

Época de bonanza para los frigoríficos

Las ventas de frigoríficos van por el buen camino en este 2018. A sólo unos meses para cerrar el ejercicio, salvo un desastre antológico, todo hace indicar que los frigoríficos cerrarán el año con cifras de crecimiento muy positivas.



>> *Dake*

Buenos resultados para las ventas de frigoríficos. Según los últimos datos de la Asociación Nacional de Fabricantes e Importadores Electrodomésticos (Anfel) 2018 está siendo un año extraordinario y las cifras así lo reflejan. Los últimos datos disponibles pertenecientes al acumulado de enero a agosto del presente año presentan crecimientos en casi la totalidad de las clases de frigoríficos. Los mejor parados han sido los side by side que han visto crecer sus ventas como la espuma alcanzando casi un 30% de crecimiento. Los de dos puertas tampoco abandonan los crecimientos de dos dígitos, (20,18%) al igual que los frigoríficos de una puerta (15,44%). Los únicos que han experimentado una caída en sus ventas son los combis que han decrecido un 2,13%.

Cocina del futuro

Según se observa de las conclusiones extraídas el último Informe Sectorial de la Economía Española 2017, elaborado por CESCE, la cocina está recuperando el importante papel que tuvo años atrás, y está pasando a ser una de las estancias principales del hogar, con una actividad intensa. Por ello, se tiene cada vez más en cuenta su diseño y funcionalidad a la hora de construir las nuevas viviendas, como estancia reina de la casa.

Los avances tecnológicos están marcando el desarrollo de los

nuevos electrodomésticos y el uso que hacemos de ellos, por lo que, al pensar en la cocina del futuro, es inevitable no olvidar dos conceptos: conectividad y electrodomésticos inteligentes. La mayoría de los usuarios se adaptan o se adaptarán con gran facilidad a estos cambios tecnológicos, por lo que la introducción de estos avances no será complicada y facilitará a los consumidores un mayor control de las actividades que se realicen en esta estancia. Los llamados electrodomésticos inteligentes permitirán, conectados a internet, realizar las labores que se desempeñan en la cocina con un mayor control sobre ellas, pudiendo programar, configurar, apagar y encender cada aparato, entre otras muchas posibilidades. La cocina se convertirá en un espacio hiperconectado que simplificará nuestras tareas del hogar, decidiendo en qué momento se realizará cada una de ellas.

La conectividad posibilitará el control del hogar desde cualquier lugar con conexión a internet a través de los distintos dispositivos móviles. El trabajo de innovación y desarrollo que han realizado y realizan los fabricantes en los últimos tiempos ya está dando sus frutos.

Conectividad

Los nuevos electrodomésticos inteligentes tendrán dos características esenciales: eficiencia

Las ventas de frigoríficos han crecido un 4,85% de enero a agosto de este año

energética y conectividad. La sociedad de nuestros días se caracteriza por la permanente conectividad, estrechamente ligada a la tecnología, y la innovación tecnológica atraviesa todas las ramas industriales, lo que convierte en fundamental la innovación y el desarrollo en cualquier rama productiva. El sector de electrodomésticos siempre ha tenido una estructura y un funcionamiento muy tradicional, de modo que tiene que hacer un esfuerzo para implementar toda la vertiente tecnológica.

Según un estudio de Idealo los españoles buscan electrodomésticos que cuenten con una etiqueta de eficiencia energética A o superior. De hecho, el aumento de este tipo de electrodomésticos de menor gasto energético ha aumentado en un 6,76% con respecto al año anterior. Este aumento de demanda se ha visto sobre todo impulsado por las campanas extractoras y las neveras, que han visto cómo la demanda de productos con etiqueta de eficiencia A, A+, A++ o A+++ se ha incrementado en más de un 20% en ambos casos. A pesar de ello, según se desprende de los datos de Idealo, en España aún nos queda mucho camino por recorrer en comparación al resto de países europeos. Por ejemplo, a la hora de estudiar la demanda de electrodomésticos con certificación A+++ (la de mayor ahorro energético), España ocupa la cuarta posición con un 18,6%, por detrás de Alemania, Austria e Italia. En el caso de los electrodomésticos A++ los españoles ocupan la tercera plaza, de nuevo detrás de Austria, Italia y Alemania. El caso de los electrodomésticos A+ y A es similar, ya que España de nuevo ocupa la cuarta y tercera posición respectivamente. Por otro lado, la llegada del comercio electrónico ha transformado todos los sectores, tanto en los canales de venta como en

Evolución de las ventas de los electrodomésticos de frío (Unidades) 2018

	Mes Agosto	Acumulado Enero - Agosto
Frigoríficos 1 puerta	11,67%	15,44%
Frigoríficos 2 puertas	34,44%	20,18%
Side by Side	23,22%	+29,44%
Combinados	2,16%	-2,13%
Total Frigoríficos	+10,14%	+4,85%

Fuente: Anfel Elaboración: IM Cocinas y Baños

FRIGORÍFICOS

la relación con el consumidor, en un proceso imparable que se dirige hacia la omnicanalidad, teniendo en cuenta que los propios clientes se ha adaptado mucho más rápidamente que los comercios de distribución a este nuevo medio. Aumentar la presencia y la cuota de mercado en el comercio electrónico debe ser una prioridad de la distribución, que no pueden quedarse atrás en un camino que la sociedad de consumo ya inició hace tiempo.

Consumo

Atendiendo a los datos que nos ofrece el Observatorio Cetelem del Consumo en España 2017, que analiza las tendencias de compra de los consumidores españoles, la preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad es una de las variables que afecta de manera más considerable a la compra de electrodomésticos, siendo la clasificación energética un reclamo para el consumidor consciente y comprometido.

A la pregunta de qué productos ecológicos o sostenibles han adquirido en los últimos 12 meses, un 33% de los encuestados respondieron que electrodomésticos clase A++, solo por detrás del 36% que compraron como primera opción frutas y verduras ecológicas, lo que nos da una pista del nivel de concienciación de una gran parte de los consumidores sobre el ahorro energético.

La categoría de electrodomésticos/tecnología también obtiene buena puntuación en cuanto a bien o servicio para cuya adquisición los compradores solicitarían un crédito. El 32% (un 10% más que en 2016) estarían dispuestos a pedirlo. Sin embargo, otro dato interesante y no tan positivo es que apenas el 9% de consumidores (la misma cantidad que el año pasado) tienen una tarjeta de fidelización en establecimientos del sector. Es de destacar, de todas formas,

que en los datos del Observatorio Mensual del Consumo de Cetelem, correspondientes a marzo de 2018, se recoge la manifestación de un moderado pesimismo por parte de los consumidores respecto a su situación personal y la del país, y lo que es más relevante de cara al consumo, una significativa caída de la intención de ahorro para los próximos meses, algo que puede repercutir en los resultados finales del ejercicio. Solo cabe seguir trabajando, optimizando recursos e innovando, para realizar la mejor gestión que proteja a los fabricantes de los vaivenes del mercado, y para fidelizar a un consumidor que busca calidad, eficacia y confianza en unos electrodomésticos que le acompañan, haciendo su vida más sencilla día tras día.

Distribución

Nos centraremos ahora en la cuota de mercado en función de los distintos canales de distribución, y es que aunque las categorías más tecnológicas, que ya han nacido con el nuevo siglo, tienden a venderse cada vez más en otros canales sintonizados especialmente con la gente joven, hasta el punto de que la compra online se impone en las categorías más nuevas, la Línea Blanca continúa siendo de los canales tradicionales.

Un buen asesoramiento, una decisión meditada e informada, el hecho de poder ver y tocar el producto de primera mano, probarlo...son factores determinantes a la hora de hacer una inversión que en muchos casos no es nada desdeñable; y es precisamente por ese conocimiento y mimo del consumidor por el que deben apostar los establecimientos que quieren ganarle la partida a las grandes superficies y desterrar las ventajas de la compra online.

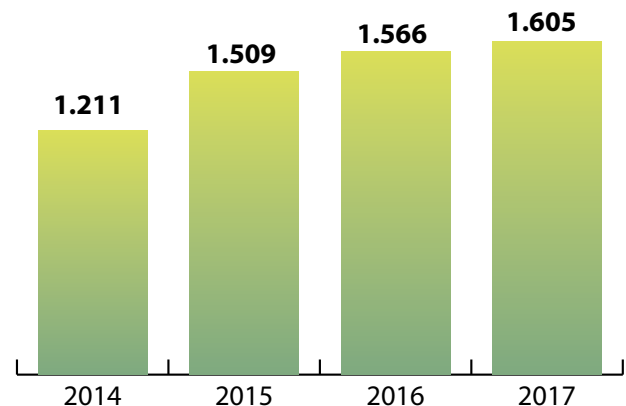
En esta situación, los Grupos de Compra siguen a la cabeza del ranking en lo que a cuota

Cada vez más los usuarios demandan electrodomésticos más eficientes y tecnológicamente avanzados

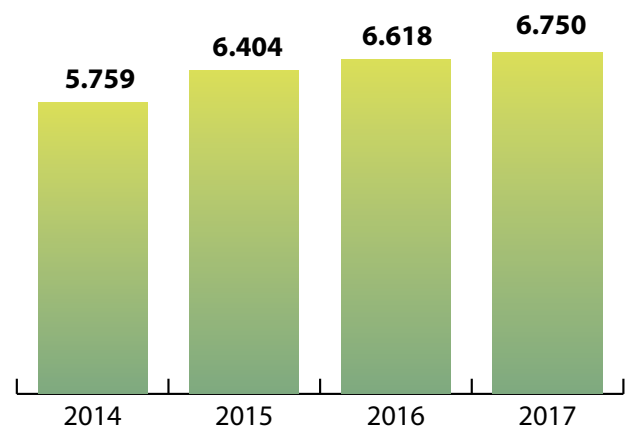
de mercado se refiere, con un 38% de las ventas; seguidos de las Cadenas y Multiespecialistas (25%) y las Grandes Superficies Generalistas (24%). De lejos se reparten el 13% restante los Especialistas de Cocina y los Independientes. ■



MERCADO ESPAÑOL DE LÍNEA BLANCA 2014-2017
FACTURACIÓN MILLONES DE EUROS



MERCADO ESPAÑOL DE LÍNEA BLANCA 2014-2017
MILLONES DE UNIDADES



Fuente: Anfel Elaboración: IM Cocinas y Baños