

Tecnología del futuro para la vida cotidiana



La innovación, el diseño, y el esfuerzo de los fabricantes por ofrecer más y mejores prestaciones, que hagan más fácil la vida de sus usuarios, han definido al segmento del lavado en el pasado ejercicio. Una carrera de fondo que se salda con un crecimiento estable y sostenido.

El mercado español de Línea Blanca continuó creciendo en 2018, según las previsiones, y lo hizo nada menos que un 6,5% en valor, hasta alcanzar los 1.709 millones de euros; y un 5% en unidades con respecto al ejercicio 2017. La categoría, que sigue llevando el gran peso de todo el Hipersector Electrohogar, no ha dejado de crecer en los últimos años de la mano de la innovación y la tecnología. Analizamos ahora los diferentes productos que, dentro de la Línea Blanca conforman la categoría de lavado. Los últimos datos de los que disponemos, que corresponden al ejercicio 2017, observamos un ligero crecimiento en la venta de lavadoras en cuanto a unidades, hasta alcanzar 1.715.700, lo que supone un aumento del 1%. Si nos fijamos ahora en las secadoras, la cifra descendió ligeramente, un 2,44% con respecto a 2016. Y en el caso de los lavavajillas volvemos a apreciar un crecimiento, en este caso más notable que el de las lavadoras, que casi alcanza el 5% hasta las 713.100 unidades vendidas en 2017.

Última generación

Hoy en día la innovación en electrodomésticos de Gama Blanca se encuentra a unos altísimos niveles de desarrollo. Los más avanzados consiguen resultados perfectos, con la mayor eficiencia y una utilización más sencilla, que facilita la vida a los consumidores, además de permitirles incorporar al hogar electrodomésticos de vanguardia con el más cuidado diseño. La conectividad y la tecnología incorporadas

a los electrodomésticos nos hacen estar cada vez más cerca en el presente de ese "hogar inteligente" del futuro.

En toda la gama de lavado (lavadoras, secadoras y lavavajillas) se observa esta innovación a la máxima potencia, facilitando al máximo el uso, automatizando funciones y permitiendo obtener los mejores resultados con el mínimo esfuerzo. La eficiencia es hoy en día una prioridad absoluta para los fabricantes, que conocen las necesidades del consumidor. Los grandes cambios tecnológicos afectan a todas las gamas de producto en mayor o menor medida. Por ello, los electrodomésticos son cada vez más automáticos y con un uso más intuitivo y flexible, facilitando el día a día de los consumidores.

Algunas lavadoras detectan con precisión la cantidad de ropa que hay dentro del tambor y ajustan el lavado al nivel de suciedad

Lavado y secado

La lavadora es un equipamiento esencial en toda vivienda. Cada año, los fabricantes traen al mercado nuevos aparatos que intentan mejorar sus prestaciones. Y las secadoras no le van a la zaga, ya que este tipo de aparatos han mejorado muchísimo sus prestaciones en los últimos años, incluyendo su clasificación

energética. Presentamos algunas de las últimas innovaciones en la categoría:

- *Inicio fácil y autoprogramación.* La opción de inicio fácil hace que la aplicación escoja por sí sola el programa, y es la función idónea para asegurar unos resultados de lavado y secado perfectos. Tan sólo hay que señalar el tipo de prenda, color, material, grado de suciedad y la preferencia personal: ahorro de tiempo, energía, planchado rápido, etc.

