



FOTO: CANDY

Frigoríficos Combinados: frío versátil

El rey de la categoría

Año tras año, el frigorífico combinado se mantiene como el equipamiento más solicitado por los españoles a la hora de adquirir un refrigerador. Además, después de un 2009 muy complicado, los primeros meses de este ejercicio parecen mostrar un mejor comportamiento de las ventas de este tipo de aparatos, muy por encima de la media de la gama de frío y del conjunto del sector.

El frigorífico es uno de los 'básicos' de todo hogar. Y entre los distintos productos de la gama, el frigorífico combinado es, sin duda, el rey. Desde hace bastante tiempo, el usuario español se viene decantando por el combi al elegir un refrigerador para equipar su cocina. Según Raquel Carretero, Product Line Manager Food Preservation del grupo Electrolux, "desde hace más de 15 años, el protagonismo de los frigoríficos combinados en los hogares españoles es una realidad". Esta tendencia tan extendida en el tiempo demuestra que no se trata tan sólo de algo coyuntural o una moda, sino que los compradores apuestan decididamente por estos equipos porque les ofrecen precisamente aquello que necesitan.

Pero, ¿qué busca realmente el consumidor nacional cuando adquiere un refrigerador? "Según los estudios realizados sobre las necesidades del usuario español promedio, encontramos que las necesidades van desde las puramente básicas, como un aparato para congelar y guardar la comida, hasta motivos como que el usuario busque alcanzar un estatus a través de la compra de cavas de vino, estéticas inoxidable, pantallas interactivas, luces interiores, guías para facilitar el desplazamiento de los cajones, bandejas de cristal irrompible, etc.", afirma Sorkunde Pagaldai, responsable de Marketing de Frío de Fagor. Precizando más, éstas son algunas de las motivaciones que mueven a los consumidores nacionales.

Para cada estilo de vida. "El consumidor actual busca que los frigoríficos puedan adaptarse a su estilo de vida, es decir, que conserven los alimentos en función de sus necesidades. Por eso, aunque la mayoría se decanta por los combinados, hay gente que prefiere otros sistemas de conservación, como los frigoríficos ventilados, los side by side o, como última novedad, los frigoríficos de tres y cuatro puertas", anota José Rodríguez, Communication Manager Spain de Indesit.

Capacidad y versatilidad. Desde el Departamento de Marketing de BSH Electrodomésticos se señala que el usuario busca que el aparato "tenga gran capacidad interior y que se puedan distribuir fácilmente los alimentos en el interior". En esta línea, David del Castillo, Director de Marketing del grupo Candy, considera que el comprador requiere que el aparato "se adapte a sus hábitos de compra, con cajones espaciosos,

mayor o menor capacidad de congelador, etc.". Y para el representante de Indesit también influye en la compra "el tamaño unido a la capacidad, es decir, que puedan adaptarse a los espacios en los que viven sin que ello suponga perder capacidad".

Más congelador. La responsable de Electrolux, anota que "siempre se ha buscado una buena capacidad tanto en la parte frigorífica como en el congelador, debido a que cada día se ven más familias que sólo pueden hacer la compra los fines de semana o incluso una o dos veces al mes, por lo que el congelador se convierte en elemento indispensable en la cocina".

'No frost'. La representante de Fagor destaca la importancia de "una facilidad de limpieza del interior del refrigerador a través de tecnología 'no frost'". Como reseña Marian Casas, Jefa de Producto de Frío de Miele, esta tecnología "hace innecesario descongelar para realizar dicha limpieza".

Eficiencia energética. "El usuario busca letras energéticas eficientes que permitan un menor consumo", precisa Pagaldai. Así, desde BSH se anota que "como consecuencia de los 'planes renove' y de la mayor concienciación, se buscan clases de eficiencia energética A+ y A++" o, como afirma Rodríguez, "aparatos 'eco-friendly'".

Estética. El Director de Marketing de Candy precisa que uno de los aspectos requeridos por el usuario es el estético, ya que "el frigorífico es un elemento importante dentro de la cocina, por lo que su acabado -inox, blanco...- toma especial importancia". Y desde Tekla se indica que se busca "diseño atractivo".

