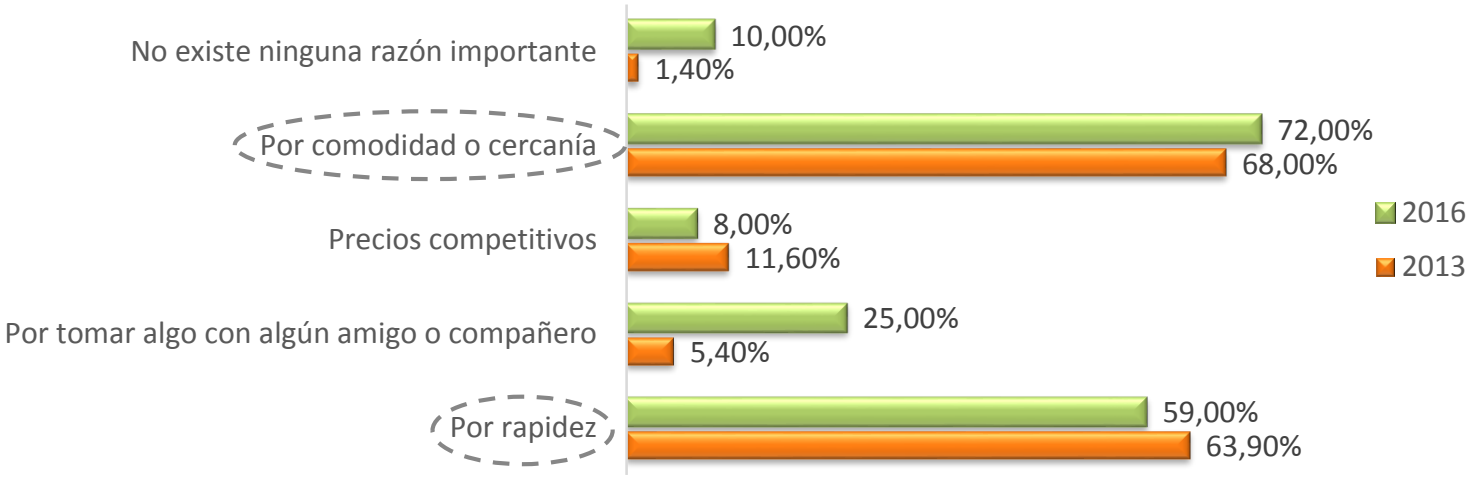
Ilustración 1.37. **Sensibilidad al precio en la distribución automática**



Base: usuarios de máquinas vending al menos una vez al mes (n=368)

La satisfacción del consumidor en el lugar de trabajo

Ilustración 1.39. **Razones de consumo en el lugar de trabajo**



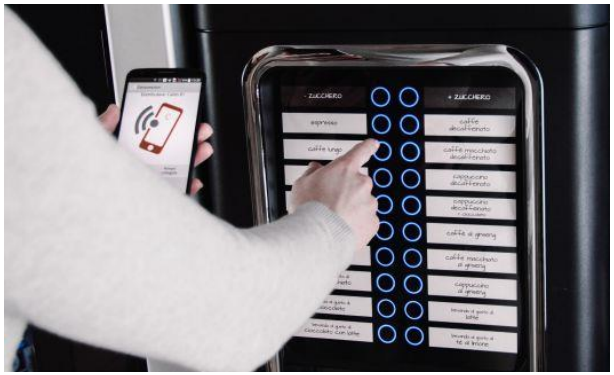
Base: usuarios de máquinas vending al menos una vez al mes (n=150)

Tendencias del sector

Nuevas formas de pago

El consumidor apuesta por nuevas formas de pago como son las tarjetas virtuales, los medios **contactless** (ya sea por tarjeta o móvil), las aplicaciones móviles. Siendo **Pay-Pal** la más usada entre las nuevas tecnologías.

Así mismo una de las principales demandas de los consumidores y que expresan sus motivos de insatisfacción es la falta de alternativas de pago, con el 23.80% de las respuestas por aparte de los usuarios.



El presente estudio de mercado "El comportamiento y satisfacción del consumidor de máquinas vending" ha sido realizado por Acción Mk para la Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos, ANEDA.