

“Somos más caros porque nos dedicamos sólo a esto. Tenemos más diseño, más tecnologías, ofrecemos más”

Innovación, precisión, calidad, fiabilidad, sostenibilidad y servicio técnico son los marcadores característicos del ADN de Jura. Esta empresa suiza se centra en las máquinas automáticas para especialidades de café, marcando así su posición exclusiva en el mercado como especialista.



Las máquinas automáticas de Jura se definen por garantizar el mejor resultado de café, un manejo aún más sencillo y un diseño excepcional. Hablamos con **Miguel Arias**, Country Manager de Jura España, quien nos habla del segmento de las cafeteras superautomáticas en España y a nivel internacional. “Se trata de un producto que, si bien en Alemania, Polonia, Francia, Bélgica, Holanda, es entre comillas más normal; aquí en España se trata de un nicho de mercado. Hace años se hablaba en Alemania de

un mercado de cerca de 800.000 unidades, debe de estar ahora cerca de las 900.000, y en España unas 20.000 el año pasado. En 2007, que fue el momento más alto, se vendieron unas 30.000 y luego cayó en picado, y a partir de 2011 se empezó a subir poco a poco. El 80-85% del mercado son máquinas de menos de 500 euros. El número uno es De'Longhi, después Philips-Saeco, Krups y luego Jura. Estamos, a nivel de facturación en el tercer puesto, y a nivel de ventas los cuartos o quintos, porque nuestro producto es de precio elevado”.

Canal electro

Al tratarse de un producto de alto precio y que hace necesaria una recomendación con un alto valor añadido, podemos decir que, debido a la situación económica que ha atravesado el país, se ha mantenido alejado de la mayor parte de tiendas del canal electro. De hecho, tal y como nos comenta Arias *"básicamente es un mercado que se encuentra en Media Markt, El Corte Inglés, una selección de tiendas y online"*. Sin embargo, en el último año, comienzan a recuperar clientes pequeños, especialmente por la zona de Girona, Alicante y Valencia. *"Vamos directamente a las tiendas"* explica el Country Manager, *"hablamos con el propietario de la tienda, establecemos unas condiciones de implantación, colocamos el mueble, hacemos una formación... esa es nuestra manera de trabajar. No es normal*

que una tienda pueda tener en exposición tres o cuatro modelos de nuestras máquinas, lo habitual es tener un par de modelos que utilizan para vender otros modelos diferentes, porque les sirven a los vendedores de muestra del diseño, y para explicar que hay otra máquina que realiza funciones añadidas, con otros colores, etc. Es importante tener una máquina en demostración, para hacer un café, enseñar cómo funciona, esa es nuestra filosofía".

Desde su perspectiva, para que en el canal de electrodomésticos se animase más la venta de esta categoría de producto, sería necesario que el líder del mercado, (en este caso De'Longhi), haga algún tipo de publicidad, porque es al que le toca abrir este campo. *"Nosotros no podemos tirar del carro. El líder está en más tiendas, tiene más implantación y vende más máquinas, eso le vendría bien a él y a todo el mercado"*.

Crecimiento

El año pasado Jura España creció, aunque por debajo de las expectativas de la central en Suiza, que les puso el objetivo de crecer un 30%, que resultó excesivo. Tal y como nos explica Arias, *"este año nos han vuelto a poner un objetivo similar, y sí lo hemos superado, estamos creciendo por encima de esa cifra, y nos está ayudando el hecho de que estamos vendiendo más en Media Markt, El Corte Inglés, Amazon, online por nuestra cuenta, y también a profesionales. En la división profesional tenemos máquinas para empresas y para pequeños restaurantes, para servir 30-40 cafés al día. Contamos con uno o dos restaurantes con estrella Michelin que tienen nuestras máquinas, y ese es el concepto: café en grano acabado de moler, de calidad, y con la posibilidad de utilizar cafés especiales"*. Recientemente la compañía ha presentado algunas novedades, tanto en el área doméstica como en la profesional, basándose siempre en los mismos principios. *"Como nosotros solo nos dedicamos a hacer máquinas de café, somos una empresa que tiene tres ejes básicos: en primer lugar obtener el mejor resultado de café, y para eso utilizamos diferentes tecnologías; segundo, el hecho de que como las nuestras son máquinas automáticas, y requieren un mantenimiento, unas programaciones y unos ajustes, queremos que sean las más fáciles de mantener y de funcionar en el día a día; y finalmente cuidamos mucho el tema del diseño"*.

El año que viene presentarán novedades de máquinas que incorporan todos estos conceptos, que aportan diseño, como por ejemplo



MIGUEL ARIAS

una máquina que de forma cilíndrica, más estrecha, con depósito circular, pantalla TFT, todas las últimas prestaciones... Innovan también en cuanto a diseño, *"esto es algo muy importante en algunos mercados por ejemplo, como el alemán, en el que hablamos de cifras como 150.000 máquinas Jura al año, mercados maduros que tienen que tener nuevos productos. En España no somos un mercado maduro"*, expone Arias.

Tecnología puntera

Entre las tecnologías que les permiten hacer el mejor café, se encuentra por ejemplo su novedad mundial P.E.P, un proceso de extracción por pulsos con el que cuentan en exclusiva en la compañía. *"Es un concepto que se basa en que el tiempo de extracción de una máquina automática y de una máquina espresso es*

diferente. Una máquina de bar tarda más tiempo en hacer la extracción y eso se nota, junto con variables de presión y de molido del café. Para conseguir la misma calidad que una máquina de bar, hemos desarrollado este proceso, que cuando hace la extracción del café, en lugar de por un chorro continuo, va por micropulsos, aumentando el tiempo, permitiendo que incluso especialidades de café cortas como el ristretto y el espresso sean preparadas con una intensidad y amplitud de aromas como nunca antes". También han lanzado el molinillo Aroma^{G3}. Lo importante es que al moler el café, el resultado sea homogéneo, que todo esté en el mismo calibre. Hace algunos años lanzaron el Aroma Plus, un molinillo que conseguía un resultado uniforme, en la mitad de tiempo y con la mitad de ruido. Pero se dieron cuenta que siempre quedaba algo de café dentro del molinillo, y al contacto con el oxígeno iba perdiendo aroma. El molinillo Aroma^{G3} muele de manera muy homogénea, y cuenta con un compartimento más pequeño, con lo que han conseguido un 60% menos de restos de café, de modo que el primer café que se toma al día siguiente es como el segundo, está acabado de moler.

Todas estas tecnologías están dirigidas a obtener el mejor resultado en cada taza de café, y como concluye Arias *"esas son las diferencias con respecto a otros fabricantes. Nosotros somos más caros porque nos dedicamos solo a esto, tenemos más diseño, más tecnologías, ofrecemos más"*. ▶

