



Foto: Frigicoll SBSes 7273

Frigoríficos y Congeladores

Innovación para impulsar el mercado

La gama de frío es quizá una de las que mayores cambios ha experimentado en los últimos años. Un ejemplo de ello ha sido la transición de las preferencias de los usuarios del tradicional aparatos de dos puertas con congelador superior al frigorífico 'combi', con mayor espacio de congelación. Además, la tecnología 'no frost' se ha convertido casi en el estándar. Por otro lado, del clásico arcón congelador se ha evolucionado hacia modelos verticales adaptables a otros entornos y combinables con frigoríficos para conformar conjuntos 'side by side'. Y no podemos olvidarnos de la fulgurante irrupción en el mercado de las vinotecas, un producto anteriormente circunscrito a un público muy limitado.

La evolución de la forma de vida de las familias y las variaciones operadas en sus necesidades han sido los catalizadores de un cambio en la composición del mercado de frío. Actualmente, al abrir una nevera no vemos los mismos productos que hace 10 años y esto, a la fuerza, tiene que notarse en los aparatos. Así, como explica Ricardo Giner, Product Manager de Frío de BSH Electrodomésticos España, “el mercado español ha cambiado en los últimos años de forma espectacular en relación al perfil de aparato demandado. El consumidor siente hoy más necesidad de conservar y congelar más alimentos como consecuencia de una progresiva incorporación de la mujer a la vida laboral, siendo necesario reducir la frecuencia en la compra de alimentos. Por lo tanto, bien en la renovación del aparato antiguo, bien en el equipamiento de nuevos hogares que se forman, se sustituye el concepto de frigorífico por el ‘combi’, es decir, un aparato que tiene bien definido un compartimento frigorífico y un compartimento congelador con cajones que permite disponer de mayor capacidad de almacenamiento tanto de alimentos frescos como congelados. Por otra parte, la mayor necesidad de conservar durante más tiempo alimentos frescos en el frigorífico ha obligado a transformar la tecnología tradicional -estática o cíclica- de conservación utilizada hasta hace 6 u 8 años por la tecnología ‘no frost’, que permite la conservación, entre otros, de alimentos como carne o pescado en perfectas condiciones de textura y sabor a temperaturas cercanas a 0 °C más tiempo; mientras que en el congelador se evita la formación de escarcha, lo que redundará en mayor eficiencia y menor consumo energético”. Además, hay que considerar la necesidad de almacenar más alimentos, lo que “ha motivado la incorporación al hogar de modelos más grandes, bien en altura -hasta 2 metros- y en anchura -hasta 70 cm.-”, señala Giner. Y todo ello sin olvidar la mayor toma de conciencia respecto al ahorro energético que cada vez más tiene el comprador. Así, como explica Andrés Miñarro, Product Line Manager del Grupo Electrolux, “la mayor demanda se encuentra en los productos clase A, puesto que los de clasificación inferior cada vez tienen menos cabida en el mercado. Además, existen iniciativas de ahorro energético para restringir las clasificaciones de menor eficiencia”. En el mismo sentido, Sara Ceccacci, Trade Marketing de Libre Instalación de Indesit Company, resalta que

“los modelos más demandados son los de alta clasificación energética debido a que al comprar aparatos de menor consumo, el cliente percibe un descuento en el precio”, alude refiriéndose a los ‘planes renove’ desarrollados por el Ministerio de Industria y ejecutados por las Comunidades Autónomas. El resultado es que muchos fabricantes han reducido al máximo su oferta de frigoríficos con menor rendimiento, quedando en sus catálogos tan sólo los de mayor eficiencia.

Por otra parte, Pedro Cuerda, Product Manager Director de Teka Industrial, cita algunos equipamientos que cada vez se demandan con más frecuencia, como “displays LCD en la puerta que informan permanentemente al usuario de la temperatura de cada zona del frigorífico, bajos niveles de rumorosidad o sistemas de control inteligente y electrónico del frío”.

La situación del mercado

El sector ha demostrado su dinamismo para adaptarse a las necesidades del cliente. Sin embargo, el mercado está reflejando las complicaciones propias de una coyuntura económica desfavorable, con demasiadas

incertidumbres, algo que afecta al consumo de bienes de carácter duradero y fruto de una compra meditada como son los frigoríficos. "A corto plazo, el mercado de aparatos de frío se puede ver ligeramente afectado, no tanto por la desaceleración de la construcción -aunque algo también- como por la propia desaceleración de la economía, que en algunos casos puede provocar el alargamiento del momento de renovación de producto como consecuencia de una menor renta disponible. No obstante, no debe afectar en exceso, ya que se van a mantener en los próximos años los denominados 'planes renove', donde las Comunidades Autónomas van a subvencionar hasta con 105 euros la renovación de aparatos de frío en eficiencia energética A+.

