



FOTO: BREVILLE

PAE de cocina

La cocina saludable está de moda

El PAE de cocina quizá no sea tan vistoso como la gama marrón o la tecnología. Y su tique de compra no es tan elevado como el de los productos de línea blanca. Sin embargo, es un baluarte fundamental de la tienda de electrodomésticos. Se trata de una categoría que genera una venta recurrente y que conduce tráfico a la tienda, aumentando las oportunidades de venta de otras familias. Además, la preocupación por los hábitos de vida saludables y el reciente ‘boom’ de los programas de cocina en televisión han despertado el interés del consumidor en este tipo de productos.

El PAE de cocina es todo un clásico en la tienda de electrodomésticos. Cualquier establecimiento que quiera tener una clientela satisfecha sabe que ha de tener un buen surtido de esta familia. Es una categoría ‘de toda la vida’, pero también hay que remarcar que en los últimos tiempos está experimentando un renacer.

Por un lado, el consumidor actual busca productos con más diseño, que no desentonen en sus cocinas. Se trata de aparatos estéticamente más cuidados, ya sea en el clásico color blanco o con acabados más novedosos, como la amplia gama de productos en acero inoxidable o artículos con colores vistosos, para los más atrevidos. Asimismo, además de las gamas de producto más básico, se buscan aparatos más sofisticados, con más y mejores prestaciones, pues la innovación también ha ganado peso en este segmento. Por otra parte, se está experimentando un creciente interés del consumidor por el PAE de cocina, generado a raíz de exitosos programas televisivos. Y también hay que tener en cuenta la irrupción de las cafeteras exprés, especialmente los equipos de cápsulas, que se han ido instalando rápidamente en las cocinas en los últimos años.

Enrique Yeste, Director de Marketing de Jarden Consumer Solutions –que comercializa las marcas Oster, Breville y FoodSaver- para el Sur de Europa y Turquía, indica que el PAE de cocina resulta fundamental para las tiendas de electrodomésticos, porque son productos con una gran rotación en el lineal, que se están innovando constantemente, a una velocidad de vértigo, no sólo en diseño, sino también en funciones y prestaciones. Además, están muy ligados a las modas y las fechas concretas, que es cuando se disparan sus ventas”.

Alodia Tiestos, Category Manager de Preparación de Alimentos de BSH Electrodomésticos España -propietaria de marcas como Bosch o Ufesa-, explica que “con el ‘boom’ de los programas de cocina, hay más ganas de cocinar y de renovar los aparatos de cocina o adquirir nuevos equipos. Esto hace que los usuarios visiten más las tiendas de electrodomésticos para comparar y ver qué opciones hay. Ya no van por necesidad a comprar un pequeño electrodoméstico, sino que lo ven como una opción de compra para regalar, pasa usar en casa, para innovar en el día a día, e incluso para dar rienda suelta a su imaginación. Además, el usuario de hoy en día pasa cada vez más tiempo en casa, e invita a familiares y amigos a comer y a cenar en casa mucho más a menudo. Por eso, se buscan productos versátiles, que permitan cocinar grandes cantidades para este tipo de encuentros y pequeñas cantidades para el día a día”, explica.

Igualmente, desde Jata se indica que “los productos de PAE de cocina tienen muy buena rotación y suponen un continuo goteo de ventas para la tienda. Además, son un regalo perfecto; y no sólo en épocas especiales, gracias al creciente interés por todo lo relacionado con la cocina. El



FOTO: PHILIPS

consumidor ya no sólo se guía por el precio a la hora de escoger un producto u otro. Busca aparatos prácticos, novedosos; y valora muy positivamente la respuesta del fabricante ante cualquier deficiencia”. Y Marc Oliveda, Brand Manager de Electrical Cooking & Food Preparation de Groupe SEB, coincide en que esta gama de productos es importante para la tienda puesto que “generan tráfico y ventas en momentos clave del año”.

Por su parte, Sylvain Hochart, European Sales Manager, Redmond, señala que “el PAE es una de las categorías donde el retailer está haciendo más foco en las campañas fuertes del año, asignando más espacio en los puntos de venta

con lineales más amplios y estratégicos. En estos momentos, hay toda una gama de productos en esta categoría que se adapta al perfil de cada consumidor según sus necesidades. El PAE se ha convertido en un mundo accesible a cualquier persona del hogar”.

Asimismo, Diego Macià, Director de Marketing de Laica España, afirma que “actualmente, y gracias al ‘boom’ que está teniendo la ‘fun kitchen’ en este sector, se está viviendo un gran momento. Y en las tiendas de electrodomésticos, nos comentan que están consiguiendo bastante tráfico al punto de venta, que acude con el fin de adquirir este tipo de productos. Pensamos que es muy importante la prescripción por parte del comerciante. Por esta razón, ofrecemos unos cursos de formación a aquellos que nos lo solicitan, con el fin de mostrar el producto con todas sus características”.

FOTO: BENESSERE LAICA





FOTO: ELECTROLUX

Cocina saludable y ‘fun cooking’

La preocupación por la salud ha pasado a un primer plano en los últimos años. Los consumidores son cada vez más conscientes de la importancia de

FOTO: RUSSELL HOBBS



unos hábitos de vida saludables y de la necesidad de seguir una dieta sana y equilibrada. Por otro lado, la proliferación de exitosos programas de televisión ha popularizado y aumentado el interés de los españoles por la cocina. Y todo ello repercute en la venta de PAE de cocina.

“Actualmente, se están dando simultáneamente dos tendencias contrapuestas. Por un lado, hay una tendencia creciente en mantener hábitos saludables, salir a correr, comer sano, etc., que se traduce en demanda creciente de productos que se adapten a este estilo de vida. Pero por otro lado, ha habido un creciente interés por la cocina y repostería creativa, fomentada principalmente por programas de televisión, además del ‘boom’ de blogs dedicados a estos temas. El cocinar en casa se ha puesto de moda, y más aún el hacer tartas, cupcakes y un sinfín de platos de este estilo. Así que esto no sólo ha incrementado la venta de batidoras amasadoras, sino que ha supuesto la introducción de máquinas para magdalenas, cakepops y demás”, se explica desde Taurus. Asimismo, la responsable de BSH reconoce la influencia de los programas de televisión. “Los usuarios pueden ver la utilidad de los productos y cómo sacarles el mayor partido de una manera divertida”, afirma. En la misma línea, Lorena Valencia, Marketing Manager de Electrolux SDA España y Portugal, reconoce que “en el sector están influyendo mucho tendencias como la popularización de la gastronomía, sobre todo a través de programas de televisión. Esta moda está

“El consumidor cada vez demanda con más asiduidad aparatos que fomenten la cocina sana y reconoce que cuidarse, aparte de ser importante, está de moda...”

sirviendo para que los consumidores descubran el universo culinario y les apetezca probar en sus propias cocinas algunas de las recetas que ven a través de las pantallas, bien sea de famosos cocineros o de los participantes en concursos. Por eso están en auge aparatos como los robots de cocina”. En cualquier caso, señala que “las ventas de este tipo de aparatos no están producidas únicamente por la popularización televisiva de la gastronomía, sino también por el creciente interés de la sociedad por una vida sana con dietas saludables. Cuanto más control tiene el consumidor del proceso culinario de la comida que consume, mejores resultados puede conseguir en menús adaptados a sus necesidades y gustos. Puede elaborar sus propios panes, masas, pastas, controlando los niveles de azúcar, sal, harina, etc.”.

Por su parte, Luis Suárez, PR Manager de Philips Consumer Lifestyle Iberia, comenta que la concienciación por los hábitos de vida saludable se traduce en una alimentación sana. Esta nueva aproximación a la cocina, sumado al auge de programas de cocina en televisión, hace que aumente el interés por convertirnos en nuestro propio chef. Y para ello, necesitamos aliados en la cocina, productos que harán que nuestras recetas se conviertan en deliciosas comidas, fáciles de hacer y, por supuesto, sanas”, comenta.

Igualmente, el Director de Marketing de Jarden Consumer Solutions anota que “el consumidor cada vez demanda con más asiduidad aparatos que fomenten la cocina sana” y reconoce que “cuidarse, aparte de ser importante, está de moda”. En cuanto al papel de los shows en televisión,

FOTO: PHILIPS



www.mycook.es

taurus
Mycook



Fácil, rápida y
con sabor mediterráneo.

PROMOCIÓN FRENTE A LA ESTACIONALIDAD

Aunque se trata de una gama con venta durante todo el año, también es cierto que la venta de PAE de cocina experimenta cierto repunte en determinadas fechas.

Luis Suárez (Philips) recuerda que “mantener una dieta sana y equilibrada no debe estar sujeto a estacionalidad, aunque es en verano cuando más conciencia tomamos de la necesidad de cuidarnos”. Igualmente, la responsable de BSH indica que “como en la gran mayoría de productos de pequeño aparato, la época de Navidad y el Día de la Madre son periodos en los que se incrementa la venta. Sin embargo, en la gama de cocina, funcionan muy bien también las promociones. Y Marc Oliveda, (Groupe SEB) reconoce que “algunas categorías de PAE de cocina acusan cierta estacionalidad”, por lo que se llevan a cabo promociones fuera de las época clave de venta.

Por ejemplo, desde Jata se reseñan las promociones “con acciones en el precio, reforzadas con publicidad en el punto de venta y medios de comunicación, creación de set de producto a precios especiales –como exprimidor+batidora, por ejemplo-, etc.”.

Sylvain Hochart (Redmond) indica que “siempre hay temporadas en las que las ventas son más fuertes, como en la campaña de Navidad. Para los meses de verano, por ejemplo, en los que hay algo más de estacionalidad, aprovechamos para cambiar de gama y ofrecer liquidaciones de gama antigua. No obstante, es un mercado que está creciendo cada vez más y no nos vemos afectados por la estacionalidad en las ventas”.

Por su parte, el responsable de Philips se refiere a las acciones promocionales desarrolladas el pasado verano. “Hemos realizado la ruta ‘Cocina y disfruta, de corazón’ por varias playas españolas para concienciar a los consumidores de la toma de hábitos saludables, incluso en vacaciones. Hemos dado a conocer al público lo fácil, divertido y delicioso que resulta cocinar de manera saludable, fomentar la dieta mediterránea, cuidarse y cómo estos hábitos pueden llegar a evitar muchas enfermedades. Además, pusimos a disposición de los ciudadanos nuestros conocimientos en materia de RCP y desfibrilación, dotándoles de una información que podría llegar a serles muy útil ante determinadas situaciones. La ruta ‘Cocina y disfruta, de corazón’ contó con dos áreas diferenciadas. Por un lado, el área de cocina sana, con la presencia de un chef que realizó talleres de cocina saludable y master class durante todo el día, para concienciar a los asistentes de una dieta sana y equilibrada, y en donde tanto mayores como pequeños pudieron elaborar sus propios zumos y recetas para el verano, de manera fácil y divertida, con los productos de cocina sana de Philips. Y por otro lado, el área cardiovascular, donde las clases de zumba y talleres de primeros auxilios fueron parte de las actividades que se llevaron a cabo durante toda la jornada, para concienciar sobre la prevención, identificación y actuación ante situaciones de urgencia vital, sobre cómo realizar un masaje cardiotoraxico y el funcionamiento de un desfibrilador externo semiautomático (DESA)”, especifica Suárez.

Otros fabricantes, por su parte, han apostado por el patrocinio de espacios televisivos. Por ejemplo, Electrolux ha equipado las cocinas del concurso ‘Top Chef’ (Antena 3). Y Bosch es proveedor oficial de electrodomésticos del programa ‘MasterChef’ (La 1), que ha tenido una gran repercusión. “La mayoría de los productos que aparecen en el programa se han visto influidos, como por ejemplo las batidoras de repostería, que se han hecho más populares al ver cómo las usaban los concursantes del programa, al ver todo lo que pueden hacer con ellas”, puntualiza Alodia Tiestos (BSH).

FOTO: TAURUS



FOTO: BSH

afirma que “la gastronomía en España no es una tendencia ocasional”, puesto que “los españoles tenemos buenos productos y nos gusta comer”. No obstante, señala que “al popularizarse la cocina a través de la televisión, nos hemos dado cuenta de que también nos gusta cocinar. Sorprender a nuestra pareja, familiares o amigos nos relaja. Es un plan estupendo para pasar un rato de ocio, así que también demandamos aparatos con los que poder lucirnos en la mesa, ofreciendo platos al más puro estilo de los chefs”. Al hilo de esto, desde Jata se indica que “cocinar en casa se ha convertido en una actividad de ocio más. Ello ha propiciado también que los aparatos de PAE se hayan convertido en un regalo perfecto, no sólo en fechas especiales”.

Asimismo, el responsable de Redmond señala que el interés por los hábitos saludables y la dieta sana “es un factor determinante, ya que los usuarios quieren poder preparar riquísimos platos, desde sencillas sopas y cremas hasta guisos y postres más elaborados. Y con este tipo de robots, basta

FOTO: RUSSELL HOBBS



LOS PRODUCTOS MÁS DE MODA

La cocina saludable y divertida está de moda y parece que el interés del consumidor por la cocina y la alimentación se está viendo reflejado en las ventas. “La gama de cocina está teniendo una buena evolución en el año, ya que es una de las pocas familias que crece respecto al año pasado. De hecho, no sólo está creciendo sino que, además, está aumentando la venta de productos con mejores prestaciones”, apunta Alodia Tiestos (BSH). Por ejemplo, el último informe GfK TEMAX señala que “el florecimiento de una categoría como preparadores de alimentos también es destacable, con crecimientos por encima de los dos dígitos”.

¿Pero cuáles son los productos que mejor están aprovechando esta tendencia? “Hoy en día, vemos los lineales repletos de productos que antes se encontraban casi exclusivamente a través de internet, como máquinas para hacer magdalenas, brownies, palomiteros, cakepops, etc. El consumidor ha demandado este producto y el sector responde con una gama muy amplia de productos para que el consumidor pueda hacer en casa lo que ve en la televisión”, se apunta desde Taurus.

Lorena Valencia (Electrolux) hace hincapié en el impulso de los robots de cocina. “Hemos apostado, con el robot de cocina ‘Assistant’, para acercar lo más posible a los consumidores a la cocina integral, en la que el usuario puede participar en la creación, con sus propias manos, de todo el proceso del menú, desde la propia masa”. Y Marc Oliveda (Groupe SEB) también destaca el creciente interés en los robots de cocina, que se refuerza con lanzamientos. “Moulinex lanzó en marzo el nuevo robot de cocina ‘Cuisine Companion’, un robot multifunción fácil de usar, versátil y con un diseño innovador”.

La responsable de BSH admite que “cada vez son más las personas que quieren cuidarse de una forma sana y equilibrada, pero también sabrosa, rica y divertida”. Ahí encajan productos como vaporeras, jarras purificadoras de agua, deshidratadores de alimentos, etc. Especifica que “en el mercado están apareciendo nuevos aparatos

que permiten realizar aplicaciones culinarias que sólo se realizaban a nivel profesional hasta ahora. Tal es el caso de las vaporeras, que permiten cocinar al vapor conservando todos los nutrientes de los alimentos. Estos productos conservan el sabor, el color y las vitaminas de los alimentos. Incluso están apareciendo productos poco conocidos, como los deshidratadores de alimentos que permiten conservar los alimentos durante mucho más tiempo. Con este tipo de aparatos se pueden preparar chips de verduras, tomates secos en aceite, deshidratar setas para su conservación...”.

También reconoce el impacto de los programas de televisión. Según explica, este interés “se ve reflejado en la venta de los productos de más alta gama, como batidoras de repostería, amasadoras, batidoras de vaso, etc.”. Asimismo, remarca la llegada al mercado de aparatos que permiten realizar aplicaciones culinarias que antes sólo se realizaban profesionalmente. “Tal es el caso de las batidoras de mano profesionales y los robots de cocina”, anota. Se trata de aparatos que acercan la cocina profesional como nunca antes lo había estado. Y buscan la mayor especificidad. Por ejemplo, Tiestos se detiene en los sets ‘premium’ para complementar los robots de cocina, como el set ‘PastaPassion’ –para los amantes de la pasta fresca-, el ‘VitalEmotion’ –para quienes elaboran sus propios panes moliendo su harina- y el ‘HuntingAdventure’ –para quienes preparan hamburguesas y salchichas caseras-. Y otra muestra de especialización la encontramos en las batidoras de repostería. “Gracias a determinados programas de cocina, hacen las delicias de cualquier repostero. Hoy en día, se tiende a una especialización del pequeño electrodoméstico, utilizando para la elaboración de cada alimento la herramienta más adecuada”.

Luis Suárez (Philips) coincide en que “los productos comprometidos con la alimentación sana y equilibrada son los que más interés despiertan por parte del público”. Así, destaca el buen comportamiento de aparatos como su freidora sin aceite o las nuevas licuadoras. Igualmente, desde Jata se reconoce que “si bien en épocas pasadas

se veía mayor estacionalidad en determinadas familias -licuadoras, cocinas al vapor...-, actualmente se han convertido en productos de uso diario”. En cuanto al impacto de los programas de televisión, la compañía indica que “han popularizado el uso de productos como amasadoras, grill-magdalenas, cortafiambrs, etc.”.

Por su parte, Enrique Yeste (Jarden Consumer Solutions) destaca tres tipos de producto sobre el resto: “Los que permiten ahorrar dinero, tiempo y espacio, como las envasadoras al vacío; los que facilitan la cocina de calidad en casa, pudiendo hacer las recetas que vemos en la tele o en las revistas; y los que potencian la cocina saludable”. Por su parte, Diego Macià (Laica) indica que “los hábitos de vida y la dieta saludable, en este caso mediterránea, ayudan a que se incrementen las cifras de preparación de comidas caseras, por lo que estamos notando un incremento tanto en la venta de máquinas de vacío como en las bolsas para las mismas”. Según explica, estas soluciones están encontrando buen acomodo “tanto en hogares de ‘singles’ como para personas con vida laboral ajetreada, ya que les permiten un ahorro de tiempo para cocinar, como a ayudar a no desperdiciar comida”.

Asimismo, desde Jata se incide en los productos ‘fun cook’. “Las fondues de chocolate, las heladeras de frutas o el grill-magdalenas también se van convirtiendo en habituales de nuestras cocinas”, se apunta. Y tampoco han dejado de interesar productos clásicos, como las planchas de asar, las de terracota y las de recubrimiento cerámico ecológico, así como las freidoras.

FOTO: ELECTROLUX



FOTO: RIVER INTERNATIONAL

FOTO: TAURUS





FOTO: TAURUS

con incorporar los ingredientes y seleccionar el programa y tiempo de cocción deseado, para disfrutar de estupendos platos de forma rápida y limpia, pudiendo dedicar más tiempo a otras tareas". En cuanto al impacto de los programas televisión, reconoce el empujón que han dado a la cocina, aunque remarca que este interés por la cocina es algo que forma parte del acervo cultural de nuestro país. "Nos importa la dieta, la salud y nos preocupa que nuestros hijos y familiares estén bien alimentados. Y los robots de cocina lo permiten, a la vez que podemos dedicar el tiempo a hacer otras cosas".

Al margen de modas y tendencias, lo cierto es que el PAE de cocina es una categoría que aporta múltiples soluciones para cada momento, desde los aparatos más clásicos hasta los complementos y accesorios más innovadores. Esta familia conforma un enorme universo, que se podría estructurar en tres subcategorías: desayuno, preparación de alimentos y aparatos destinados a cocinar ciertos alimentos o a hacerlo de una manera determinada. Y toda la innovación sigue unas líneas comunes de

FOTO: RUSSELL HOBBS



NUEVAS OPORTUNIDADES EN CAFETERAS

Después del 'boom' experimentado en los últimos años por las cafeteras exprés, especialmente si hablamos de aparatos de cápsulas monodosis, esta categoría tiende a la estabilización.

El mercado ha absorbido una importante venta de equipos, por lo que su capacidad de crecimiento cada vez es menor. Sin embargo, todavía quedan opciones de crecimiento. Por una parte, hay un volumen importante de consumidores que no accedía a la compra de este tipo de aparatos por el precio de las cápsulas. Sin embargo, la aparición de cápsulas de 'marca blanca', con precios más ajustados, permite el acceso a un espectro de consumidores mayor. Estos usuarios quizá se convengan ahora y opten por adquirir una máquina compatible con este tipo de cápsulas.

Otra posible vertiente de crecimiento se centra en las máquinas multibebidas. Estas cafeteras son una solución perfecta para los hogares en los que conviven tanto apasionados del café como aquellos que prefieren consumir también otras bebidas con mayor o menor asiduidad. Gracias a estos aparatos, los amantes del café no tienen que renunciar a tomar un café excelente. Y los demás, pueden aprovechar la máquina para tomar un té o un chocolate tan bueno como el que podrían degustar en cualquier cafetería.

desarrollo. "Lo ecológico y lo 'light' están de moda. La gente busca productos que tengan materiales respetuosos con el medio ambiente y/o el consumidor: antiadherentes libres de PFOA, plásticos libres de BPA, etc. Por otro lado, buscan electrodomésticos que cocinen de manera más sana: cocción al vapor, frituras con menos aceite, etc. En cuanto a tecnologías, una tendencia creciente es el control del consumo energético, un requerimiento que viene impulsado por la normativa europea, pero que cada vez preocupa más a los consumidores ya que, en definitiva, supone un ahorro económico", se explica desde Taurus.

Asimismo, la responsable de Electrolux indica que la evolución se orienta hacia la confección de un catálogo "basado en el 'diseño inteligente', que significa conseguir que los pequeños electrodomésticos sean más fáciles de utilizar y que resulte más rápido y

eficiente cocinar o preparar un café, además de que los clientes puedan disfrutar al máximo de su tiempo libre". Del mismo modo, Yeste indica que las mejoras se dirigen al desarrollo de "funciones orientadas a que el uso y el manejo de los aparatos sean fáciles, sencillos y rápidos; ya que en los hogares españoles, aparte del presupuesto, debemos ser capaces de rentabilizar nuestro tiempo de ocio".

Los primeros del día

El PAE de desayuno incluye los productos más clásicos de esta categoría, electrodomésticos que no pueden faltar en ninguna cocina. Son nuestros primeros aliados para ponernos en marcha en el día a día o para darnos un 'homenaje' durante el fin de semana. El consumidor requiere aparatos prácticos y sencillos, que le permitan iniciar la jornada con fuerzas pero sin complicaciones. La familia está compuesta esencialmente por cafeteras -exprés convencional o por cápsulas y de goteo-, tostadores y exprimidores. Pero también se completa con otros productos que cada vez

FOTO: PHILIPS



Russell Hobbs

At the heart of your home



ILLUMINA COLOUR CONTROL



Iluminamos el mercado de la preparación de alimentos

Hemos diseñado elegantes aparatos que facilitan la vida en el hogar a través del color y que incluyen menos velocidades pero una mayor precisión.

Nuestro exclusivo anillo de luz con Colour Control cuenta con 4 velocidades distintas. Cada velocidad y color se corresponden con los tipos de alimentos más populares.

Con la nueva tecnología de batido avanzada, el rendimiento se ha mejorado en más de un 50 %* y las cuchillas de acero inoxidable están revestidas de titanio, lo que las hace permanecer afiladas durante más tiempo. La colección Illumina te hará la vida más fácil con sus resultados profesionales y además lucirás con orgullo su elegante diseño en el corazón de tu hogar.

Para obtener más información sobre la nueva colección Illumina, ponte en contacto con Russell Hobbs
Tel: 900 210 878 | info.es@eu.spectrumbrands.com



www.russellhobbs.com

* Resultados medidos al batir 200 g de fruta en comparación con la batidora estándar de 200 g de fruta.



FOTO: ELECTROLUX

son más usuales en los hogares, como batidoras de leche, licuadoras o accesorios asociados al consumo del café, como molinillos, calienta tazas, refrigeradores de leche, espumadores automáticos de leche...

Entre las innovaciones de esta familia, el responsable de Philips se detiene en la convergencia entre los productos de consumo y el entorno digital, mediante el uso de aplicaciones para tablets y smartphones “creadas para mejorar la experiencia de usuario de los productos de cocina e incluso interactuar con ellos”. Por ejemplo, habla de algunos modelos de cafeteras Saeco, cafeteras exprés que permiten usar la tablet para personalizar el café y ampliar y compartir su conocimiento sobre las recetas para preparar el mejor café.

La Marketing Manager de PAE de Electrolux, destaca dos productos de la gama ‘Expressionist’:

una cafetera de goteo con jarra de cristal para 12 tazas apta para microondas, display LCD, temporizador digital y función de mantenimiento del calor; y un hervidor de agua, con display LCD, nuevos ajustes de temperatura y función turbo. Y en la familia ‘Creative’ se detiene en un nuevo tostador, con 8 niveles de tostado, calentador de pan y bollería y función descongelado; así como el exprimidor de zumo ‘ErgoPress’, equipado con un motor de 85 W de potencia -100 rpm-, dos conos intercambiables que permiten extraer fácilmente el zumo de frutas grandes y pequeñas, partes extraíbles para lavar en lavavajillas y acabado en acero inoxidable y negro. Finalmente, destaca la cafetera ‘EasyPresso’, con bomba profesional de 15 bares de presión, función de vapor y agua caliente.



FOTO: BENESSERE LAICA



FOTO: BENESSERE LAICA

Por su parte, Jata se detiene en la licuadora por presión sin fin, con una nueva tecnología de extracción lenta, que licúa y exprime al máximo frutas, verduras y hortalizas.

Preparación de alimentos

Como ya hemos visto, es una línea de productos en auge. En ella incluimos robots de cocina, procesadores de alimentos, batidoras de brazo y de vaso, batidoras de repostería, picadoras, cortafiambres, etc. Además, hay otros muchos complementos que podrían englobarse en la categoría, como balanzas, envasadoras al vacío, amasadoras, jarras purificadoras de agua, etc.

Por lo que respecta a las innovaciones, Valencia se refiere a las nuevas batidoras de vaso de la gama ‘Expressionist’, con dobles cuchillas revestidas de titanio con tecnología ‘Truflow’, función ‘efecto Vórtice’ para una preparación más homogénea y una mejor mezcla y picado de los ingredientes, accesorios aptos para lavavajillas y jarra graduada de vidrio termorresistente de 1,5 litros. Y también



FOTO: REDMOND



FOTO: BSH

trae novedades en batidoras de brazo de la gama ‘Creative’, con 600 W de potencia, doble cuchilla de acero inoxidable con tecnología ‘TruFlow’, empuñadura ergonómica y forma de campana que evita salpicaduras. Otras novedades se encuentran en las batidoras de repostería ‘PerfektMix’, que permiten lograr resultados más homogéneos merced a sus 5 velocidades y su función turbo, y que también dispone de un arranque progresivo antisalpicaduras. Además, incorpora dos varillas batidoras y dos ganchos amasadores aptos para lavavajillas y bol de alta calidad. Asimismo, llama la atención el lanzamiento de una batidora ‘sport’, también en la gama ‘PerfektMix’, que permite que el deportista pueda llevar sus batidos a cualquier parte, gracias a una jarra extraíble de tritan graduada e irrompible, libre de BPA, que no deja olores ni sabores.

FOTO: BENESSERE LAICA



FOTO: RUSSELL HOBBS

En esa misma línea, la Category Manager de BSH reseña las nuevas referencias “para los más deportistas y personas a las que les gusta cuidarse”, como la batidora personal, un producto que permite preparar zumos y batidos en el mismo vaso de 300 o hasta 600 ml, en el cual se cambia la cuchilla por una cómoda tapa con boquilla para así poder llevar el vaso al parque, al gimnasio, etc. Además, incide en que “en el mercado de preparación de alimentos están apareciendo productos con nuevas funciones adaptadas a las necesidades de hoy en día, como aparatos preparados para amasar masas grandes, para preparar pan para celíacos, o incluso panificadoras en las que se elabora el

pan completamente desde la fase de amasado, pasando por la fermentación y acabando con el horneado”.

El responsable de Philips destaca la tecnología de “acción de amasado ‘planetaria’, que permite que las herramientas para amasar, mezclar y montar nata describa un movimiento único hacia atrás y adelante y no sólo en círculo, permitiendo llegar a todas las esquinas del recipiente y que los ingredientes se mezclen homogéneamente”. Y también remarca la nueva tecnología de mezclado ‘ProMix’ que incorporan sus batidoras, con “una cuchilla triangular para proporcionar un flujo óptimo y el máximo rendimiento”.

El representante de Redmond incide en los nuevos modelos de robots de cocina, capaces

FOTO: GROUPE SEB





FOTO: RUSSELL HOBBS

de “cocinar todo tipo de alimentos con los programas determinados por el propio robot o con programas manuales que permiten ajustes de tiempo y temperatura que el usuario desee”. Estos aparatos incluyen prestaciones como el ajuste de la temperatura de 35° a 170°C en intervalos de 5°C, calentamiento tridimensional, control electrónico, pantalla LCD a color, panel de control sensitivo al tacto, programador de inicio diferido hasta 24 horas, función de mantenimiento caliente hasta 24 horas, desactivación previa de la función de mantenimiento caliente, función de recalento hasta 24 horas, señal sonora al final de la cocción

FOTO: PHILIPS



o memoria no volátil. Además, incluyen válvula de vapor extraíble y bol con revestimiento de cerámica antiadherente.

Por su parte, el Director de Marketing de Laica se detiene en las nuevas balanzas, “que nos proporcionan más información sobre el entorno, como temperatura del ambiente, humedad, hora y fecha, con el fin de reducir el número de dispositivos en la cocina y concentrarlos en uno solo”. Asimismo, habla de los nuevos filtros de agua, o bien los filtros especiales para café y té, “cuya fórmula ha sido diseñada por expertos tostadores de café italianos, que han conseguido ajustar al máximo los niveles para crear un agua filtrada que potencia los sabores del té y café, además de reducir los niveles de cal y prolongar la vida de las cafeteras”.

Soluciones para cocinar cada receta

Aquí se encuadran los aparatos para preparar platos específicos (gofres, sándwiches...) o cocinar de una manera determinada (freír, asar...). Nos referimos a tablas y grills de asar, raclettes, sandwicheras, freidoras, paelleras y cazuelas eléctricas, vaporeras, pequeños hornos, gofreras, creperas, fondues, hervidores, cuecehuevos, yogurteras, máquinas de ‘fun cooking’, etc.

El producto ‘estrella’ de Electrolux es el robot de cocina Assistant. “En reluciente esmalte y cromo, incluye todo tipo de accesorios: batidor plano, de varillas, gancho amasador y un bol extra. Es

perfecto para ayudar a la realización de cualquier plato, ya que puede procesar alimentos muy variados, como carne, líquidos, masas, dulces, etc. Además, incorpora un sistema de iluminación LED de luz blanca, enfocado directamente al bol, que permite percibir todos los matices de la mezcla mientras se realiza la preparación. Permite amasar, batir y hacer purés, entre otras muchas acciones, sin apenas esfuerzo, gracias a su potencia de 1.000 W. Alcanza una velocidad máxima de 211 rpm y una mínima de 38 rpm. Además, cuenta con una regulación de potencia de 10 velocidades”, anota Valencia. Entre las novedades también se detiene en un par de productos. Uno es una gofrera, con 1.200 W de potencia, con diferentes ajustes de temperatura e indicador luminoso. Y el otro es una arroceras eléctrica, con diferentes opciones de cocinado y función de mantenimiento de calor, que permite preparar cualquier tipo de arroz –largo, bomba, basmati, thai...- y de fácil limpieza, gracias a su recipiente de cerámica extraíble, apto para lavar en el lavavajillas.

Suárez destaca la tecnología ‘RapidAir’ de la freidora sin aceite ‘Airfryer’, que permite “preparar recetas utilizando un 80% menos de grasa y ayudando a las familias a realizar una dieta saludable”. Además, incide en la convergencia con el entorno digital y el uso de apps móviles. “La aplicación ‘Philips Airfryer’ te convierte en todo un chef a través de una gran variedad de recetas saludables”, señala.

Por su parte, desde Jata inciden en las planchas de terracota de cocción a alta temperatura, de dureza extrema, así como en las electrobarbacoas ‘Indoor BBQ’, diseñadas para su uso en interior, ya que permiten cocinar sin humo ni olores. Y también se hace hincapié en las “freidoras con sistema ‘cool zone’ (zona fría) para conseguir un aceite más limpio y duradero”.



FOTO: JATA



¡Frescura que dura hasta 5 veces más !



Conservación clásica Conservación envasado al Vacío FoodSaver®

- Reduce el nivel de desperdicio
- Conserva todos los nutrientes
- Ahorra dinero ya que apenas tiras comida a la basura



Modelo FFS003

Haz que tus alimentos duren más tiempo

CONGELADOR	CONSERVACIÓN TRADICIONAL	CONSERVACIÓN AL VACÍO FOODSAVER	NEVERA	CONSERVACIÓN TRADICIONAL	CONSERVACIÓN AL VACÍO FOODSAVER
	6 MESES	2 - 3 AÑOS		1 - 2 SEMANAS	4 - 8 MESES
	6 MESES	2 - 3 AÑOS		3 - 6 DÍAS	2 SEMANAS
	6-12 MESES	1 - 3 AÑOS		1 - 6 DÍAS	1 - 2 SEMANAS
	6 MESES	2 - 3 AÑOS			

Líderes mundiales en envado al vacío