

# Electrodomésticos Encastrables

funcionalidad y diseño



La decoración hace tiempo que entró en la cocina. Además de ser un espacio funcional, los propietarios de un hogar quieren ahora que esta habitación sea acogedora y no desentone con el resto de su casa. Los fabricantes han percibido esta necesidad y han profundizado muchísimo en sus catálogos de built in para tratar de brindar a los usuarios las máximas prestaciones pero con el plus añadido de un diseño perfectamente integrable en el entorno y con los muebles de su cocina.

Foto: Ariston

Indudablemente, las tiendas de muebles de cocina siempre han sido un canal muy importante dentro del sector electro. Ahora, a la par que aparecen estudios de cocina en los que el diseño es una premisa fundamental, los distintos grupos están incorporando enseñanzas mueblistas a su estructura. La preocupación por la decoración en la cocina, inevitablemente está influyendo en la oferta de productos a la venta. Hace algunos años, los fabricantes identificaron esta necesidad creciente y muchos de ellos empezaron a componer catálogos exclusivos de built in. Hoy la oferta es amplísima y hay soluciones para casi cualquier circunstancia específica, tanto de tamaño como de diseño, todo ello sin dejar de recoger una extensa variedad de posibilidades tecnológicas.

Sin duda, como afirma Maite Aguirrebeitia, del departamento de Comunicación de Fagor, "actualmente, los productos encastrables son productos de moda". Fagor es uno de los principales actores en este segmento y, según los datos aportados por ellos mismos -elaborados por la consultora GfK-, controla un 23% del total del mercado de encastre

español gracias a la aportación de sus marcas: Fagor, Brandt, De Dietrich, Aspes y Edesa. El grupo dispone un de extenso catálogo de encastrables, "empezando por la amplia gama de electrodomésticos de línea blanca y pasando por la línea de productos de menaje de PAE, productos de confort, etc., hasta el equipamiento integral de la cocina", señala Aguirrebeitia. De hecho, su oferta llega incluso a fregaderos y grifería, así como el mobiliario oportuno. El fruto de este esfuerzo en la configuración de una catálogo adaptado a los gustos y necesidades de los consumidores se recoge en las ventas, ya que cerca de un tercio de la facturación del grupo proviene del negocio de encastre que "además es el grupo de productos que está creciendo de forma más rápida y esperamos que se incremente cerca de un 10% en 2007. Estamos aprovechando esta tendencia del mercado para innovar en este área", añade. En cuanto a la orientación de sus novedades, Aguirrebeitia señala que en el grupo conocen "el mercado, las tendencias y las necesidades de los consumidores, por lo que dirigimos el desarrollo de nuevos modelos en aspectos como ergonomía, seguridad, facilidad de uso,

etc.". Por otra parte, en Fagor son conscientes de la importancia del sector de la construcción en España, por lo que "ha adaptado su estructura comercial para atender a cada canal de acuerdo con sus necesidades más específicas".

También Teka ha dado tradicionalmente un papel relevante al encastre. No en vano, representa su principal línea de negocio, puesto que el 70% de sus ventas provienen de su gama de built in. Según indican desde la compañía, cuenta con una estructura con más de 35 delegaciones comerciales organizadas territorialmente. De esta manera procura cubrir las demandas atendiendo al

*Hace algunos años, los fabricantes identificaron la creciente preocupación por la decoración en la cocina, y muchos empezaron a componer catálogos exclusivos de built in*

## Una opción cada vez más demandada

Según indica Ricardo Moll, Product Line Manager de EHP, "en 2006, el mercado de encastre movió en torno a 4,3 millones de unidades, frente a los 11,7 millones del total de electrodomésticos, incluyendo microondas. El crecimiento frente a 2005 fue del 2,4%". Unas cifras similares manejan en Fagor, puesto que desde el grupo se afirma que "el mercado se mueve en torno al 30% para el encastre".

Si tomamos los datos de GfK para los primeros cinco meses del año podemos ver que el mercado de equipos empotrables aumentó por encima del 3% en volumen, por lo que parece que ese incremento se sostiene en el presente ejercicio. Así, los electrodomésticos de encastre, aunque con una progresión lenta, van ganando terreno sobre el total de aparatos comercializados. Lo cierto es que, si bien hay productos en los que el built in es el estándar, como en el caso de placas o campanas extractoras -ambas integradas en el 100% de los casos- y hornos, otros electrodomésticos parecen

| CUOTA DE ENCASTRE SOBRE EL TOTAL DEL MERCADO |             |             |             |             |
|----------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Fuente: GfK                                  | UNIDADES    |             | VALOR       |             |
|                                              | ENE/MAY '06 | ENE/MAY '07 | ENE/MAY '06 | ENE/MAY '07 |
| Hornos                                       | 79,4        | 80,1        | 81,4        | 81,5        |
| Frigoríficos                                 | 1,2         | 1,6         | 1,4         | 1,7         |
| Lavavajillas                                 | 14,5        | 17,0        | 18,5        | 21,3        |
| Congeladores                                 | 1,1         | 0,7         | 1,4         | 1,0         |
| Encimeras                                    | 100,0       | 100,0       | 100,0       | 100,0       |
| Campanas                                     | 100,0       | 100,0       | 100,0       | 100,0       |
| Microondas                                   | 2,8         | 3,9         | 11,8        | 15,5        |
| Secadoras                                    | 0,3         | 0,2         | 0,7         | 0,6         |
| Lavadoras                                    | 2,1         | 2,7         | 3,5         | 4,2         |

resistirse. Este caso es especialmente visible en lavadoras, secadoras y congeladores. Pero este dato hay que tomarlo con precaución, puesto que no debemos soslayar que cada vez es más frecuente que estos dispositivos se emplacen fuera de la cocina, en terrazas y tendedores o, en el caso de la lavadora y la secadora, en el baño. Un caso diferente es el del frigorífico, cuyo mercado sigue siendo casi por completo de libre instalación.

Por último, un aspecto que resalta entre estos datos es la gran diferencia que presentan las cuotas de los microondas si observamos los datos de unidades y valor. Así, podemos ver que vendiendo tan sólo un 3,9% de estos equipos para encastre, dicho volumen representa un nada desdeñable 15,5% en valor. Esto significa que los microondas elegidos para ser integrados están en un segmento de precio muy superior al de los de libre instalación.

gusto de los usuarios y dependiendo de la zona geográfica y del canal de distribución en el que se adquieren los electrodomésticos. Pese al gran peso del encastre para la empresa, Tekka no cuenta con una línea complementaria de muebles. "Ofertar otros artículos como muebles de cocina supondría competir con muchos de nuestros clientes, grandes especialistas en mobiliario de cocina con una amplia experiencia en ofrecer el tipo de producto que mejor se adapta al gusto del usuario final", explica Francisco Muñiz, Director de Ventas Nacional de Tekka. Eso sí, la empresa incorpora en su gama de encastre fregaderos y grifería. En cuanto a su línea de integrables, Tekka dispone de una extensa gama que no deja de ampliarse. Por ejemplo, en el Salón Internacional de la Cocina Integral (SICI) presentará novedades como su gama de hornos "HX", la ampliación de su línea de compactos con un horno y una máquina de café, vitrocerámicas de inducción con acabados y diseños renovados, y sus nuevas campanas verticales de aspiración perimetral.

En el caso de Franke, el encastre tiene una importancia definitiva, puesto que su catálogo está compuesto exclusivamente por equipos

built in. Como se recordará, la compañía suiza se hizo en hace dos años con la italiana Faber, dentro de la que se integraba Mepamsa. Ya a principios de 2007 anunció su definitiva fusión con la empresa navarra, lo que le ha de servir para consolidar su presencia en España. La compañía tiene en su catálogo hornos, placas, -inducción, modulares, vitrocerámica y gas-, campanas, microondas, frigoríficos, lavavajillas, lavadoras y trituradores. Además de esto, dispone de productos auxiliares como fregaderos, grifos, complementos y aparatos de gestión de residuos, aunque no oferta mobiliario ni cuenta con proveedores asociados. En cuanto a su estructura, Franke dispone de una organización comercial única y no cuenta con venta directa a construcción ya que, como explica Marta Arimany, del departamento de Export & Marketing, "está presente fundamentalmente en el mercado de renovación a través de los estudios de cocina". Debido a su presencia en el mercado a través de dicho canal, la compañía confía en que el descenso en el ritmo de la construcción afecte "muy levemente" a su actividad.

Las cuatro marcas que se engloban en el grupo Electrolux (EHP)-AEG, Electrolux, Zanussi y Corberó- conforman una gama completa

*Hoy la oferta de built in es amplísima y hay soluciones para casi cualquier circunstancia específica, tanto de tamaño como de diseño, todo ello sin dejar de recoger una extensa variedad de posibilidades tecnológicas*

que incluye productos de cocción -encimeras y campanas-, frío -frigoríficos y congeladores- y lavado -lavadoras y lavavajillas-, oferta que se encuentra en continua renovación. EHP no ofrece mobiliario ni cuenta con proveedores asociados para estos productos, y presenta una estructura comercial que establece dos ramas diferenciadas. Por un lado está el departamento centrado en especialistas de muebles de cocina y construcción; por el otro, la distribución tradicional y moderna, que incluye grupos de compra, operadores verticales e hipermercados. Como señala Ricardo Moll, Product Line Manager, la compañía tiene la intención de que el encastre "supere la tercera parte del total de las ventas lo antes posible" y explica que para 2007 "la tendencia es buena" y que esperan "seguir creciendo por encima del mercado en un entorno muy competitivo". El grupo llevará al SICI su gama de Electrolux "Global Design" y una nueva gama de hornos y también prestará especial atención a las tendencias en vitrocerámicas de inducción.

Igualmente, Indesit Company presenta con sus marcas -Indesit y Ariston- una oferta completa de encastre que incluye placas, frigoríficos, microondas, hornos, cafeteras, lavadoras, lavadoras-secadoras, campanas y lavavajillas. "La gama está en constante rediseño y mejorando cada día para ofrecer los productos más innovadores y útiles para los usuarios. Dado que las necesidades y expectativas de los consumidores van cambiando a lo largo del tiempo, hay que ir adaptando y mejorando los productos para cubrir sus demandas", indica Raquel Macho, Product Manager de Encastre de la compañía. Indesit no ofrece mobiliario de cocina pero "tiene como clientes a los mejores fabricantes de muebles del mercado, tanto nacionales como internacionales", apunta Raquel Macho.



Foto: Electrolux

**AEG TE LO PONE EN BANDEJA.**



**NUEVOS CARRILES TEFLONADOS PARA EXTRAER SÓLO LA BANDEJA DESEADA.**

AEG te lo pone ahora más en bandeja que nunca. Gracias a sus carriles telescópicos teflonados no existe una forma más sencilla de sacar la comida. Permiten cocinar hasta tres platos a la vez, evitando cualquier riesgo de vuelco y de quemaduras. Más fáciles de limpiar y con mayor recorrido de extracción. Así son los nuevos carriles de doble cuerpo de AEG. [www.aeg.com.es](http://www.aeg.com.es)

**AEG**

EXCELENTE EN DISEÑO Y RENDIMIENTO

**Electrolux**



Foto: Fagor

En cuanto a su organización, el grupo "consta de departamentos dedicados a cada tipo de cliente. Cada una de las líneas tiene su soporte específico y centralizado; de esta manera se consigue ofrecer un trato personalizado y adecuado a cada uno", precisa. Entre las últimas novedades del grupo podemos citar un horno y un frigorífico gavetero de la marca Ariston. El primero, el modelo "F 48 1012", es un horno de 48 cm. de alto -en lugar de los 60 cm. tradicionales- pero que mantiene la capacidad interior de un horno estándar (58 litros) y que, además, cuenta con tecnología de pirólisis, equipa carro telescópico y se ofrece con puerta abatible o de apertura lateral. El frigorífico "BDR 190 AAI" es un aparato encastrable con cajones gaveta que hacen posible su completa integración en la cocina. Presenta un ancho de 90 cm. y tiene una capacidad de 190 litros.

También Whirlpool dispone de una amplia gama de built in y, como explica Mirko Scaletti,

director de Marketing de Whirlpool Iberia, "la línea de aparatos de encastre se sigue ampliando según la demanda y necesidades emergentes de los consumidores". Por lo que respecta a su estructura, la compañía "dispone de un departamento de ventas independiente para el canal cocina y otro que va dirigido directamente a retail", puntualiza. Según indican desde la compañía, la facturación de

*Las viviendas actuales cada vez disponen de menos metros cuadrados, y una de las estancias que más sufre este recorte es la cocina. Los empotrables permiten un mayor ahorro para aprovechar hasta el último centímetro.*

equipos encastrables creció en 2006 un 13% respecto al año anterior (10% en volumen), mientras que para el presente año se espera un incremento del 30%. Para lograrlo, Whirlpool se apoya en sus novedades. Como desvela el director de Marketing, "tres de las novedades más importantes dentro de la gama de este año son la cafetera integrable, el horno con tecnología '6º Sentido' y la vinoteca", productos que vienen a sumarse a los habituales de cocción, frío y lavado.

El catálogo de integrables de Samsung incluye un surtido de productos entre los que se pueden encontrar frigoríficos -combi, side by side y bajo encimera-, lavadoras, microondas y vinotecas y en septiembre tiene previsto lanzar su nueva gama de cocción de encastre. En esta línea se incluyen dos hornos eléctricos de limpieza catalítica, ambos con el sistema de cocción "Twin Convection" que hace posible cocinar dos platos a la vez; un horno rápido de 45 cm. para aprovechar al máximo

## La elegancia del acero, en toda su expresión

Formas puras, simetría, limpieza de líneas. La elegancia y la sencillez del acero hacen que en tu cocina la belleza se exprese en cada rincón, en cada metro. Porque **sólo Miele** puede ofrecerte **la solución más completa para tu cocina, con todos los aparatos fabricados íntegramente en acero inoxidable**: el frigorífico, la campana extractora, el horno, el lavavajillas, la lavadora... Y ahora, además, **la secadora**. Diseños de modernidad perdurable, en los que la más avanzada tecnología garantiza siempre los mejores resultados y la máxima calidad.

Para que, en tu cocina, todo sea elegancia, pero la elegancia no lo sea todo.



**Miele**  
MEJORANDO SIEMPRE

## Built In: diseño, orden y espacio

¿Cuáles son las principales ventajas que tienen los electrodomésticos integrables frente a sus hermanos de libre instalación? ¿Por qué elegir estos artículos? La razón esencial es, lógicamente, el diseño.

En un momento en el que la decoración recoge un papel esencial a la hora de equipar la cocina, los equipos empotrables son casi un elemento imprescindible. "Los encastrables se integran en el espacio y el ambiente creado en la cocina. El consumidor puede jugar con su colocación y escoger si quieren mantener el electrodoméstico visible, en formato de armario a juego con el mueble e incluso se puede definir más el acabado que con un electrodoméstico de libre instalación", incide Mirko Scaletti. "La tendencia a ocultar algunos aparatos

-la lavadora, por ejemplo- cada vez es mayor. Siempre da un toque más elegante a la cocina ver más muebles que electrodomésticos", explica Carlos Odriozola. Pero quizá lo fundamental es que, como apunta Raquel Macho, "la ventaja es que puede ser personalizado con el resto de la cocina. De esta manera podemos diseñar el estilo de cocina que más nos guste y queda todo instalado a la misma altura y con las misma estética".

Pero ésta no es la única ventaja que ofrecen los encastrables:

**Orden y limpieza.** Raquel Montero incide en que "la estética integral de la cocina destaca por su belleza, practicidad y personalidad", pero no se olvida de resaltar

que los productos de built in hacen posible disponer de "más orden y limpieza en la cocina". De igual modo, Marta Arimany señala los aspectos funcionales de estos montajes, ya que evitan "fisuras por donde se cuelan grasas y restos".

**Ahorro de espacio.** Las viviendas actuales cada vez disponen de menos metros cuadrados y una de las estancias que más sufre este recorte es la cocina. Montero incide en que los artículos empotrables permiten "un mayor ahorro de espacio para poder aprovechar hasta el último centímetro y utilizarlo en lo que realmente se necesita".