Durabilidad. "El frigorífico es el único electrodoméstico de la casa que se mantiene encendido las 24 horas del día ininterrumpidamente. Lo que los consumidores buscan, por tanto, son aparatos que duren y no se estropeen", destaca la Jefa de Producto de Frío de Miele.



FOTO: ELECTROLUX

Compartimentos especiales. “Cuando el usuario va al mercado y ve las oportunidades que se le brindan, empieza a exigir pequeñas ventajas que le hagan la vida más placentera, como recintos ‘multifresh’ para guardar productos a temperaturas cercanas a los 0 °C, botelleros en el refrigerador...”, señala la representante de Fagor. Esto se debe a que “últimamente se está aumentando la tendencia del gusto por comer sano, comida fresca y que mantenga todas sus vitaminas”, explica Carretero.

Regulación de la temperatura. La responsable de Miele señala la relevancia de “la regulación de la temperatura para que se mantenga constante”.

Baja rumorosidad. Desde BSH se resalta que el comprador cada vez se fija más en equipos con bajos niveles de ruido.

Múltiples ventajas

Está claro que los combis ofrecen muchas de estas características buscadas por los usuarios, de ahí su dominio del mercado. ¿Qué otros motivos podemos encontrar para justificar esta preferencia?

Tamaño y capacidad. “La escasez de espacio en las cocinas actuales nos ha llevado a tener electrodomésticos polivalentes”, apunta la Jefa de Producto de Frío de Miele. Según se indica desde el Departamento de Marketing de BSH, “la principal razón por las que el frigorífico combinado se ha convertido en el estándar en los hogares ha sido el tamaño de la vivienda. Un combi ofrece una gran capacidad interior sin ocupar más espacio que el estándar en una cocina”. En esta línea, Pagaldai añade que “el tamaño de las cocinas se ha visto redimensionado y, por tanto, no podemos ocupar más espacio en anchura, con lo que hemos tenido que aportar una solución a los consumidores buscando más altura. Además, aprovechamos la tendencia de la población española, que aumenta en cada generación, lo cual nos ha permitido fabricar combinados de hasta dos metros de altura, algo desconocido en otros países”. Y como resalta el representante de Indesit, gracias a este tipo de frigoríficos se puede “almacenar una mayor cantidad de alimentos en perfecto estado durante más tiempo, pues sus compartimentos son mayores y el espacio del congelador también, sin que esto suponga un descenso de sus prestaciones ni un mayor gasto energético, en comparación con el resto de frigoríficos”.

Nuevos hábitos de vida. “Los nuevos hábitos de vida hacen que las compras sean menos frecuentes en el tiempo y se requiere de un congelador de mayor tamaño, por eso le ha ganado terreno a los de dos puertas”, explica BSH. Y es que, como indica Casas, “debido a nuestro ritmo de vida, necesitamos congelar alimentos o mantener precocinados, por lo que la solución del combi es la más socorrida”. En ello coincide el Director de Marketing de Candy, quien señala “los cambios de hábito en las compras de comida, siendo más espaciadas y necesitadas de mayor espacio”. Igualmente, la responsable de Fagor afirma que “el frigorífico combinado es el que mejor se adapta al gusto y a las características de la familia española, que ahora mismo consta de cuatro integrantes de

promedio, cuyos progenitores trabajan fuera del hogar y, por tanto, necesitan un producto con capacidad suficiente para la comida congelada, que se impone al ritmo de la vida diaria”. En este sentido, la representante de Electrolux insiste en que “las familias han modificado sus hábitos y rutinas, y cada vez es más habitual que en las parejas los dos estén incorporados al mundo laboral. Eso, unido a la escasez de tiempo, ha provocado que los alimentos no puedan adquirirse a diario, lo que se traduce en la necesidad de un frigorífico con capacidad para almacenar y conservar gran volumen de alimentos”. Por eso, el Communication Manager de Indesit considera que el combi “se adapta mejor al ritmo de vida actual, es decir, permite espaciar más las compras de alimentos y así disfrutar más de nuestro escaso tiempo libre”.



FOTO: FAGOR

Menor consumo y más prestaciones

Éstas son las ‘líneas maestras’ de la evolución de los frigoríficos combinados:

Mejorar los consumos. Para Raquel Carretero (Electrolux) la tendencia natural es “conseguir ahorro de energía y cuidar el medio ambiente”. Por eso indica que la principal dedicación se centra en “seguir mejorando el consumo energético, con electrodomésticos con clasificaciones energéticas A+”. En esta línea, Sorkunde Pagaldai (Fagor) reseña que “la sociedad es consciente de los recursos limitados, así como del impacto que tiene el consumo de electricidad en el medio ambiente, es por ello que las innovaciones van dirigidas al ahorro energético”. Y desde BSH se augura la evolución de los modelos hacia una clase de eficiencia energética A++, “utilizando compresores de velocidad variable con tecnología ‘inverter’, aislamientos más eficientes, como los paneles de vacío, y la optimización del resto de los componentes, como evaporador o condensador”. Así, David del Castillo espera “una reducción drástica en los consumos. Siendo el frigorífico uno de los electrodomésticos que más consume, veremos equipos con tasas de consumo ridículas si las comparamos con las de hace un par de años. El reto es que esta reducción no implique un sacrificio de rendimiento”.

Más capacidad y mejor conservación. La responsable de Electrolux señala los esfuerzos por “conseguir más capacidad de preservación durante más tiempo, utilizando para ello recursos como cajones de baja temperatura y 0 °C o sistemas de refrigeración dinámica avanzada”. Igualmente, Pagaldai anota que “como los frigoríficos son la ‘puerta de entrada de la alimentación’, donde conservamos y alargamos la vida de los alimentos conservando durante más tiempo sus nutrientes, cada vez las innovaciones van orientadas a desarrollar sistemas que ayuden a la conservación de los alimentos, como el humidificador de portaverdura, los filtros antibacterias y antiolores, los recintos con control de temperatura independiente, etc.”. En esta línea, Marta Zamora (Sub Zero) destaca sistemas de purificación de aire que “eliminan del interior del frigorífico hongos, virus y bacterias, contribuyendo a la conservación del producto y manteniendo sus propiedades durante más tiempo”.

Espacios versátiles. José Rodríguez (Indesit) se refiere a “nuevas funciones que se ajusten a las necesidades de los consumidores”, con tecnologías de zonas variables, sistemas que permiten que “un compartimento independiente pueda funcionar como frigorífico o como congelador con sólo tocar un botón, en función de las necesidades del consumidor en cada momento”.



FOTO: MIELE

Nuevas medidas. Como explica José Luis Aranda, Director Comercial de Severin, otra de las novedades pasa por la ampliación de la familia de combis no sólo hacia mayores tamaños, sino también a aparatos de menor altura. Estos equipos se adaptan a las necesidades de hogares con pocos miembros o con espacio reducido en la cocina pero que no quieren renunciar a las prestaciones del combi. Así, la empresa resalta el lanzamiento de “combi de 150 cm de altura, siendo esta medida nada convencional para combis”.

Ventilación interior. Desde Teka se destacan los sistemas de ventilación, “que combinan la regulación electrónica con la ventilación y proporcionan un frío homogéneo dentro del refrigerador”.

Electrónica. Carretero se refiere a “diseños modernos en los que la electrónica juega un papel importante, con displays en puerta con nuevas funciones”.

Leds. “La iluminación de leds aporta multitud de ventajas frente a la convencional. Aparte

de una luz mucho más brillante, consume mucho menos, no aporta calor al interior y dura mucho más tiempo, gran comodidad para el usuario, que se despreocupará de su mantenimiento”, reseñan desde BSH.

Dispensadores de agua. Como anota Carretero, cada vez vemos con más frecuencia equipos con “dispensadores de agua con filtros purificadores en la puerta o enfriadores de bebidas”.

Mejorar la integración. La responsable de Fagor incide en la “búsqueda de soluciones estéticas para poder cubrir necesidades desde el punto de vista de la integración”. En este camino se encuentra el desarrollo de “nuevos acabados exteriores adaptados a las nuevas tendencias de muebles de cocina, como el cristal en distintos colores”, como se destaca desde BSH. Igualmente, el Director Comercial de Severin señala la importancia de ofrecer “una gama de colores que pueda cubrir cualquier necesidad”.

‘Bluetooth’. La responsable de Sub Zero reseña que ya existen aparatos que incorporan tecnología ‘bluetooth’ “para comunicarse con el servicio técnico y poder explicar dónde está la avería”.

La tendencia natural es conseguir ahorro de energía y cuidar el medio ambiente. Por eso la principal dedicación actual se centra en seguir mejorando el consumo energético

El combi, líder en el lineal

Como no podía ser de otra manera, las tiendas españolas son un fiel reflejo de la preferencia de los consumidores por los combis frente a cualquier otra opción de refrigeración. Así, según los datos aportados por IFR Monitoring, podemos ver que un 60% de las referencias de frío que encontramos en los puntos de venta de electrodomésticos son de esta categoría de producto, seguida muy de lejos (20%) por los frigos de dos puertas, con congelador en la parte superior.

Además, la consultora ofrece otros datos interesantes acerca de la oferta de combis y el precio medio según el tipo de establecimiento. Así, observamos que las cadenas especializadas son las que presentan un mayor repertorio de referencias (70-78) a la disposición del cliente, mientras que son los estudios especialistas los que ofrecen menor diversidad (22-23 modelos). Además, este tipo de establecimiento tiene el producto con el precio medio más elevado (más de 1.000 euros), mientras que el hipermercado es el lugar con el precio más bajo (alrededor de 545 euros).



FOTO: INDESIT



FOTO: TEKA

Ergonomía. BSH anota "la mayor ergonomía de los combis frente a otro tipo de aparatos de frío, ya que la ubicación del frigorífico en la parte superior dota de mayor comodidad para el usuario". Acerca de esto, Marta Zamora, del Área Sales Manager & Interior Designer de Sub Zero, hace hincapié en que "el éxito de los combis reside en la comodidad de la disposición de los producto en el interior. El producto de uso más diario nos queda a la altura de la vista, lo que lo hace más accesible, y el congelador ubicado en la parte inferior del aparato permite un almacenamiento más ordenado, lo que en definitiva nos hace ganar espacio".

Regulación independiente de temperatura. Según BSH, "un aspecto muy valorado es la regulación totalmente independiente de las temperaturas, ya que no se condiciona la temperatura del congelador a la del refrigerador".

Buenas expectativas para 2010

Pese a todos los aspectos que hacen que el combi sea un producto idóneo para el hogar actual, este segmento no ha podido abstraerse de la crisis económica general. ¿Cómo han respondido estos electrodomésticos ante un mercado tan complicado? La conclusión que podemos extraer es que, aunque 2009 ha sido un año duro, su comportamiento fue menos malo que el del resto de la gama de frío puesto que, según las cifras de ANFEL, el pasado año dicha familia cayó un 11,3%, mientras que los combis descendieron un 8,6%. "En general, el mercado de electrodomésticos se ha visto afectado por la crisis. Sin embargo, los frigoríficos combinados no se han visto tan perjudicados como otras categorías de producto, dado que son una muy buena solución para las familias de hoy en día", afirma Carretero.

Con la vista puesta en el corto plazo, Del Castillo indica que confía en que este año el combi "se comporte mejor que la media

La ubicación del frigorífico en la parte superior dota de mayor comodidad al usuario

Las cocinas de hoy han cambiado radicalmente. Ahora son más personales, más funcionales, más ecológicas y, sobre todo, son un nuevo lugar de estancia. Por esta razón, en SEVERIN creemos que los electrodomésticos deben estar a la altura de las nuevas tendencias, y adaptarse de la mejor manera posible al mobiliario de la cocina. En SEVERIN, además de los colores habituales como el inox o el blanco, disponemos de modelos rojos y negros capaces de renovar cualquier cocina.

¿Por qué la gama de frío tendría que ser fría?

SEVERIN ELECTRODOMÉSTICOS ESPAÑA, S.L.
Plaza Miguel de Cervantes, S/N - C.C. Las Higueras
45217 Ugena (Toledo)
Tel.: 925 51 34 05 y Fax: 925 54 19 40

SEVERIN CANARIAS: COMERCIAL ALTE, S.L.
C/ Subida del Mayorazgo, 14
38110 Santa Cruz de Tenerife
Tel.: 922 20 58 00 y Fax: 922 20 59 00

SEVERIN
CALIDAD ALEMANA. DESDE 1892.

severin@severin.es
www.severin.es

PORT[®] DESIGNS

CHICAGO ECO*

La gama ecológica de PORT DESIGNS

* Cada mochila o maletín se ha fabricado a partir de 24 botellas de plástico recicladas



15,4"/16" CHICAGO BACKPACK ECO

18,4" 15,4"/16" 14" CHICAGO ECO



www.portdesigns.com

El rey de la categoría

de la familia de frigoríficos, ya que parte de un suelo exageradamente bajo". Asimismo, Rodríguez anota que "durante los primeros meses de verano se espera que, como tradicionalmente ocurre, las ventas aumenten ligeramente. A pesar de ello, creemos que durante 2010 la facturación se mantendrá estable o que incluso tenderá al crecimiento, pues si analizamos los datos obtenidos en el último trimestre del pasado año, podemos observar cómo se ha experimentado una ligera mejora en el volumen de ventas con respecto al año anterior, lo que nos permite ser optimistas". En esta línea, desde Teka se afirma que "estamos observando importantes repuntes en las ventas desde finales de 2009, así que consideramos que las ventas de combis seguirán recuperándose durante todo este año". No obstante, el Director de Marketing de Candy también recuerda que "la evolución positiva de estos primeros meses hay que buscarla más en lo negativo del año pasado, lo que hace que la comparativa este año sea mayor; además de un fortísimo descenso en el precio medio de los combis, que hace que el target de compradores se amplíe".

Por su parte, la responsable de Fagor incide en que "durante 2010 se espera una ligera recuperación del mercado de frío, en el que los combinados van a jugar un papel importante. Aunque no se prevén cambios

importantes en el mix de producto de frío, sí se viene observando que el peso de los combinados va aumentando de manera gradual y continuada, esperando que esta tendencia se mantenga durante este año".

Un mercado de reposición

Cuando hablamos del frigorífico combinado nos referimos a un producto plenamente consolidado y con un alto nivel de penetración en los hogares españoles, por lo que se configura como un mercado orientado plenamente a la reposición. "El índice de penetración está en el 72% a final de 2009, según el último estudio de DYM para Anfel", se indica desde BSH. "El elevado índice de reposición, de más del 70%, hace que esté habiendo crecimientos importantes en la cuota de los combis y, aunque no es tan grande la cifra de primera adquisición, sí que se está viendo un deslizamiento hacia los combis procedente de otros tipos de aparatos de frío, como pueden ser los dos puertas, debido a las ventajas que ofrece, como la mayor ergonomía o el mayor congelador", añaden en el Departamento de Marketing de Frío de BSH. Y Carretero señala que "en los últimos tiempos, su reposición se ha visto potenciada por los 'planes renove' y la agresividad de los precios", a la par que indica que "la cuota de reposición es muy elevada en este tipo de frigoríficos, ya que ronda el 74%".

Una opinión muy pareja manifiesta Casas, quien considera que "nos vamos a un mercado de reposición, pues la construcción no va a suponer un gran segmento desde ahora debido a razones obvias. Por otro lado, los 'planes renove' van a ayudar a que la decisión de compra se incline hacia modelos más eficientes energéticamente y cuya duración esté asegurada". Asimismo, desde Teka se insiste en que "la gran mayoría de las ventas pertenecen al mercado de reposición, ante la caída en la construcción de vivienda nueva. El grado de penetración de los combis en los hogares es ya muy elevado, por lo que los crecimientos actuales se deben en gran parte al éxito de los 'planes renove'".