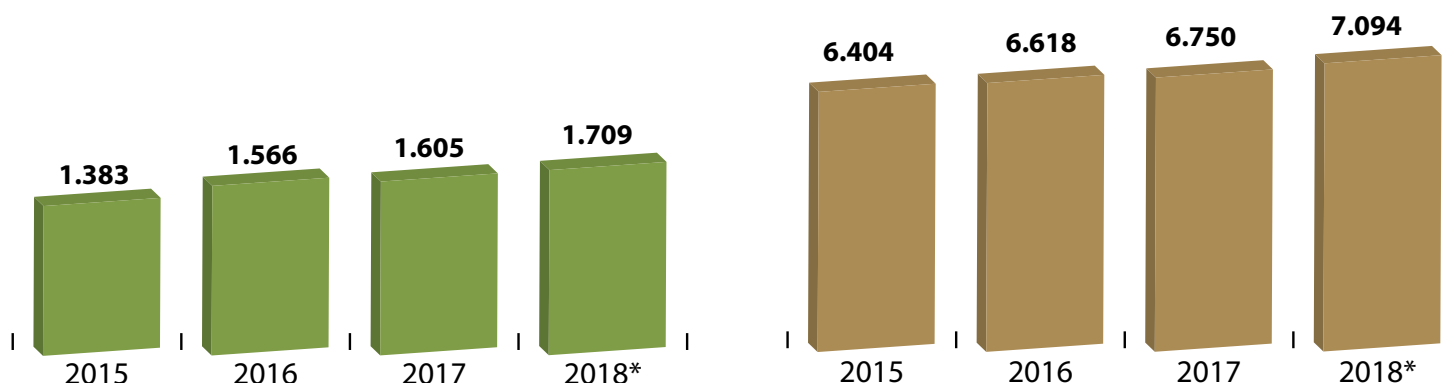
- *Máximo cuidado y eficiencia.* Otros modelos detectan con precisión la cantidad de ropa que hay dentro del tambor y ajustan el lavado al nivel de suciedad. La eficiencia, tanto en consumo como con el propio cuidado de las prendas, es fundamental. Los consumidores buscan cuidar al máximo sus prendas. Y a la vez, que los productos que ofrece el mercado sean respetuosos con el medio ambiente y eficientes en consumo. En secadoras, ya se ahorra gracias al secado por condensación natural. También se han desarrollado lavadoras y secadoras con eficiencia energética A+++.

- *Funciones especiales.* Los fabricantes han desarrollado tecnología que mantiene la ropa fresca durante seis horas, haciendo que no sea imprescindible tender inmediatamente después de que termine de lavar, gracias a un novedoso sistema, que combina el movimiento del tambor con vapor, moviendo periódicamente la ropa, con lo que evita que proliferen bacterias y malos olores. De este modo, además del ahorro que supone no tener que volver al momento, supone un ahorro de tiempo para el consumidor y la

MERCADO ESPAÑOL DE LÍNEA BLANCA 2015-2018

• Facturación (millones de euros)

• Millones de unidades

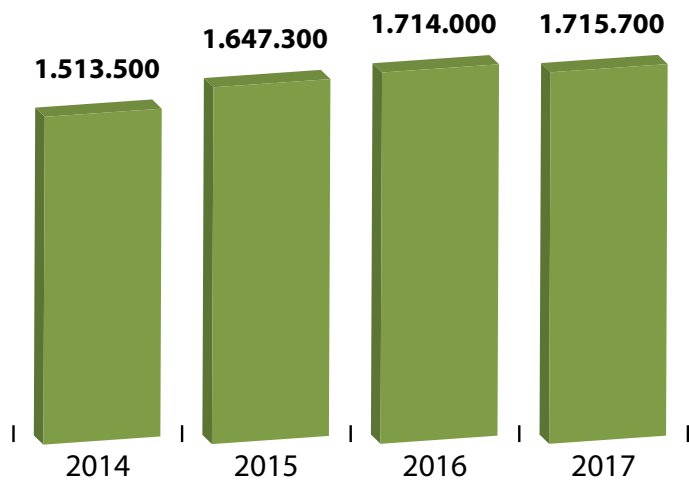


Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

*Previsión

VENTAS DE LAVADORAS. UNIDADES. 2014-2017

• Unidades



comodidad de no tener que estar pendiente del fin del ciclo de lavado.

- *Máxima capacidad.* En el mercado encontramos lavadoras con capacidad de hasta 10 kg, así como secadoras que admiten hasta 9 kg, permitiendo hacer coladas más grandes y, por tanto, aumentando la eficiencia.

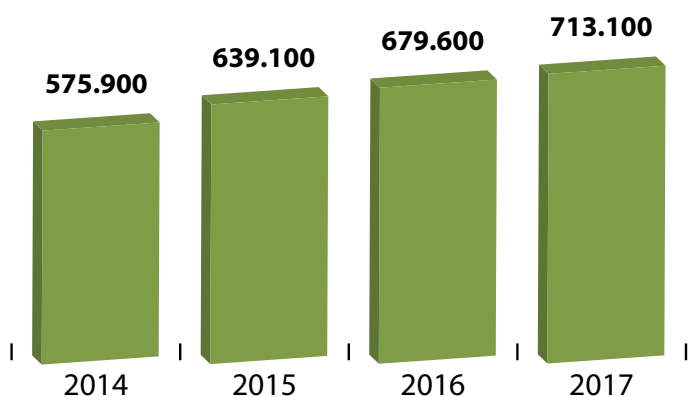
- *Control digital y display.* Se tiende a digitalizar los controles. Yendo un paso más allá, cada vez hay más modelos que incorporan pantallas para facilitar su uso. Las lavadoras y secadoras más innovadoras tienen display de 5 pulgadas, con un manejo tan intuitivo como el de un smartphone.