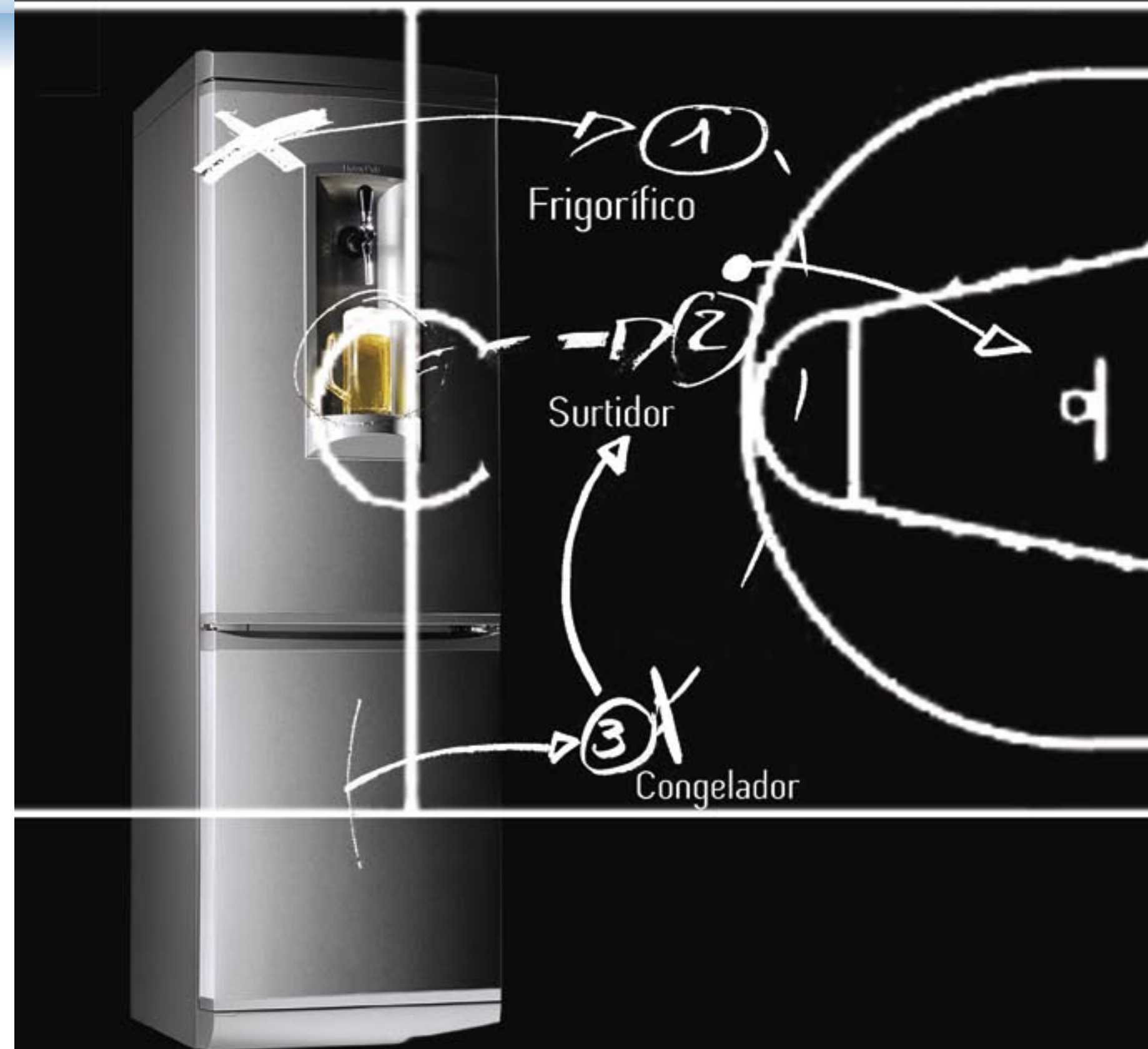
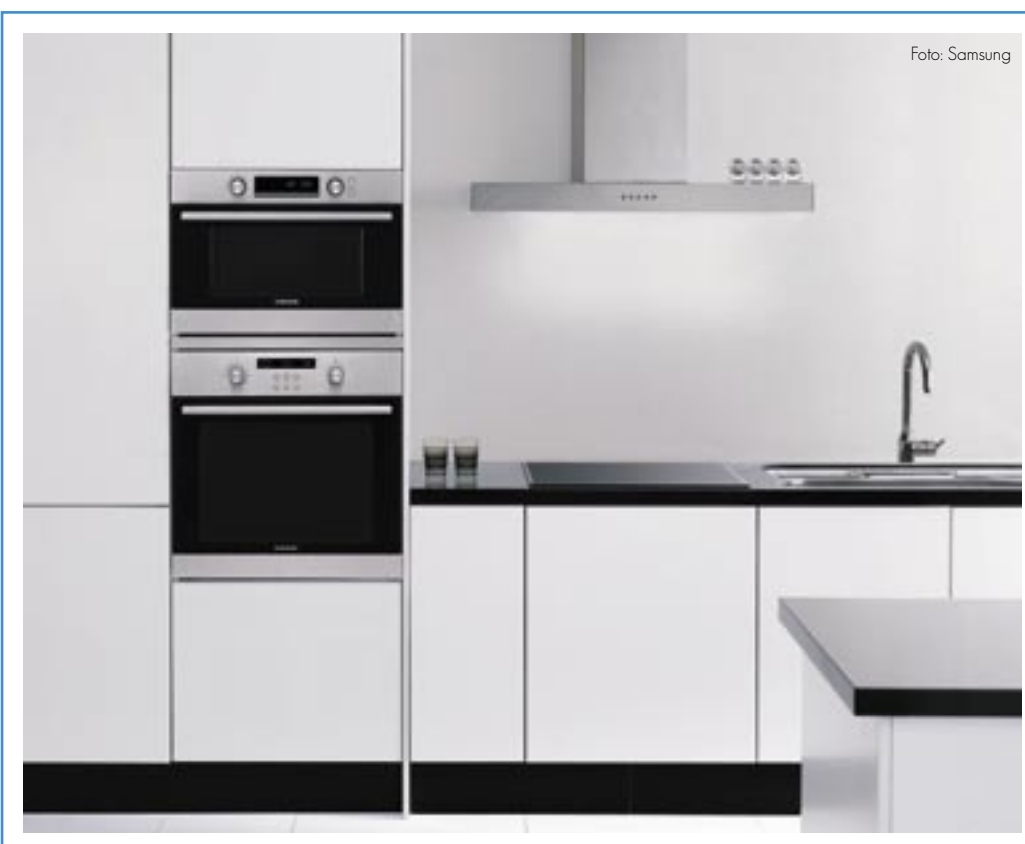
**Silencio.** En muchos casos, estos equipos aportan un mayor silencio en las cocinas.

el espacio de la cocina; y una vitrocerámica con la tecnología "touch control" y diferentes zonas de cocción ampliables. Dentro de la organización de Samsung, los encastrables se enmarcan en el departamento de Gama Blanca, así que no existe una estructura diferenciada, aunque están en fase de nueva creación departamentos especializados en la venta a construcción. Según apunta Raquel Montero, Product Manager de Gama Blanca en España, el pasado año los artículos de built in de Samsung reportaron el 5% sobre el total de línea blanca, y para el presente ejercicio los objetivos pasan por "consolidar la marca Samsung en gama blanca y lanzar la nueva línea de encastre".

Según explica Carlos Odriozola, Product Manager de Built In de Candy, "el abanico de productos de encastre va desde los hornos y las placas hasta aparatos más sofisticados como calentaplatos, cafeteras y una purificadora de agua". Además, afirma que "la gama se va a ampliar y renovar en un futuro muy cercano" y que alguna de esas novedades las podremos ver en el próximo SICI. Aunque Candy no fabrica muebles de cocina, sí que se esfuerza en facilitar la elección a sus consumidores y piensa en el diseño. Según Odriozola, "Candy crea ambientes de cocina, ya que todos los electrodomésticos se dividen en ambientes

que siguen una coordinación estética perfecta entre ellos, tanto en los acabados como en pequeños detalles". Además, el grupo cuenta con un departamento especializado en la venta a construcción porque considera que, como explica el Product Manager de Built In, "la atención al cliente tiene que ser personalizada y lo más cercana posible", por

lo que se esfuerzan en "dar la sensación al cliente final de sentirse respaldado en todo momento". De esta manera, "en 2006 Candy se propuso relanzar el encastre dentro del grupo, dando mayor cobertura y servicio a todos los clientes mueblistas. Esta nueva estructura por la que el grupo ha apostado empieza a dar sus frutos", añade.



# La afición se merece el triple

Home Pub es un frigorífico funcional, resistente y único.

Integra en su parte frontal un dispensador para que puedas disfrutar cómodamente en tu casa de la mejor cerveza, conservando todas sus propiedades y en el ambiente que tú elijas: solo, acompañado, con familiares o amigos.

La mejor forma de saborear los éxitos del momento.



Un momento complicado

Desde hace tiempo estamos viendo que no se trata del mejor escenario posible para los electrodomésticos de línea blanca. El descenso en el ritmo de la construcción y la subida de las hipotecas son factores determinantes para las ventas de electrodomésticos, especialmente en el caso de la gama blanca. Según los datos de ANFEL, podemos estar hablando ya de un descenso en el número de unidades vendidas, tal y como se registró en el primer semestre del año, período en el que se vendieron menos aparatos (-0,33%) que un año antes. Como indica Francisco Muñiz, director de Ventas Nacional de Teka, “los descensos en el ritmo de crecimiento de indicadores como la nueva construcción y los tipos de interés de las hipotecas indudablemente inciden de una forma negativa en las ventas del mercado de electrodomésticos, provocando que crezca de una manera mucho más lenta. La clave va a estar en saber administrar ese cambio

de tendencia, adaptándose a las nuevas circunstancias conforme a experiencias similares de épocas anteriores”. Algo más pesimista se muestra Maite Aguirrebeitia, del departamento de Comunicación de Fagor, quien afirma que “realmente todo esto -ritmo de construcción e hipotecas- ya está afectando, hasta el punto de que el incremento del encastre es inferior al de la libre instalación, incluso pensando que para fin de 2007 el ritmo de crecimiento llegue a niveles de cero”. De hecho, según los datos de la consultora GfK, en los primeros cinco meses del año el repunte en la cifra de venta de los productos de encastre fue ligeramente inferior al del conjunto de línea blanca y casi un punto porcentual por debajo en el número de unidades comercializadas. Además, el incremento de aparatos vendidos se sitúa en unos niveles escasos, por debajo del 3%. En cambio, la visión de Raquel Montero, Product Manager de Gama Blanca de Samsung

en España, es muy diferente. Así indica que “a pesar de la desaceleración inmobiliaria que está comenzando a sufrirse, esto no parece que esté afectando al sector. Las familias españolas siguen confiando en la economía española y, además, debemos contar con una población inmigrante que sigue creciendo y que ya comienza a poseer vivienda propia y a aumentar su nivel adquisitivo. Por otra parte, la mayoría de las grandes marcas están apostando por la gama de encastre y esto provocará una mayor competencia en precios y funcionalidades de las cuales el consumidor final saldrá gratamente beneficiado”.

Este año, ¿crecimiento moderado?

Con la mirada puesta en los resultados del presente año, desde Teka apuntan que “la previsión es de un crecimiento moderado, inferior al de años anteriores” y Mirko Scarletti, director de Marketing

| TENDENCIA DE LA VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS (VALOR) :: TOTAL MERCADO |             |               |           |             |             |           |         |        |
|---------------------------------------------------------------------|-------------|---------------|-----------|-------------|-------------|-----------|---------|--------|
|                                                                     | ENE/MAY '06 | ENE/MAY '07   | VARIACIÓN | MAY '06     | MAY '07     | VARIACIÓN | ENE/MAY | MAYO   |
| Hornos                                                              | 85.800.824  | 88.194.396    | 2,79%     | 17.171.765  | 17.596.338  |           | 2,79%   | 2,47%  |
| Frigoríficos                                                        | 266.120.400 | 296.816.593   | 11,53%    | 67.019.802  | 71.297.811  |           | 11,53%  | 6,38%  |
| Lavavajillas                                                        | 121.329.537 | 129.494.733   | 6,73%     | 25.580.969  | 26.980.495  |           | 6,73%   | 5,47%  |
| Congeladores                                                        | 25.563.873  | 26.810.002    | 4,87%     | 6.165.103   | 6.123.326   |           | 4,87%   | -0,68% |
| Encimeras                                                           | 100.401.544 | 103.068.495   | 2,66%     | 21.554.237  | 21.529.457  |           | 2,66%   | -0,11% |
| Campanas                                                            | 36.872.538  | 40.469.852    | 9,76%     | 7.752.301   | 8.306.145   |           | 9,76%   | 7,12%  |
| Microondas                                                          | 48.180.265  | 50.829.127    | 5,50%     | 9.233.048   | 9.687.292   |           | 5,50%   | 4,92%  |
| Secadoras                                                           | 48.809.584  | 51.722.180    | 5,97%     | 6.868.429   | 7.084.479   |           | 5,97%   | 3,15%  |
| Lavadoras                                                           | 258.240.640 | 283.751.038   | 9,88%     | 53.829.625  | 58.059.925  |           | 9,88%   | 7,86%  |
| TOTALES                                                             | 991.319.205 | 1.071.156.416 | 8,05%     | 215.175.279 | 226.665.268 | 5,34%     |         |        |

| TENDENCIA DE LA VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS (VALOR) :: TOTAL ENCASTRABLES |             |             |           |            |            |           |         |         |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-----------|------------|------------|-----------|---------|---------|
|                                                                          | ENE/MAY '06 | ENE/MAY '07 | VARIACIÓN | MAY '06    | MAY '07    | VARIACIÓN | ENE/MAY | MAYO    |
| Hornos                                                                   | 69.824.642  | 71.901.549  | 2,97%     | 14.115.299 | 14.370.062 |           | 2,97%   | 1,80%   |
| Frigoríficos                                                             | 3.815.612   | 5.181.259   | 35,79%    | 999.127    | 1.168.241  |           | 35,79%  | 16,93%  |
| Lavavajillas                                                             | 22.448.221  | 27.532.619  | 22,65%    | 5.083.205  | 5.922.375  |           | 22,65%  | 16,51%  |
| Congeladores                                                             | 354.110     | 271.789     | -23,25%   | 90.171     | 47.616     |           | -23,25% | -47,19% |
| Encimeras                                                                | 100.401.544 | 103.068.495 | 2,66%     | 21.554.237 | 21.529.457 |           | 2,66%   | -0,11%  |
| Campanas                                                                 | 36.872.538  | 40.469.852  | 9,76%     | 7.752.301  | 8.306.145  |           | 9,76%   | 7,14%   |
| Microondas                                                               | 5.681.004   | 7.861.062   | 38,37%    | 1.379.799  | 1.587.377  |           | 38,37%  | 15,04%  |
| Secadoras                                                                | 364.339     | 328.895     | -9,73%    | 53.249     | 73.329     |           | -9,73%  | 37,71%  |
| Lavadoras                                                                | 9.059.435   | 11.866.719  | 30,99%    | 1.810.452  | 2.449.368  |           | 30,99%  | 35,29%  |
| TOTALES                                                                  | 248.821.445 | 268.482.239 | 7,90 %    | 52.837.840 | 55.453.970 | 4,95%     |         |         |

Fuente: GfK

| VARIACIÓN DE LAS UNIDADES VENDIDAS RESPECTO A 2006 |           |                 |
|----------------------------------------------------|-----------|-----------------|
|                                                    | JUNIO '07 | ENERO/JUNIO '07 |
| Frigoríficos 1 puerta                              | -9,39%    | -9,39%          |
| Frigoríficos 2 puertas                             | -0,61%    | +0,40%          |
| Combinados                                         | +1,37%    | +3,64%          |
| Total frigoríficos                                 | -0,81%    | +2,16%          |
| Congeladores                                       | -10,62%   | -8,66%          |
| Lavadoras carga frontal                            | -7,03%    | +0,55%          |
| Lavadoras carga superior                           | -11,83%   | -4,73%          |
| Total Lavadoras                                    | -7,49%    | -0,01%          |
| Secadoras                                          | -9,00%    | -3,32%          |
| Lavavajillas                                       | +0,28%    | +1,92%          |
| Cocinas                                            | -15,13%   | -8,51%          |
| Hornos                                             | -3,84%    | -1,54%          |
| Vitrocerámicas+inducción                           | -5,52%    | -0,80%          |
| Resto encimeras                                    | -10,61%   | -7,78%          |
| Total encimeras                                    | -6,41%    | -2,13%          |

Fuente: Comité de Estadística y Análisis de Mercado de ANFEL

Los fabricantes saben que tienen que estar al día, por lo que no pueden descuidar las tendencias actuales, tanto estéticas como, por supuesto, tecnológicas.



Foto: Samsung

de Whirlpool Iberia precisa que se trataría de un incremento “en unidades del 2% aproximadamente y algo más de porcentaje en cuanto a valor”. Más pesimista se muestra Ricardo Moll, Product Line Manager de EHP, que estima que en 2007 “lo más probable es que el mercado no crezca o incluso caiga ligeramente. Las distintas circunstancias se harán notar de forma progresiva en los próximos años, pudiendo llegar a reducirse el mercado total en aproximadamente un millón de aparatos”.

Según los datos aportados por la consultora GfK acerca de la evolución de las ventas de electrodomésticos encastrables en los cinco primeros meses del año, podemos afirmar que, aunque a un ritmo inferior al de tiempos pasados, prosigue el crecimiento

del mercado de built in. Así, el número de unidades vendidas creció hasta mayo algo más del 5%, mientras que en valor el incremento fue del 11%. El problema es que en mayo, el último mes registrado, se puede ver una desaceleración -o incremento de la caída en ciertos productos- respecto al mismo mes de 2006. En cualquier caso, hay algunos detalles que podemos destacar. Por ejemplo, microondas, frigoríficos y lavadoras encastrables son los que más crecen -por encima del 30%- tanto en el número de unidades vendidas como en la cifra facturada. Además, supone una tendencia interesante, puesto que estos artículos -junto a las lavavajillas- marcan incrementos muy por encima de sus homólogos de libre instalación. En el lado contrario, los congeladores -aunque con unas ventas más modestas que el resto de

aparatos- fueron los electrodomésticos con peor comportamiento (-38,3% en unidades y -23,2% en valor). Sin embargo, la situación no se reproduce en libre instalación, segmento en el que los congeladores crecen en línea con el mercado.

Hornos y encimeras, caso peculiar

Por último, cabe resaltar que mientras que el número de hornos y encimeras vendidos se redujo en el periodo estudiado -tanto en el mercado global como en escastre-, la cifra de ventas apuntó una trayectoria ascendente. La explicación a este fenómeno quizá la podamos encontrar en el desarrollo de la pirólisis en los hornos y de la inducción en las vitrocerámicas, tecnologías en auge que elevan la compra de los consumidores a un segmento de gama superior.

### La tendencia actual

Los fabricantes saben que tienen que estar al día, por lo que no pueden descuidar las tendencias actuales, tanto estéticas como, por supuesto, tecnológicas. "La línea que se quiere seguir en el futuro en los electrodomésticos de encastre es que no sea una gama refida con el futuro, esto es, con la tecnología. Cada vez más avances se instalan en los aparatos de encastre para hacerlos más eficientes, silenciosos e inteligentes", precisa la Product Manager de Encastre de Indesit. Dos de los avances tecnológicos que están en auge son la tecnología pirolítica en hornos y la inducción en placas vitrocerámicas. Además, podemos detectar las siguientes innovaciones:

**Líneas rectas, acero y cristal.** "La tendencia más clara en la actualidad son las líneas horizontales y los planos rectos, los acabados en inox y las grandes capacidades", indica el Product Line Manager de EHP. Por otra parte, el director de Venta de Teka apunta que se aprecia una "disminución del acero en favor de mucho más cristal en todos los aparatos de cocción".

**Renovación de los mandos.** "La sofisticación de los paneles de mandos también está marcando una tendencia, siendo cada vez más habitual la existencia de mandos electrónicos y controles escamoteables", señala Muñoz. En el mismo sentido, Moll resalta la "mayor presencia de controles electrónicos que facilitan el manejo y brindan mayores prestaciones". Igualmente, en Fagor apuestan por nuevos modelos que atiendan aspectos de ergonomía, seguridad y facilidad de uso.

**El tamaño sí importa.** Las necesidades de las familias actuales han cambiado y ahora el espacio es fundamental, por lo que hay que adaptar el tamaño de los equipos a las necesidades de los consumidores. Cada vez es más frecuente ver electrodomésticos de pequeñas dimensiones, ideales para cocinas de reducido espacio o para satisfacer las necesidades de familias formadas por parejas sin hijos, por ejemplo.

**Ahorro energético.** Los integrables no son menos que sus "hermanos" de libre instalación y cada vez presentan menor consumo energético sin disminuir sus prestaciones.



Foto: Ariston

Por su parte, BSH Electrodomésticos cubre las necesidades de encastre de los usuarios gracias a las gamas de marcas como Bosch, Siemens, Balay, Gaggenau, Neff, Lynx o Constructa, entre otras. Entre sus novedades más recientes podemos contar con el llamado "Espacio Modular Balay", una gama de cocción que incluye catorce hornos, tres microondas y una cafetera, todo ello combinable de múltiples maneras para adecuarse al gusto del consumidor y presentado con diseños y dimensiones compactas. Por ejemplo, cuenta con hornos de 45 cm. de alto e incluso dispone del modelo "3HT-548 XP", de 42 cm. de alto.

Concluimos este repaso con Smeg, una firma que muestra una oferta de aparatos integrables con novedades interesantes. Un ejemplo es su lavavajillas horizontal "STO905", cuya peculiaridad radica en que cuenta con un ancho de 90 cm. -frente a los 60 cm. convencionales- y se olvida de la clásica instalación, apoyado en el suelo. Así, el equipo está pensado para integrarse especialmente en cocinas suspendidas o con cajones gaveta.



## Frigoríficos de diseño General Electric

Disfrute ahora de la mayor gama de frigoríficos side by side diseñados para satisfacer a los consumidores más exigentes

Tecnología, Diseño, Capacidad y Confort. General Electric side by side



LSY Companies Branch Spain / Distribuidor exclusivo para España de GE Appliances  
C/ Marconi, 18 Pol.Ind.de Coslada / 28823 Coslada MADRID  
Tel.+34 91 4852930 / Fax +34 91 6698801 / comercial@lsycompanies.eu