Además, la responsable de Fagor hace hincapié en que "con el período de crisis que se atraviesa y con la caída de la construcción que se viene sufriendo los últimos años, el mercado de reposición es un mercado que tiene una gran importancia y adquiere más paulatinamente".

La tarea de la prescripción

En el mercado nos encontramos con una amplísima variedad de frigoríficos combinados, por lo que el vendedor tendrá un papel muy importante a la hora de orientar la compra del usuario. ¿Qué conviene atender para conseguir que el cliente quede satisfecho?

Durante el 2010 se espera una ligera recuperación del mercado de frío, en la que los combis van a jugar un papel importante



FOTO: FAGOR

profiteando



Ubicación y ambiente. Aunque sea una obviedad, no hay que olvidarse de que la elección de un aparato vendrá determinada desde el principio por el espacio disponible. “El vendedor debe conocer las limitaciones físicas que pudiera haber respecto a la instalación del aparato -ancho, alto y fondo disponibles-”, señala Pagaldai. Pero no se trata únicamente de eso. “No sólo hay que saber la ubicación para conocer las dimensiones que ha de tener, sino también para elegir el color o la panelación, acorde con el mobiliario que lo rodea”, precisa Rodríguez.

Zona geográfica. Desde BSH se hace hincapié en que “en primer lugar, hay que ofrecer la tecnología de frío más adecuada para cada zona. Si ésta es muy húmeda, será más apropiado un ‘no frost’, o si es una zona más seca, es más apropiado un

cíclico. Igualmente, Rodríguez anota que “en algunas zonas geográficas es preferible tener un frigorífico ventilado en lugar de un ‘no frost’, por ejemplo”. Y la responsable de Marketing de Frío de Fagor también ahonda en la necesidad de “conocer las condiciones climáticas del entorno con el fin de recomendar un aparato total o parcial ‘no frost’, o uno estático”.

Eficiencia energética. “El frigorífico es un electrodoméstico que está continuamente encendido. Con un combinado de máxima eficiencia energética A++ se ahorrará en la factura de la luz una importante suma de dinero en toda la vida útil del aparato. A su vez, estará emitiendo menos CO₂ al ambiente. La eficiencia energética es una característica importante que no se ve a primera vista y, aunque cada vez se conocen más los beneficios, necesita prescripción”, apuntan en el Departamento de Marketing de BSH. Asimismo, Pagaldai recomienda “hablar del precio estimado para la compra

del aparato, haciendo hincapié en los ahorros en factura de luz factibles en base a la eficiencia energética del aparato”.

El tamaño adecuado. Desde BSH insisten en “recomendar el tamaño adecuado para cada familia, para optimizar el uso y evitar consumo de energía innecesario”. Así, el responsable de Indesit puntualiza que “para una persona que vive sola, puede ser suficiente un frigorífico de entre 100 y 150 litros, mientras que en una casa de tres o cuatro personas conviene un frigorífico de 350 a 500 litros”.

Uso y frecuencia de utilización. En línea con lo anterior, Rodríguez incide en que “hay que pensar en el número de personas que lo van a usar, si su utilización será diaria, si va a albergar gran cantidad de alimentos congelados, etc. Por ejemplo, no merece la pena realizar la misma inversión en el frigorífico de una casa de verano que en el de la vivienda que se habita todo el año”.

Consejos de instalación y uso. “Hay que informar para conseguir una instalación correcta, fuera de focos de calor y con ventilación suficiente, así como hacer recomendaciones de uso generales, como evitar aperturas de puerta prolongadas. De esta manera, el combi seguirá siendo muy eficiente”, se apunta desde BSH.