Por lo tanto, no parece que el mercado deba sufrir a corto plazo y se producirá una estabilización a medio plazo", valora Giner. También ve con optimismo el futuro inmediato del sector Anabel Montero, Category Manager Retail de Whirlpool, quien considera que se trata de un "mercado estable por la renovación constante del parque de frigoríficos existente", destacando la evolución hacia productos de mayor capacidad y adaptados a los hábitos de consumo. Por su parte, Miñarro considera que



Foto: Bo



Foto: Ardo COF 2510 SA

“el mercado de frío en España es un mercado maduro, con alto nivel de saturación, y de los más potentes de Europa debido a su gran volumen. Por la reducida cantidad de nuevas viviendas que ofrecen frigoríficos dentro del equipamiento inicial, este mercado no se ha visto afectado en gran medida por la desaceleración de la construcción”. Por otro lado, el Product Line Manager de Electrolux indica que “siguen existiendo segmentos de crecimiento en valor, en los que la apuesta por marcas de prestigio, las innovaciones útiles para el usuario final y las inversiones en comunicación serán vitales para participar en dichos crecimientos”, mientras que “tanto a corto como a largo plazo, las acciones de ‘plan renove’ continuarán significando

Siguen existiendo segmentos de crecimiento en valor, en los que la apuesta por marcas de prestigio, las innovaciones útiles para el usuario final y las inversiones en comunicación serán vitales para participar en dichos crecimientos

-como hasta ahora lo han hecho- un impulso importante para este tipo de productos, que son los más beneficiados por dichas iniciativas”. En una línea similar está Ceccacci, quien opina que “el mercado de frío goza y ha gozado siempre de muy buena salud”, a la par que afirma que en Indesit no se espera que “la desaceleración de la economía y la construcción afecte de forma importante en los resultados de esta gama, ya que la oferta de productos es más amplia y adaptada a todo tipo de consumidores”, destacando asimismo la aparición de “nuevos productos como las vinotecas, que están teniendo muy buena acogida”.

También Cuerda coincide en señalar que “el mercado sigue manteniendo cifras muy importantes de venta”, aunque resalta que “ya se está empezando a notar un menor crecimiento que en años anteriores”, mientras que “en 2008 se espera un ligero descenso, pero no sólo en frío, sino en todo el sector de electrodomésticos”. En esto coincide

con Marian Casas, Product Manager de Frío de Miele, quien dice que “la situación del mercado de frío es un reflejo de la que tenemos en todo el mercado de electrodomésticos”. Así, si tenemos en cuenta que, según explica, “la categoría de frío supone un 31% del volumen total de las ventas de toda la línea blanca, esto significa que las variaciones del mercado afectan enseguida a la categoría reina de los electrodomésticos”. Del mismo modo, Sonia Carujo, del departamento de Marketing de New Pol, afirma que “se prevé que este año sea de menor crecimiento” por un conjunto de factores entre los que interviene “la crisis del sector inmobiliario y que el consumidor español cada vez tiene menos poder adquisitivo”.

Mejor tras el verano

Por su parte, Carlos Alonso, director de la División de Gama Blanca de Samsung, señala que “tras varios años de auge y continuo crecimiento, la situación del mercado se ha ralentizado, produciéndose en 2007 una leve caída de unidades del 3% en relación con el año anterior”. Sin embargo, Alonso apunta que se espera “una ligera

recuperación a mediados de este año, durante el período veraniego”. Lo mismo indica Josep María Calvo Vallverdú, director general comercial de Daewoo Electronics España, quien afirma que “el pasado año el mercado de frigoríficos experimentó un receso en las ventas que se concentró en el último trimestre como consecuencia directa de las incertidumbres económicas que se vienen anunciando. No obstante, mi opinión es que, con toda probabilidad, las ventas se estabilizarán en el tercer trimestre del presente ejercicio, ya que actualmente el frigorífico es un producto de primera necesidad y existe una demanda constante no influida por la situación económica. Lo que sí variará será el importe de la inversión que el usuario vaya a realizar en la sustitución y adquisición de su nuevo frigorífico, en lo que también será de gran ayuda la ejecución de los ‘planes renove’”.

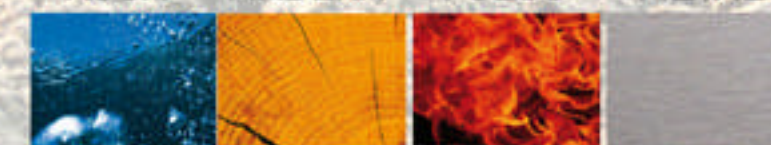
También aboga por la “normalización” del sector Eider Iraola, del departamento de Marketing de Frigicoll, quien expone que “debido a la desaceleración de la economía y de la construcción, el sector del frío ha sufrido una leve desaceleración. Sin embargo, debemos entender que la situación actualmente se está normalizando, ya que el escenario anterior corresponde a una situación económica muy favorable y a un ‘boom’ en la construcción y en el consumo general. Por lo tanto, lo lógico es pensar que las perspectivas del mercado se corresponderán a una situación económica estable, no tan creciente como en años anteriores, y a un escenario en el mercado de la construcción más normalizado”.

Por otro lado, David del Castillo, director de Marketing de Grupo Candy, incide en aspectos circunstanciales. Así destaca que “está siendo una de las familias donde la incidencia de la actual situación económica es más importante, aunque su evolución está muy ligada a la climatología. En este aspecto, el año 2007 no fue nada favorable y esto se observa en la caída de ventas, sobre todo centrada en el producto de más estacionalidad, como es el frigorífico de dos puertas convencional”. Por ello, Del Castillo opina que “es difícil predecir cómo evolucionará el mercado en un futuro, puesto que una estación de calor provocaría una mayor demanda de producto económico, mientras que la evolución del ‘combinado’ está más ligada a la situación económica”.

New **NEW POL** Element



AGUA MADERA FUEGO METAL



ARMONÍA Y EQUILIBRIO EN TU HOGAR

New Pol te presenta su nueva gama de frigoríficos.

La nueva gama de frigoríficos New Pol, son capaces de mantener el cuidado y protección de tus alimentos. Proporcionando la máxima tranquilidad en ti.

New Pol está en tu hogar.

La popularización de las vinotecas

En apenas dos o tres años, las vinotecas han dejado de ser un producto exclusivo de restauradores y expertos para convertirse en un artículo al alcance de cualquiera. La popularización de una cierta "cultura del vino", acompañada de la democratización de este electrodoméstico, ha llevado a la ampliación de su público objetivo, permitiendo un significativo incremento de las ventas. Para llegar al mayor número de usuarios, los fabricantes han adaptado este producto a todas las necesidades, incluso para aquellos que no tienen demasiado espacio ni requieren de una gran capacidad de almacenamiento. Así, podemos encontrar en el mercado vinotecas que pueden albergar desde tan sólo seis botellas hasta otras con capacidad para más de 150 unidades. De esta manera, el abanico de compradores va desde la familia con consumo ocasional de vino hasta personas con amplias bodegas o clientes del sector de la restauración.

Las vinotecas podrían definirse como armarios refrigeradores destinados a albergar botellas de vino en óptimas condiciones de temperatura y humedad. Así, hay modelos muy similares en aspecto a un frigorífico convencional, pero también podemos encontrar en el mercado aparatos con acabados en madera que pasan completamente desapercibidos en un entorno más cuidado.

Entre sus ventajas, además de las ya citadas de conservación de unas óptimas condiciones de temperatura y humedad,

las vinotecas contemplan otros aspectos importantes para un producto como el vino. Por ejemplo, estos aparatos cuidan la luz que reciben las botellas en su interior y hay modelos que presentan cristales con tintado especial de protección frente a los rayos ultravioleta, evitando así la oxidación del vino. Por otra parte, estos electrodomésticos respetan la posición de las botellas, equipando estantes que permiten la posición horizontal y con la ligera inclinación que precisan los caldos para mantenerse en contacto con el corcho. Además, los nuevos dispositivos cuentan con sistemas que reducen la vibración de los motores, con lo que evitan que éste perturbe el reposo de los vinos.



Foto: Electrolux

Las últimas novedades

Para afrontar lo que pueda traer el mercado, los fabricantes cuentan con unos catálogos que recogen las necesidades de los consumidores actuales y atienden a cualquier demanda que pueda surgir. Por ejemplo, el grupo BSH Electrodomésticos aglutina con sus diferentes marcas un ramillete de novedades. Como explica Giner, "en la actualidad BSH está trabajando en el desarrollo de nuevos proyectos centrándose de forma importante en la conservación de alimentos y la reducción de consumo energético, así como en la integración de aparatos de frío". De este modo, de la mano de Balay llegan los frigoríficos enmarcados en su 'Serie Lógica', que incorporan su nuevo 'módulo de voz', un asistente que ayuda y asesora al usuario para seleccionar las funciones que desee. Asimismo, vienen equipados con un gran LCD 'Touch Control' con el que controlar y regular



Foto: Balay 3KFP-7665

el funcionamiento del aparato. Siemens ha ampliado su catálogo con referencias como el 'KG39FP00', un 'combi' 'no frost' con tecnología de frío 'Vita Fresh', display electrónico en puerta, compartimentos específicos, funciones de 'superrefrigeración' y 'supercongelación', etc. En cuanto a Bosch, sus principales novedades se recogen en la serie de 'combis' 'KGN', todos ellos con tecnología 'no frost' y con una gama de modelos para todas las necesidades. Por parte de Gaggenau, son significativos los aparatos de frío de la gama 'Vario Cooling', engrosada por dos 'combis', dos frigoríficos, cuatro congeladores y dos vinotecas. Para finalizar con el grupo, señalaremos el 'K7791X0' de la gama 'Modular Cooking' de Neff. La modularidad de esta línea permite la combinación de los frigoríficos y congeladores con el resto de sus congeladores y vinotecas integrables de 45 ó 61 cm. Estos electrodomésticos combinan el diseño con la tecnología y con sistemas como el 'MultiAirFlow' de reparto homogéneo del frío.



Foto: Gaggenau



Foto: Electrolux Source & Glacier

Las últimas incorporaciones de Fagor Electrodomésticos se encuadran en la familia 'Massalud', con una amplia gama de 'combis' -'no frost' o en 'frío estático'- de diferentes alturas. Estos aparatos incorporan tecnología 'Duotech' y un sistema de frío más puro que mantiene los alimentos bien conservados durante más tiempo, eliminando hongos, bacterias, olores, etc. Además, gracias a un panel multiventilación que distribuye el frío uniformemente, la temperatura y humedad se mantienen homogéneas en todo el interior. A la par, su pantalla LCD y el display digital permite un control preciso de la congelación y refrigeración.



Foto: Fagor 3FC-48NFS

a las referencias de libre instalación de Electrolux, en su catálogo de frío podemos encontrar una serie completa de electrodomésticos integrables que incluye frigoríficos, 'combis', congeladores y vinotecas. Entre ellos destaca la serie 'Bright', que combinan tecnología y diseño. Igualmente, en la marca AEG encontramos una atención preferente por la integración, con una completa gama de productos, así como congeladores verticales combinables con frigoríficos para conformar un 'side by side', los clásicos congeladores horizontales o vinotecas.

Tal como asegura Ceccacci, una de las novedades más resaltables de Indesit Company son sus frigoríficos con dos puertas verticales y dos cajones. "Esta novedosa solución permite el ahorro energético, ya que sólo tienes que abrir una parte para coger el alimento que necesites. Además, cada zona tiene una temperatura adecuada para cada tipo de alimento: frescos, verduras, congelador...", explica. Por otra parte, una de las últimas incorporaciones de la marca Indesit a su catálogo



Foto: Teka NFE 420

ha sido el congelador de arcón 'OFAA 230 SI', un aparato con capacidad de 224 litros, termostato regulable o interruptor de congelación rápida, entre otras prestaciones. En el caso de Hotpoint Ariston, podemos citar el 'MBZE 45 NF BAR', un 'combi' 'no frost' con display digital, sistema 'Ever Fresh', 'Hygiene Control' antibacterias, filtro antiolores, funciones 'Supercool', 'Superfreeze' y 'Eco', 'Ice Party' para enfriar botellas, etc.

En el caso de Teka, Cuerda hace hincapié en tres modelos de frigoríficos. En primer lugar está el 'TSE 342 A', un 'combi' con control electrónico y display LCD multifunción en puerta, sistema antibacterias, congelación rápida y ultrarrefrigeración. El siguiente es el 'NFE 400', un 'combi' 'no frost' con display

digital LCD en puerta, sistema antibacterias, filtro 'Air-Clean' y función 'Eco-Fuzzy'. Por último está el 'NFE 420', un frigorífico de gran capacidad por su gran anchura. También cuenta con display digital LCD en puerta, sistema antibacterias, frío homogéneo, filtro 'Air-Clean', zona de conservación 0-3 °C y 'no frost' en el congelador. Finalmente, con la marca Küppersbusch se ha lanzado el modelo 'KE 590-1-2

T', un 'side by side' de 90 cm. de anchura y tecnología 'no frost' que incluye dispensador exterior de hielo picado y en cubitos y agua fría, y 500 litros de capacidad, además de zona de conservación 'Control Fresh' de -3 °C a +3 °C con ajuste de temperatura para vegetales, pescado y carne.



Foto: Miele KFN 8995 SD

Por su parte, según explica Casas, "Miele lanza al mercado la nueva serie de frigoríficos y congeladores 'Free Standing' con acabados en blanco y en acero inox, que renueva su diseño exterior armonizándolo con el resto de los electrodomésticos de la cocina". Así, la Product Manager de la firma resalta su tirador 'Easy-Open' y su iluminación interior por LED, el sistema de amortiguación de la puerta y el filtro antiolores 'Active Air', así como sus paredes rectas y perfiles de acero. Además, la gama cuenta con modelos con cajones 'Perfect Fresh 0 °C', fabricante de cubitos de hielo, módulos con acondicionador de vinos de dos zonas con regulación independiente de temperatura, etc. Por



Foto: New Pol NECI86N

otro lado, Casas señala sus congeladores verticales, especialmente pensados para la colación en conjuntos 'side by side' con frigoríficos.

Whirlpool también ha introducido novedades en su familia de frío, entre las que Montero destaca su "side by side" con compartimentos dedicados a la fruta fresca; los 'combi' '6° Sentido', con tecnología para la mejor conservación de los alimentos y unida a un diseño interior y exterior que cuida los detalles; y la gama completa en congeladores 'no frost'. Por ejemplo, podemos reseñar el '20RI-D4', un 'side by side' con tecnología '6° Sentido' de diseño curvilíneo y disponible en un nuevo acabado plateado. Dispone de tecnología 'no frost' y 'Multiflow' para el reparto homogéneo del frío, protección antibacterias, depósito de cubitos 'Indoor Ice' y pantalla inteligente LCD de uso fácil.



Foto: Whirlpool

El principal esfuerzo de New Pol, como reconoce Carujo, se centra en "incorporar a los catálogos congeladores verticales 'no frost'". La marca cuenta en su catálogo con referencias como el 'XR 1701 NF', un 'combi' 'no frost' con termostato electrónico y pulsador 'Superfrío'. La marca Ardo muestra una mayor apuesta por el diseño. Por ejemplo, podemos ver su colección 'Vintage', inspirada en los modelos de los años cincuenta, con trazos curvos y redondeados y en varios colores, así como la posibilidad de personalizar el aparato con la imagen que se desee. En

una línea más convencional está el 'COF 2510 SA', un 'combi' 'no frost' con tratamientos antibacterias y anticorrosión, termostato 'EasyControl', display digital, compartimento especial 0-4 °C para la conservación de carne, pescado, queso y precocinados, etc.

En el caso de Samsung, según explica Alonso, la compañía "continuará con la estética de la línea 'Core', con una mejora en la distribución del frío a través de su sistema 'Multi Air Flow', así como nuestra distribución de bandejas. Una de nuestras mejoras tecnológicas más

importantes es el cajón especial 'Cool Select Zone', que produce frío -alterno del producido por el frigorífico- y en el que se pueden introducir diferentes alimentos. Además, cuenta con programas de 'congelación suave' -llega a -5 °C-, ideal para carne roja, de ave y pescado que piensen ser conservados durante períodos prolongados; zona '0 °C Real' -humedad perfecta a 0 °C-; modo 'Fresco', ideal para frutas y vegetales; y enfriamiento rápido, ideal para cervezas, refrescos, etc. Este cajón está disponible en nuestra gama de 2 metros en los modelos 'RI44FCIS' y 'RI44QCIS'".

Entre las marcas que engloba Frigicoll, también se presentan varias novedades. Iraola precisa que "Liebherr presenta este año productos que han conseguido mejorar sus ya excelentes clasificaciones energéticas, con controles electrónicos LCD totalmente integrados en las puertas y sistema Touch Control, una iluminación mejor -algunos productos incorporan LED-, sistema 'Ice Maker' con depósito de agua en el refrigerador sin necesidad de instalación, cajones 'Bio Fresh' con tres temperaturas diferentes a seleccionar según el tipo de alimento a conservar o sistema de cierre 'Soft System'". Entre los productos más destacables, Iraola señala el 'SBSes 7273', un 'side by side' con 'IceCenter', un dispensador de agua y hielo exclusivo de este modelo, que equipa panel digital LCD con teclas 'Soft Touch' e iluminación por LED, incluso en el congelador.

Expertos en lo que más importa

Expertos, eso es lo que somos.

En el armario de cada dormitorio, en cada cocina, en cada mesa, en cada suelo. En cada uno de los rincones que nuestros clientes han hecho suyos, en cada detalle que les recuerda lo sencilla que llega a ser la perfección y lo perfecto que puede ser su mundo. Expertos, eso es lo que somos. Sobre todo en lo que más importa. Una vida cada vez mejor.



Miele
SIEMPRE MEJOR

Más información: 91 623 20 00 o en www.miele.es



Foto: LG GR-2276LXR

El frigorífico más buscado

Tipo 'Combi'
Libre instalación
Sistema 'No Frost'
Altura 181-190 cm. y ancho 60 cm.
Eficiencia Energética Clase A
Acabado en color blanco

Lo más destacable de LG se encuentra en su línea de 'side by side'. Un ejemplo es el 'GR-P2276LXR', un 'no frost' que cuida el diseño con detalles como bisagras ocultas, diseños planos, puertas de titanium anithuellas, minibar de fácil apertura o pantalla LCD para su control. Además, cuenta con 'puerta Ártica', que permite la fabricación de hielo en la puerta, dispensador de hielo -cubitos y picado- y agua, sistema de refrigeración 'Multi Air Flow', tratamiento antibacterias y tres cajones en el refrigerador. -una zona de 'Microclima' y dos 'Magic Crisper'-.

Avances que son una realidad

La evolución en el sector del frío llega por distintos caminos. Así lo expone Ricardo Giner (BSH), quien afirma que "aunque parezcan aparatos sencillos, también aparece la innovación en los electrodomésticos de frío en diferentes campos". Éstos serían los principales.

Conservación de alimentos. "Cada vez se va más en la línea de disponer de compartimentos individualizados que permitan una conservación diferencial, ya que no todos los alimentos necesitan las mismas condiciones de temperatura y grado de humedad. Por tanto, se están desarrollando nuevos aparatos que dispongan de compartimentos especiales y ello va obligando también a incrementar las capacidades", explica Giner. En el mismo sentido, Marian Casas (Miele) habla de la importancia de "soluciones específicas para la correcta colocación de los alimentos en el frigorífico: cajones de baja temperatura, enfriadores rápidos para botellas, baldas y estantes fáciles de mover y adecuar a las necesidades de cada usuario, cajones polivalentes con circuitos de frío específicos, etc.", mientras que Carlos Alonso (Samsung) explica que "todos aquellos aditamentos internos que reducen o permiten un mejor uso del espacio, son requeridos por los consumidores, por lo que botelleros, portabaldas, cajones con mayores capacidades, balcones móviles y con anchuras más holgadas son elementos necesarios que los productores deberán incluir en sus productos". En definitiva, como precisa Josep M^a Calvo (Daewoo), "la prioridad se sitúa en diseñar aparatos que ocupen poco espacio pero ofrezcan la mayor capacidad posible".

Diseño. El responsable de frío de BSH reconoce que "el aparato frigorífico es considerado hoy parte integrante del diseño de las

cocinas, ya que normalmente es el equipo que, por sus dimensiones, más destaca". Así, en este campo se han producido innovaciones como la incorporación del acero inoxidable con sistema antihuellas, de la mano de "nuevos materiales y nuevos conceptos que permiten un diseño más acorde con los nuevos materiales, colores y formas usados en los muebles de cocina de hoy", precisa Giner. Y es que hay que tener en cuenta que, como explica Andrés Miñarro (Electrolux), "aunque todavía se venden más los frigoríficos de color blanco, la estética en acero inoxidable continúa creciendo cada vez más". Del mismo modo, Alonso indica que "en los últimos tiempos ha sido reducida la distancia y ahora el 40% del mercado se sitúa en estética inox", cifra en la que coinciden algunos fabricantes del sector.

Ahorro energético. "Los frigoríficos han sido los electrodomésticos que más consumían en el hogar y la innovación está permitiendo reducir drásticamente el consumo eléctrico con la incorporación de compresores de mayor eficiencia o con nuevos compresores lineales e incluso con paneles de vacío, al mismo tiempo que se desarrollan circuitos de frío con control electrónico de mayor exactitud", apunta el responsable de BSH.

Más altos y más anchos. Los frigoríficos más altos -de 1,90 m. o más- son los que mejor están evolucionando. Incluso hay modelos de más de 2 metros. Por otro lado, aunque los aparatos de 60 cm. siguen dominando, ahora es más frecuente ver equipos de 70 cm., 'side by side', etc. "El que muchas familias estén cambiando un piso en la gran ciudad por una vivienda en alguna localidad cercana, normalmente con mayor espacio, ha conllevado un incremento de la demanda de los modelos americanos", apunta Calvo.

En Daewoo Electronics tienen claro cuál es el posicionamiento para sus lanzamientos. Como indica Calvo, "Daewoo busca prioritariamente satisfacer las necesidades del usuario sin exigirle esfuerzos económicos complementarios e inútiles. Nuestros próximos modelos tendrán como eje incrementar las prestaciones básicas del producto sin aumento de costes, mejorar aún más la eficiencia energética y utilizar materiales más respetuosos con el medio ambiente". Entre sus últimos lanzamientos podemos citar el 'FRN-U20GFV', un 'side by side' con tecnología 'no frost', sistema 'Multi Air Flow', pantalla LCD de control y detalles como el cajón 'Magic Cool' -que adapta su temperatura automáticamente según el tipo de alimento que se indique-, así como compartimentos para frutas y verduras con control de humedad o espacio de minibar.



Foto: Samsung RI44QCS

Si hablamos del Grupo Candy, del Castillo resalta que la compañía "está lanzando propuestas muy atrevidas en diseño y funcionalidad. La gama de productos 'Visión' son un ejemplo de cómo el frigorífico ya no es solamente un 'armario que conserva alimentos'. Internamente son productos muy ricos, con zonas especialmente pensadas para diferentes tipologías de alimentos: derivados de la leche, frutas, alimentos frescos...". En cuanto a la marca Hoover, podemos referirnos al 'HVNP 3887', un 'combi' 'no frost' que aúna diseño, funcionalidad y tecnología gracias a su display LCD, sistemas 'Fuzzy Logic' o sus compartimentos '0 °C' y 'fast cooling'.



Foto: Daewoo ERF-387-367NH

Por último, de la marca Smeg se destaca su 'FAB28', incluido dentro de la gama 'Bombino'. Se trata de un aparato en el que

prima el diseño, con líneas redondeadas y de inspiración en los años cincuenta. Está disponible en 14 colores diferentes, incluidos modelos multicolor, a rayas o con banderas como la 'Union Jack' del Reino Unido o la 'Tricolore' italiana.



Foto: Indesit OFA230SI



Foto: Smeg FAB28RP

Las tendencias futuras

Frío integrable. El desarrollo de aparatos con la finalidad de conservar tipos específicos de productos ya es una realidad patente -como podemos ver con el ejemplo de las vinotecas- y es probable que se profundice más en esta línea, por lo que se empezará a buscar una mayor integrabilidad de los equipos. “En un futuro se tendrá muy en cuenta la conservación de alimentos, por lo tanto, la integrabilidad de aparatos con características de conservación diferentes será una realidad: un congelador, un conservador de frutas y verduras, de carnes y pescados, de vinos, etc. Todo ello estará de manera integrada mediante formas distintas”, adelanta Ricardo Giner (BSH).

Aún menos consumo. “A medio plazo, se va a insistir, sobre todo en la UE, en la reducción de energía eléctrica, tanto en frigoríficos como en congeladores”, indica el responsable de BSH. Así, los fabricantes ya ofrecen -y el consumidor está empezando a buscarlos- aparatos con eficiencia energética A+ o incluso A++.

Líneas curvas. Los trazos rectos están cediendo el paso a una suavización de las líneas, con menos aristas y más curvas. Incluso algunos fabricantes están recuperando estéticas “retro”, diseños que recuerdan a los equipos de los años cincuenta, redondeados y con cromados en tiradores.

Colores. El clásico blanco ya no es la única opción. Además de la citada popularización del acero y los metalizados, en el catálogo se están introduciendo aparatos de colores vivos y vibrantes: rojos, azules, amarillos...

Dispensadores. Cada vez es más frecuente que los frigoríficos ofrezcan innovaciones que suponen un “plus” para el consumidor, como “dispensador exterior de agua fría, cubitos de hielo o hielo picado y filtro de agua interior más accesible o nuevas versiones sin dispensador exterior”, señala Pedro Cuerda (Teka).

Fuera de la cocina. “Veremos novedades dirigidas a sacar el frigorífico de la cocina, pensando en ofrecer al usuario todos los beneficios del frigorífico dentro de espacios más orientados al ocio”, señala Andrés Miñarro (Electrolux). Del mismo modo, Marian Casas (Miele) reseña el próximo desembarco de “modelos que podrán perfectamente convivir con la decoración de nuestro salón o despacho”.

Respeto por el medio ambiente. Además de reducir el consumo eléctrico de sus dispositivos, los fabricantes paulatinamente apuestan más por la incorporación de “nuevos materiales, reduciendo elementos desechables y no reciclables, ya que el futuro pasa por la creación de productos 100% limpios, reciclables”, apunta Josep M^a Calvo (Daewoo).

La evolución de los congeladores

¿Cuál es el perfil del comprador de congeladores? Para Sara Ceccacci (Indesit), los principales demandantes de estos productos son “familias con varios miembros -4 ó 5- y con una vivienda independiente de varias plantas”, a la par que reseña que “dado que se están produciendo congeladores de tamaños más reducidos, cada día son más las familias de pocos miembros las que se decantan por un congelador como complemento al frigorífico”. Profundizando en esta definición, Ricardo Giner (BSH) apunta que “la evolución del tipo de hogares ha permitido la creación de dos perfiles diferentes de comprador de congeladores. Hasta hace pocos años, los congeladores eran casi todos el denominado ‘arcón’ horizontal de gran capacidad y el consumidor casi siempre se situaba en la zona rural. Los hábitos de vivienda y alimentación lo permitían -mayor espacio para su colocación- y lo hacían necesario -por la conservación de mucha cantidad de alimentos congelados-. En las zonas urbanas, en los últimos tiempos se ha producido una importante transformación con la creación alrededor de las grandes ciudades de viviendas unifamiliares -chalés, adosados, etc.- con mayores espacios útiles -cocinas más grandes, bodegas, etc.-, en las cuales el consumidor ha instalado dos aparatos independientes: un frigorífico y un congelador vertical con cajones en lugar de un sólo aparato”. Igualmente, David del Castillo (Candy) apunta que el perfil de comprador responde a “dos tipos bien diferenciados”, puesto que hay un “comprador de ‘arcón’ que, o bien adquiere el producto para una finalidad concreta -época de matanzas, cacería, etc.-, o bien como ‘comodín’ en su casa; y por otro lado está el que adquiere un congelador vertical, que es un usuario totalmente diferente, que busca un ‘algo más’, con conceptos como el ‘no frost’, capacidades, posibilidad de combinar con ‘cooler’, etc.”. En el mismo sentido, Andrés Miñarro (Electrolux) indica que “el mayor peso de venta se encuentra todavía en los congeladores horizontales, aunque esta tendencia va cambiando y cada vez más usuarios prefieren un congelador vertical debido a la menor disponibilidad de espacio. El incremento en la venta de congeladores verticales también se ha debido al progresivo desarrollo de su estética, más en línea con el diseño de la cocina, la mejora de sus clasificaciones energéticas y el desarrollo del ‘no frost’ como el tipo de frío más demandado”. Así, aunque 2007 fue un año complicado para los congeladores, que vendieron un 5,34% menos de unidades, con un exiguo crecimiento del 0,2% en su facturación, se consolidó la tendencia al alza de los aparatos verticales o de ‘armario’, frente al declive de los de ‘arcón’. De los primeros, el pasado año se vendió un 8,86% más de unidades que en el período anterior (+8,11% en valor) y ya representan un 43,8% del total de equipos vendidos. También es significativo que dicha cuota se traduzca en un 54,12% de las ventas, lo que significa que los verticales presentan un precio un tercio superior a los horizontales. Por su parte, éstos redujeron sus ventas el pasado año un 14,07% en volumen y un 7,76% en valor. En cuanto a las capacidades comercializadas, los arcones más vendidos fueron los de menos de 125 litros de capacidad (34,27% del volumen y 24,5% del valor), aunque los únicos que mejoraron sus cifras fueron los de capacidades de 201 a 250 litros (+0,45% en volumen y +10,73% en valor), que se consolidan como los segundos en cuota, ya que significan un 17,9% de las unidades vendidas y un 20,06% de la facturación total de horizontales.



Foto: AEG

Un año complicado

El pasado año no fue nada bueno para el mercado de frío. Según los datos registrados por la consultora GfK, en 2007 la venta de frigoríficos cayó un 2,93% en unidades, mientras que en valor se produjo un escaso incremento del 0,99%. Además, si atendemos a las estadísticas de ANFEL podemos ver que el año no ha comenzado mejor, sino que parece que se ha profundizado la tendencia a la baja. