



FOTO: HOTPOINT ARISTON

Frigoríficos combinados: eficiencia y capacidad

Solución de frío para la familia de hoy

En un mercado tan maduro como el de los frigoríficos, los fabricantes se esfuerzan por conseguir equipos que respondan mejor a las exigencias de sus usuarios. Eficiencia energética y capacidad son las principales demandas del consumidor español. Por eso, el frigorífico combinado es la elección más frecuente en nuestros hogares. En el proceso de consolidación de estos equipos han influido decisivamente los cambios operados en el modelo y en los hábitos de la familia española en las últimas décadas.

Llevamos mucho tiempo viendo cómo el frigorífico combinado es el 'rey' indiscutible en la categoría de frío en España. Sin duda, el usuario se encuentra muy cómodo con este producto, que le ofrece todo lo que necesita para su vida cotidiana: eficiencia energética, capacidad, frío de calidad, versatilidad, diseño... "El combi tiene unas dimensiones adecuadas para el tipo de cocinas que hay en España, que no suelen ser muy grandes. Además, permite tener una capacidad adecuada tanto de congelador como de refrigerador", explica Ana Gil, Adjunto al Jefe Producto del departamento de Marketing de la división de Frío de BSH.

Del mismo modo, Óscar Cabo, Director Comercial de Home Appliances de LG España, reseña que "el frigorífico combi se adapta muy bien al tipo de vivienda que tenemos en España, al igual que encaja con nuestros hábitos como consumidores. El éxito de los combi reside en su comodidad y en la capacidad de aprovechar al máximo el espacio". Igualmente, Sven Luce, Jefe de Producto de Miele, cree que en este dominio del frigo combi "es decisivo el tamaño de los pisos en España, ya que muchas veces, por falta de espacio, se puede instalar sólo un aparato de frío en la cocina". Por eso, José Rodríguez, Communication Manager de Indesit en España, afirma que "la razón más importante es que permite tener dos aparatos en uno -frigorífico y congelador- con una capacidad significativa en cada caso, suficiente para una familia media de cuatro miembros. Además, aparte del ahorro de espacio, resulta muy práctico tener a mano todos los alimentos en un mismo aparato".

Por otra parte, desde Teka se apunta que "las causas principales del éxito del frigorífico combi en España son dos: "la comodidad, ya que el frigorífico se utiliza mucho más que el congelador; y la capacidad, pues el combi permite congelar más alimentos y almacenarlos más ordenadamente".

Nuevos hábitos y modelos familiares
La base de esta necesidad de aumentar la capacidad de congelado reside en la configuración de un nuevo modelo de familia y la modificación de su forma de vida. Marisa Martínez-Segarra, responsable de Comunicación de Electrolux, considera que la preferencia por el combi se explica porque "desde hace unos años, las familias han modificado sus hábitos y rutinas, pues se tiene menos tiempo y se acumulan más alimentos en los congeladores. Cada vez es más habitual que los dos integrantes de las parejas 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 productos".

En la misma línea, Gil destaca que "es importante recordar que un frigorífico combinado ofrece una gran capacidad interior sin ocupar más espacio que

el estándar en una cocina. Los nuevos hábitos de vida hacen que las compras sean menos frecuentes en el tiempo, por lo que se requiere de un congelador de mayor tamaño. Por esto, le ha ido ganando terreno a los dos puertas. Y la mayor ergonomía de los combi frente a otro tipo de aparatos de frío, debido a la ubicación del frigorífico en la parte superior, dota de mayor comodidad para el usuario".

Del mismo modo, Jens Hofmann, Product Manager de Gama Blanca de Vestel Iberia, señala que "los combi realmente tienen valores añadidos, pues su reparto está conforme a la vida real. En mayor medida, se consumen productos frescos, pero el combi también tiene espacios para comida preparada y congelada que, por la falta de tiempo y cambios sociales y de estilos de vida, se consumen cada vez más. Estos aparatos reflejan muy bien dicha tendencia y dan



FOTO: BALAY

¿QUÉ BUSCA EL CONSUMIDOR NACIONAL?

Según Óscar Cabo (LG), los aspectos que más valora el consumidor español son "la eficiencia energética y la capacidad, junto a la garantía", aunque siempre buscando "ofertas competitivas, productos que le ofrezcan más valor por su dinero". Igualmente, desde Teka se anota que "además de capacidad y eficiencia, el precio es un factor muy importante a la hora de tomar una decisión de compra. Hoy, el precio es un aspecto mucho más relevante que nunca debido a la situación de crisis económica".

Asimismo, Martínez-Segarra (Electrolux), cree que el usuario español "busca una buena capacidad tanto en la parte frigorífica como en el congelador por varias razones. Cada día se ven más familias que sólo pueden hacer la compra los fines de semana, lo que motiva que el congelador se haya convertido en elemento indispensable en la cocina. Además, últimamente está aumentando la tendencia del gusto por comer sano, comida fresca y que mantenga sus vitaminas". De esta manera, Sven Luce (Miele) remarca la demanda de "alta flexibilidad para guardar los alimentos y, lo más importante, que el equipo conserve los alimentos durante el máximo tiempo posible".

Por otra parte, la responsable de Electrolux afirma que "los consumidores cada vez se fijan más en que el frigorífico que se llevan sea sostenible y tenga la máxima clasificación energética, tanto por ayudar al medio ambiente como por su propio bolsillo, ya que el frigorífico es uno de los electrodomésticos que más

energía gasta". Así, José Rodríguez (Indesit) indica que "el consumidor exige cada vez aparatos más eficientes, que les permitan un ahorro energético", de manera que "los modelos etiquetados con las letras 'A' y superior 'A+', 'A++' y 'A+++' son aquellos más demandados".

Por otro lado, el representante de Indesit también hace hincapié en que el usuario busca "que el aparato haga juego con su cocina y que tenga un diseño novedoso. Así, en los últimos años, la demanda de aparatos en acero ha crecido frente a los clásicos de color blanco". Además, realza que el "cliente presta mucha atención a avances tecnológicos que facilitan el uso del producto, como la función 'Holiday' para periodos vacacionales, etc."

Finalmente, Jens Hofmann (Vestel) reseña que "los productos que hasta hace poco estaban considerados como aparatos de nicho de mercado, ganan importancia. Entre ellos se encuentran los combis de dos metros de altura o los de setenta centímetros de ancho".

EL PRODUCTO MÁS BUSCADO

- 185x60 cm. – 200x60 cm.
- 60% frigorífico / 40% congelador
- No frost
- Clase A, A+ o A++
- Zonas de conservación especial (frescos, bebidas...)

¿SOMOS COMO NUESTROS VECINOS?

Aunque el frigorífico combinado sea el dominador absoluto del mercado de frío en España, dicha situación no es idéntica en otros países de nuestro entorno. Por ejemplo, Ana Gil (BSH) afirma que “en el resto de Europa, por el tipo de viviendas, no es tan fuerte el mercado de combis”, aunque reseña que este producto “también es muy importante en Gran Bretaña”. Asimismo, Óscar Cabo (LG) señala que “en otros países se venden más otro tipo de productos. Y varía mucho del ámbito europeo al norteamericano, por ejemplo”.

Por el contrario, José Rodríguez (Indesit) considera que “en líneas

generales, podemos decir que la tendencia es la misma en otros países. Este crecimiento del segmento de los combis se desarrolla en toda Europa con más o menos incidencia según el país”.

Por otro lado, Sven Luce (Miele) anota que “en otros mercados europeos, como por ejemplo Alemania, Austria y Holanda, los modelos de integración tienen una importancia mucho mayor que en el mercado español. Éste es el caso tanto en la gama de frío como en otras familias, como por ejemplo en lavavajillas”.

“Existen sistemas de luz led que permiten conservar las vitaminas y nutrientes de frutas y verduras el doble de tiempo que un cajón convencional”

Constante evolución

Los consumidores cada vez son más exigentes y no se guían tan sólo por el precio, aunque este factor siga siendo muy importante a la hora de decidirse por uno u otro frigorífico. Ahora el usuario busca soluciones de valor añadido, productos que le ofrezcan las mejores prestaciones al mejor precio. Esto obliga a los fabricantes a intentar ir siempre por delante de sus futuros clientes, desarrollando equipos que satisfagan sus crecientes demandas. Éstas son las principales líneas de evolución:

Eficiencia ‘A+’ y ‘A++’. El frigorífico es el electrodoméstico que más energía consume en el hogar, ya que está en constante funcionamiento. Por eso, los fabricantes no cesan en su continuo esfuerzo por mejorar su eficiencia energética. Fruto de este trabajo, la etiqueta ‘A’ ha sido superada, encontrando en el mercado frigoríficos con eficiencia energética ‘A+’ y ‘A++’. “Todos los fabricantes apuestan ya por la máxima eficiencia energética en el mercado”, comenta la representante de BSH. Así, Luce señala que “los aparatos con clasificación energética ‘A+’ garantizan un ahorro de aproximadamente un 25% respecto a aquellos con clasificación energética

‘A’”, mientras que el Communication Manager de Indesit puntualiza que los ‘A++’ “permiten un ahorro del 40% de energía” y el Director Comercial de LG incluso se refiere a los modelos ‘A+++’, que consiguen “un ahorro de hasta el 60% y una reducción de hasta 43 Kg por año en las emisiones de CO₂”. Asimismo, Gil recuerda que la ‘A+++’ es “la máxima clasificación energética que permite la nueva etiqueta”. Y especifica que “esta mejor clasificación energética se consigue con componentes optimizados como el aislamiento, evaporador o condensador, así como el uso de un compresor de velocidad variable con tecnología ‘inverter’”.

Control de temperatura y humedad. El Jefe de Producto de Miele incide en los avances tecnológicos orientados a “garantizar que la temperatura se controle electrónicamente, grado a grado y en todo momento. Incluso si las temperaturas exteriores llegan a los 43°C, los alimentos conservados estarán perfectamente protegidos gracias a un aislamiento y un compresor de calidad superior”.

Enfriamiento dinámico. Luce realza este sistema de refrigeración, que proporciona “una continua circulación del aire en el interior del frigorífico, lo que asegura una temperatura constante que ayuda a mantener todas las propiedades y nutrientes de los alimentos y productos almacenados”. Y Gil reseña que estos sistemas de circulación del aire en el interior del aparato, en combinación con los sensores de temperatura, “garantiza homogeneidad y estabilidad de temperatura, ya que el frío va a estar perfectamente distribuido y los sensores detectarán cualquier mínima variación, poniendo en marcha el funcionamiento para la perfecta conservación de los alimentos”.

Leds. Los últimos modelos incorporan iluminación interior por leds. Como explica la responsable de BSH, “se trata de una luz mucho más brillante y blanca, la cual apenas consume -diez veces menos- y que dura mucho más -hasta diez veces más- que una bombilla incandescente tradicional”. Estos sistemas de iluminación incluso sirven para mejorar las condiciones de los alimentos. Así, el responsable de LG anota la existencia de sistemas de luz led “que permiten conservar las vitaminas y nutrientes de frutas y verduras el doble de tiempo que un cajón convencional”, induciendo el proceso de fotosíntesis de aquellas.

Zonas especiales. Hofmann reseña la inclusión de zonas especiales, como aquellas destinadas a alimentos frescos, estantes para bebidas, cubiteras integradas en el cajón superior del congelador, etc. Y el responsable de Miele destaca aquellos compartimentos

El doble de potencia de succión

El doble de potencia de succión que cualquier otra aspiradora ligera mientras se usa.

Con tecnología Root Cyclone™ que no pierde potencia de succión, la aspiradora DC35 Dyson Digital Slim™ es ideal para la limpieza diaria.

El cepillo motorizado tiene escobillas de nylon y fibra de carbono. Las cerdas de nylon recogen el pelo de las mascotas y la suciedad incrustada de moquetas y tapicerías. Los filamentos de fibra de carbono recogen el polvo fino de los suelos duros.

Cuenta con un ligero tubo de aluminio para alcanzar las alturas y los lugares difíciles. El cepillo motorizado se ensambla directamente en la máquina para la limpieza de escalones. Los accesorios adicionales están diseñados para atrapar el polvo fino en espacios reducidos.

Equipada con el motor digital Dyson



UN MERCADO ‘FRÍO’

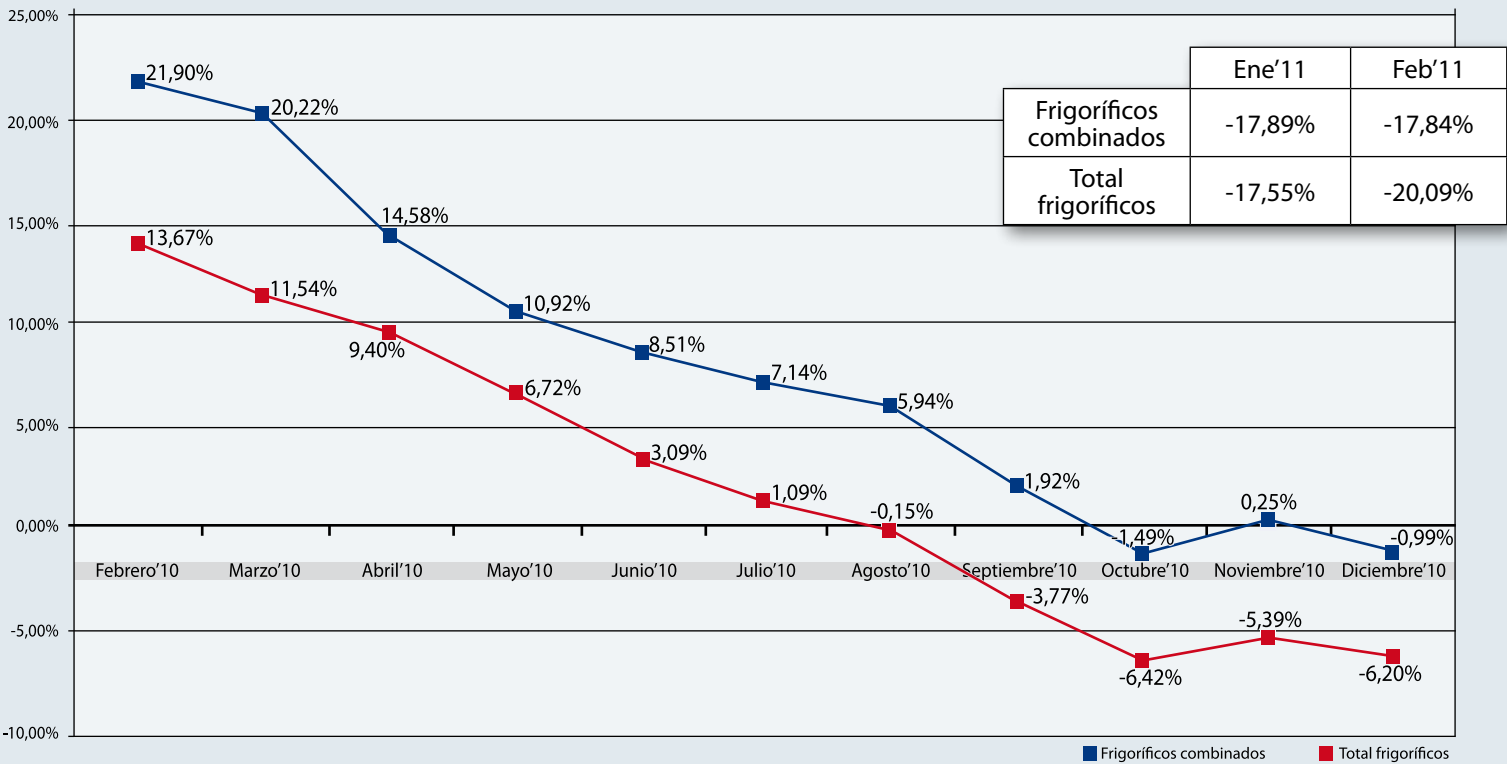
Aunque las ventas del sector de los electrodomésticos en 2010 no fueron buenas, los frigoríficos mostraron un comportamiento aceptable. Según los datos de GfK, en el último ejercicio se vendieron 1,2 millones de estos aparatos, una cantidad levemente superior a la del año precedente. Sin embargo, el descenso del precio medio (de 539 a 534 euros) tuvo su reflejo en una ligera caída del total de facturación (-0,7%), que se situó en los 649,5 millones de euros. Si atendemos a los datos de ANFEL, vemos que las ventas se redujeron tanto en el conjunto de

frigoríficos como en la categoría de los combi (-6,20% y -0,99%, respectivamente), pese a que buena parte del año se mantuvieron en registros positivos.

Así, hasta el verano se sostuvieron en una línea de crecimiento respecto al año anterior, pero en los últimos meses del año comenzaron a anotar cifras en rojo, aunque de forma mucho menos acusada en el caso de los combi. Además, el buen comienzo del pasado ejercicio está repercutiendo en las sensaciones que trae el

Evolución del mercado de frigoríficos

FUENTE: ANFEL



presente 2011. Así, los buenos registros del inicio de 2010 están haciendo que el presente ejercicio no resista la comparación, ofreciendo importantes descensos (-17,84% para los combis y -20,09% para el total de frigoríficos).

Por otro lado, nos interesa conocer el comportamiento de los equipos dependiendo del formato. Según los datos de GfK, los combi consolidaron su posición de dominio de la gama, suponiendo ya un 59% de los productos vendidos y un

66,3% de la facturación total, aumentando su cuota en ambos casos. Y respecto a la calificación energética de los equipos vendidos, vemos que la promoción de los aparatos más eficientes y los esfuerzos realizados para que el usuario tome conciencia de la importancia de este aspecto están dando sus frutos. Así, los frigoríficos con etiqueta 'A+' han dado un salto muy importante. Ya suponen un 42% de las unidades vendidas (18,6% en 2009) y han desbancado a los 'A' como líderes en facturación, aportan un 51,2% del valor del mercado (27% un año antes).

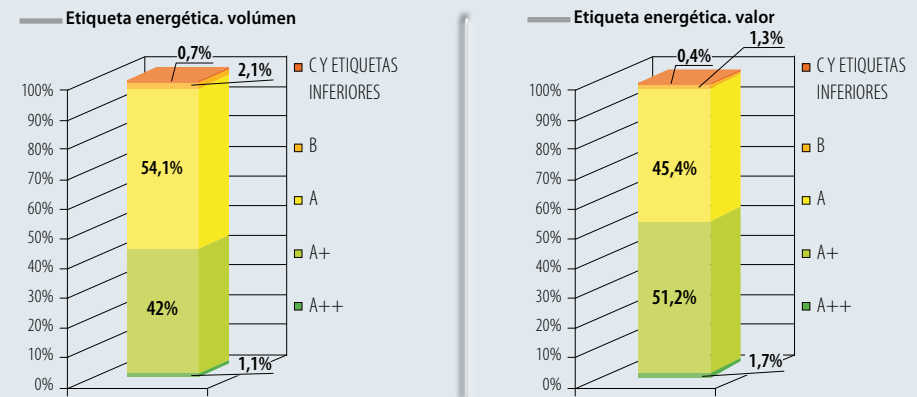
FRIGORÍFICOS

FUENTE: GfK

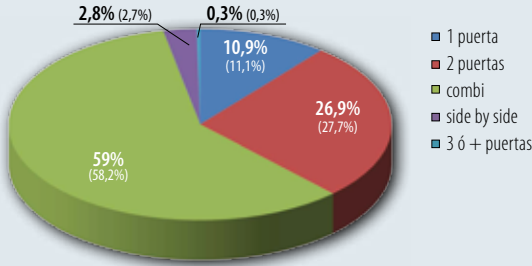
Total del Mercado

Total mercado	2009	2010	% VARIACIÓN
Unidades	1.215.213	1.217.306	0,2%
Valor miles de euros	654.416	649.536	-0,7%
Precio medio (Eur)	539	534	-0,9%

Reparto por clasificación energética

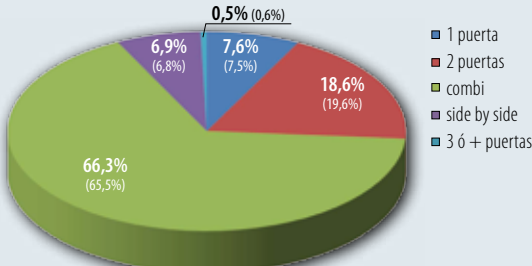


Reparto por tipo. volumen



(*) Entre paréntesis, datos de 2009

Reparto por tipo. valor



(*) Entre paréntesis, datos de 2009



FOTO: LG

que permiten “un tiempo de almacenamiento de dos a tres veces más largo para frutas, verduras, productos lácteos, carnes y fiambres, estableciendo un óptimo equilibrio entre la humedad del aire y una temperatura entre 0°C y 3°C para un almacenamiento prolongado, contando con zonas de ‘frío seco’ -con un grado de humedad del aire del 45%- y ‘frío húmedo’ -grado de humedad de hasta un 90%-”.

Versatilidad. Luce también hace hincapié en “las infinitas posibilidades para la distribución de los alimentos en el frigorífico y en el congelador”, con estantes regulables en altura, botelleros, estantes invisibles, etc. En este sentido, el responsable de Indesit también hace referencia a la inclusión en algunos modelos de “un cajón independiente que puede ser utilizado como frigorífico o como congelador, dependiendo de las necesidades del usuario en cada momento”.

Sistemas antibacterias. Desde Teka se señala la incorporación de “sistemas antibacterias con recubrimiento de iones de plata”.

Filtros de olores y sabores. La responsable de Comunicación de Electrolux se refiere a estos filtros, que garantizan la conservación de las propiedades organolépticas de los alimentos.

Funciones especiales. Los nuevos aparatos incluyen funciones para circunstancias puntuales, como congelación y enfriamiento rápido, para periodos vacacionales...

Fabricador de cubitos. Luce afirma que “cada vez es más importante el fabricante de cubitos de hielo con conexión de agua exterior, que garantiza una rápida y fácil producción para tener cubitos siempre disponibles”, pudiendo fabricar más de un kilo en 24 horas.

Nuevos formatos. Aunque los combis de libres instalación de 185x60 cm. y de 200x60 cm. siguen siendo los más habituales, el representante de Miele señala que “también otros formatos están ganando en importancia, como los modelos de libre instalación de 200x75 cm., los de integración total y los de frío ‘americano’, de integración total



FOTO: ELECTROLUX

AMPLIAS POSIBILIDADES DE ELECCIÓN



FOTO: NEFF

No cabe duda de que los frigoríficos son uno de los productos ‘fuertes’ en las tiendas de electrodomésticos. Por eso, su presencia en los establecimientos es notable: cerca de 49 referencias de 14 marcas distintas de media. La mayor oferta la encontramos en cadenas especialistas

aparatos de la familia de frigoríficos, observamos que el combi es claramente el equipo con más presencia en la tienda. Así, suele haber en torno a 31 modelos de este tipo, mientras que los equipos de 2 puertas son los siguientes en importancia (unas 9 referencias). Es decir, que en torno al 62% de los frigoríficos en el local son combis y un 19% son 2 puertas. Cabe reseñar que esta proporción varía en los departamentos de grandes superficies y las cadenas especialistas. En los primeros, el combi tiene un peso del 68% y el 2 puertas cerca de 14%; mientras que en las segundas, el combi representa un 62% del total de producto en sala y el 2 puertas, alrededor de un 16%.

En cuanto al resto de formatos, los *side by side* cada vez se ven más frecuentemente (3 modelos), mientras que suele haber alrededor 2 ó 3 referencias de frigos de 1 puerta o bajo encimera. Completan el surtido los aparatos de 3 y 4 puertas y los minibares, que no siempre se encuentran en los lineales. Y cuando están presentes, rara vez hay más de una referencia.

PRESENCIA DE FRIGORÍFICOS EN EL LINEAL DE LAS TIENDAS



Presencia en el lineal por referencias de marcas

	Grupos de compra	Cadenas especialistas	Departamentos en grandes superficies	Hipermercados	Media
Nº de referencias	31-32	56-58	43-44	32	49
Nº de marcas	12	16	16	13	14
Precio medio (euros)	670	675	830	540	680



FOTO: MIELE

Presencia en el lineal por tipo de producto

	%	Precio medio (euros)	Nº de referencias
Combi	62,3%	729	31
2 puertas	19,0%	450	9
Side by side	6,0%	1363	3
1 puerta	5,4%	703	3
Bajo encimera	4,4%	246	2
Minibar	1,9%	177	1
3 puertas	0,7%	901	1
4 puertas	0,3%	1283	1

FUENTE: ELABORADO POR PROTIENDAS A PARTIR DE DATOS DE IFR MONITORING

y con medidas de 213,5x91,5 cm. y capacidad total de 479 litros”. Y Martínez-Segarra indica el desarrollo de “modelos de 70 cm de ancho, que ofrecen una gran capacidad de uso -hasta un 15% más- y una gran flexibilidad de almacenaje”.

Hacia la integración total. Luce considera que hay una “clara tendencia hacia los modelos de integración total, que se integran perfectamente en la cocina”. En este sentido, el Product Manager de Vestel destaca los nuevos diseños de “puerta entera, sin panel en la parte de arriba ni zócalo”.

Acero y cristal. A la tendencia generalizada desde hace algún tiempo hacia modelos en acero inoxidable -que se han venido mejorando año tras año con tratamientos antihuellas, etc.- se añaden los nuevos diseños con acabado en cristal.

A la espera de ‘brotes verdes’

Todas estas novedades llegan a las tiendas para satisfacer las necesidades de los consumidores, pero también con el fin de dinamizar las ventas. Sin embargo, el mercado de línea blanca no consigue remontar el vuelo. Y la familia de frío no es una excepción. Así, el pasado ejercicio, pese a un comienzo esperanzador, poco a poco se fue dibujando una línea descendente. “La primera mitad del año 2010 fue muy buena. El cambio del tipo de IVA en el mes de julio fue uno de los factores que influyeron positivamente en la compra adelantada de electrodomésticos. Desde agosto de 2010, el mercado ha caído y durante estos primeros meses del año se ha seguido esta tendencia. Y es previsible que siga este comportamiento durante todo 2011”, valora Gil.

Asimismo, desde Teka se opina que este año va a ser “muy difícil por la pérdida de poder adquisitivo del consumidor”, aunque se anota que “la continuidad de los ‘planes renove’ en las comunidades autónomas es un aspecto muy positivo para la que siga el crecimiento del mercado, además de lo que supone en cuanto al respeto al medio ambiente”.

Por su parte, el responsable de Indesit declara que “tras un comienzo de año 2010 bastante positivo, la evolución posterior de las ventas en el sector de los electrodomésticos fue negativa, cayendo casi un 4% respecto al ejercicio anterior. Y se espera que 2011 vuelva a ser un año duro para el sector. Si nos basamos en la evolución del mercado en los últimos meses y en la situación económica general, las expectativas no son buenas”. No obstante, confía en que “en la última parte del año empiecen a aparecer los famosos ‘brotes verdes’”.

Todas estas novedades llegan a las tiendas para satisfacer las necesidades de los consumidores, pero también con el fin de dinamizar las ventas

En esa línea, Martínez-Segarra reconoce que “el comienzo de 2011 no ha sido positivo”, pero opina que “la paulatina recuperación en el grado de confianza de los consumidores y la estrategia marcada por los fabricantes presagian un repunte en las ventas a partir de la segunda mitad del año”. Aún así, cabe reseñar que pese a haber registrado un descenso en las ventas, lo cierto es que los combi se han comportado mejor que el conjunto de electrodomésticos de línea blanca y que el resto de productos de frío. “Durante 2010, el mercado de frigoríficos combinados fue el que mejor comportamiento tuvo comparado con el resto de tipologías de frigorífico”, se señala desde Teka. De igual manera, Luce incide en que en 2010, el mercado de frigoríficos sufrió una caída aproximada del 6%, mientras que la venta de combis fue casi nula comparada con el año anterior, con un -1%”.



FOTO: NEFF



FOTO: BALAY

Y para este ejercicio, Teka espera que “el combi siga ganando peso, en detrimento de los de 1 ó 2 puertas”, mientras que el responsable de Miele cree que será “otro año difícil, con un precio medio cada vez más bajo”.

También otros formatos

Aunque el frigorífico combinado copa la mayor cuota de mercado, representando alrededor de 6 de cada 10 equipos vendidos, en la familia de frío hay otros formatos con importante presencia.

Éste es el caso del clásico frigorífico de dos puertas, que aún supone un cuarto de las ventas

de esta gama. La representante de BSH señala que “según los últimos datos, se observa un cierto incremento en modelos de dos puertas cíclicos blancos”, aunque esta tendencia no sea tan fuerte como para que se pueda hablar de un cambio en las preferencias del consumidor. Además, este formato está cambiando para adaptarse a los nuevos tiempos. “Se ve una tendencia hacia modelos más grandes. Hace poco años, en este segmento el ‘rey’ era el de 144x54 cm., mientras que ahora predomina el de 160

cm. o incluso el de 170x60 cm.”, declara el Product Manager de Vestel.

Por otra parte, el Director Comercial de LG también destaca el pujante papel de los *side by side*, “muy vendidos gracias a su diseño y capacidad”.

En cualquier caso, es indiscutible que el combi mantiene su liderazgo, e incluso se consolida aún más en esta posición. “Las ventas de combis siguen manteniendo su peso del 60% sobre la venta total de frigoríficos. Y este peso incluso sigue incrementando”, afirma Luce.



FOTO: LG

FOTO: TEKA



FOTO: VESTEL