- *Puertas grandes y smart.* La tendencia apunta hacia equipos con puertas de mayor tamaño, que facilitan la carga y descarga. Además, las puertas se vuelven inteligentes. En los nuevos modelos de lavadoras y secadoras sólo hace falta pulsar un botón para abrir la puerta.

- *Acero, color y personalización.* Sigue imponiéndose el acabado en acero inoxidable, pero también crece la tendencia hacia una paleta de colores más amplia, incluso personalizable, porque la gente demanda exclusividad.

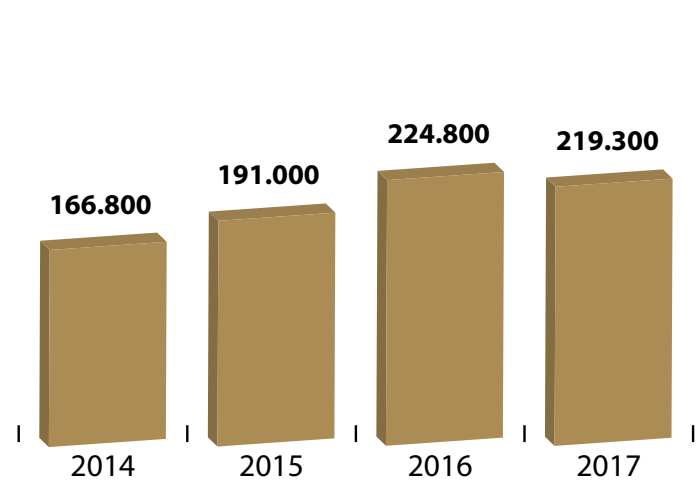
VENTAS DE LAVAVAJILLAS. UNIDADES. 2014-2017

• Unidades



VENTAS DE SECADORAS. UNIDADES. 2014-2017

• Unidades



- *Fácil planchado.* Los programas de vapor ayudan a reducir las arrugas de la ropa y, en consecuencia, el tiempo y esfuerzo en el planchado. Además, las tecnologías que filtran el agua antes de entrar en el tambor eliminan las impurezas y maximizan los resultados de lavado, ofreciendo un tratamiento más delicado a las prendas, con el objetivo de mantenerlas como nuevas durante más tiempo. Asimismo, estos programas aumentan la eficiencia, incluso a la temperatura de lavado más baja.

Lavavajillas

Hace ya bastante tiempo que el lavavajillas dejó de considerarse un artículo de lujo para convertirse en un aparato casi indispensable en los hogares. Este electrodoméstico no sólo nos hace la vida más cómoda, sino que también nos permite aprovechar el tiempo que no gastamos en fregar y, además, nos ayuda a ahorrar agua, pues consume mucho menos que si lavamos a mano. Está demostrado que usar lavavajillas no solo aporta comodidad y ahorro de tiempo, sino que también supone un ahorro de 24 litros de agua al día y casi 50 euros de electricidad al año. A medida que estos equipos han ido penetrando en los hogares, no han dejado de evolucionar, introduciendo continuas mejoras para optimizar la calidad y eficiencia del lavado.

- *Optimización del secado.* Los fabricantes están trabajando en el desarrollo de sistemas de secado que ofrezcan los mejores resultados. En unos casos, esto se concreta en sistemas que abren automáticamente la puerta para que la vajilla termine de secarse de forma natural. En otros casos, las firmas apuestan por sistemas que canalizan la humedad, la condensan y la convierten en agua, que se elimina por el desagüe.

- *Eficiencia.* En el mercado ya hay modelos que han obtenido una calificación energética A+++ . Las nuevas generaciones de lavavajillas llegan a tener consumos muy bajos de agua y energía. Ajustan el tiempo de lavado en función de la carga y del grado de suciedad, logrando adaptar también la temperatura del programa al estado de la vajilla.

- *Ergonomía y comodidad.* Los nuevos lavavajillas incorporan mecanismos que elevan la cesta inferior, reduciendo la flexión y el esfuerzo necesarios para cargar y descargar la vajilla.

- *Silenciosos.* El ruido producido por los lavavajillas es una de

las principales desventajas que encuentran los usuarios. Por eso, los fabricantes están haciendo especial hincapié en mejorar este aspecto. Por ejemplo, con motores más eficientes, duraderos y silenciosos. Gracias a la utilización de estos motores, la electrónica y aislamientos especiales, se consiguen muy bajos niveles de ruido.

- *Programas Auto y Eco.* Los programas automáticos son perfectos para ahorrar, porque se adaptan a la cantidad de vajilla y a la suciedad, consumiendo la mínima cantidad de agua y energía. Los programas Eco resultan muy eficientes para una vajilla con suciedad normal y restos de alimentos poco adheridos. A pesar de ser muy largos, consumen mucho menos porque lavan a una temperatura constante de 50°C. De hecho, el consumo de este programa es el que se mide a la hora de asignar a cada lavavajillas una clase de eficiencia energética.

Nuevo consumidor

Según los datos publicados en el último informe anual realizado por El Observatorio Cetelem, correspondiente al año 2018, se observa un descenso del porcentaje de compradores en prácticamente todos los mercados analizados, excepto en el caso de muebles, electrodomésticos y cocinas. En 2018 se incrementó el gasto en electrodomésticos un 5%. Durante muchos años hemos hablado de la tecnología y la revolución digital como algo que era una tendencia, pero ahora es algo real que se ha implantado de manera total en los hábitos y comportamientos de compra de los españoles. El crecimiento de las generaciones como los millenials implantan la tecnología en sus procesos de compra de una manera natural.

Atendiendo ahora al lugar donde los consumidores compran estos productos, según los datos del Observatorio, el comercio electrónico es protagonista relevante en el consumo español, representando ya las ventas online el 33% de las ventas de electrodomésticos, frente al 25% que compra en Gran Superficie Especializada y el 16% que lo hace en Grandes Almacenes. Pero al margen del tipo de tienda en la que los consumidores españoles prefieran realizar sus compras, lo que está claro es que para que les generen confianza, estas deben tener precios ajustados al mercado (60%), su personal debe ser amable (36%) y llevar varios años presente en el mercado (30%). No debemos pasar por alto el 28% de encuestados que menciona la importancia de que la empresa sea ética y responsable. La imagen de marca con un 23% de menciones es también importante y sobre todo que tenga buena imagen y opiniones buenas en sites y foros de internet que con un 22% de menciones aumenta cinco puntos respecto a 2017.

Asesoramiento

El 62% de los encuestados echa en falta a personal cualificado que le pueda asesorar en las tiendas frente al 58% del año anterior, mostrando un incremento de cuatro puntos porcentuales. Este es un aspecto importante a tener en cuenta por las empresas de distribución ya que se observa una necesidad de asesoramiento por parte de los consumidores que aumenta año tras año según los datos obtenidos por El Observatorio Cetelem. El 67% declara esperar a las rebajas, días sin IVA o similares para realizar las compras importantes, con un incremento de cinco

puntos porcentuales respecto a 2017 y 10 puntos respecto a 2016. Esta información se puede interpretar de varias maneras, pero lo que está claro es que son conscientes de las oportunidades que hoy en día ofrece el comercio y como consumidores mucho más informados y más racionales, deciden aprovechar este tipo de oportunidades. En este sentido son los consumidores más jóvenes (entre 18 y 24 años) los que se posicionan claramente destacando en 11 puntos porcentuales por encima de la media (78%). Respecto a posponer las compras importantes durante más tiempo, el 47% de los encuestados afirma hacerlo frente al 44% del año 2017, lo cual concuerda con lo mencionado anteriormente sobre esperar a épocas de rebajas o días sin IVA para realizar compras importantes.

Por otro lado, la sociedad se dirige hacia un consumo cada vez más responsable, de modo que el 22% de los encuestados dicen tener en cuenta en sus compras siempre, o casi siempre la sostenibilidad y/o la ecología, reduciéndose el número de usuarios que nunca o casi nunca lo han tenido en cuenta.

Si nos centramos en la financiación, el 55% de los encuestados declara considerar la financiación como una alternativa de pago para sus compras. Destacar el incremento del número de consumidores encuestados que solicitaría financiación para sectores como electro/tecnología (33% vs 32% 2017), muebles y complementos (28% vs 26% en 2017), viajes (25% vs 24% en 2017) y sobre todo en telecomunicaciones/dispositivos móviles (21% vs 17% en 2017). ▀

La eficiencia es hoy en día una prioridad absoluta para los fabricantes, que conocen las necesidades del consumidor