¿Fresco o congelado? Según el departamento de Marketing de BSH, es importante “conocer los hábitos de compra del usuario y si se prefiere alimentos frescos o si se congela mucho”, de modo que se pueda ofrecer un electrodoméstico con compartimentos especiales para alimentos frescos (si hace la compra con relativa frecuencia) o con mayor capacidad de congelación (si hace grandes compras una o dos veces al mes). Además, el Communication Manager de Indesit indica que “no es lo mismo congelar para dos días que para varios meses” y recuerda que “la capacidad de congelación viene dada por las estrellas del congelador, un punto importante que mucha gente desconoce”.

En resumen, como apunta Zamora, “lo más importante es recomendar al usuario un producto que se adapte a sus necesidades, para lo que es esencial saber cuántos son en casa, qué tipo de productos son los de mayor consumo en la familia y qué hábitos de compra tienen”. Por eso, desde Teka se recuerda que “antes de prescribir un frigorífico, un vendedor debe preguntar al usuario sobre el espacio del que dispone en su cocina, el uso que pretende hacer del mismo y el tipo de conservación que desea para sus alimentos. Sólo así un buen vendedor podrá prescribir aquel frigorífico que por medidas -tanto de altura como de anchura-, capacidad de almacenamiento y tecnología de conservación -‘no frost’ o cíclico-, mejor se ajuste a las necesidades del usuario”.

No merece la pena realizar la misma inversión en el frigorífico que se adquiere para una casa de verano, con un uso esporádico y que no está encendido constantemente, que en el de la vivienda en la que se habita todo el año



¿Primeros pasos hacia la recuperación?

Los datos recopilados por ANFEL en los últimos meses permiten ver el futuro con moderado optimismo. Como vemos, en los compases finales de 2009 se registraron algunos meses con crecimiento de las ventas de frigoríficos combinados. El pasado año tuvo un comienzo desastroso, con retrocesos por encima del 30%, pero la caída se fue conteniendo hasta cerrar el ejercicio finalmente con un descenso del 8,6%, por debajo de la caída del conjunto de la familia de refrigeración, que

fue de -11,3%. Ya en 2010, parece que la tendencia al alza se ha consolidado. Así, el combi llegó a marcar crecimientos en sus ventas por encima del 20% en el primer trimestre. No obstante, conviene señalar que estos datos son comparados con los del ejercicio 2009 que, como es conocido, registró unas cifras muy negativas, por lo que no es conveniente exagerar este crecimiento, aunque sí sea oportuno resaltar el aparente cambio de tendencia.

Elaboración Protiendas / Datos IFR	Grupos de Compra	Cadenas	Grandes Almacenes	Hipermercados	Especialistas	Media Nacional
Reparto de oferta según categoría de producto y tipo de establecimiento (%)						
Combis	59,0	59,4	64,1	58,5	38,7	59,6
Frigoríficos 2 puertas	23,5	18,1	13,5	25,3	37,7	20,5
Frigoríficos 1 puerta	5,3	5,8	4,1	3,2	5,9	5,1
Bajo encimera	4,8	4,7	5,1	3,9	4,4	4,7
Minibar	1,2	1,9	3,6	2,5	0,0	1,9
Frigoríficos 3 puertas	0,3	0,6	0,4	0,2	0,0	0,4
Frigoríficos 4 puertas	0,3	0,9	0,3	0,8	0,0	0,6
Otros	5,6	8,6	8,9	5,6	13,3	7,2

Elaboración Protiendas / Datos ANFEL	Sep 09	Oct 09	Nov 09	Dic 09	Ene 10	Feb 10	Mar 10	Ene Dic 09	Ene Mar 10
Evolución de la facturación de la gama de frío en los últimos meses									
Combis	+6,3	-8,5	+9,5	-3,1	+21,8	+22,0	+17,4	-8,6	+20,2
Frigoríficos 1 puerta	-0,2	-9,5	-19,4	-8,8	-7,7	+8,6	-6,8	-16,4	-2,5
Frigoríficos 2 puertas	+2,0	-24,0	-16,9	-7,3	-4,4	+8,0	-0,9	-13,9	+0,9
Total	+4,1	-13,2	-2,4	-4,9	+10,3	+16,5	+8,3	-11,3	+11,5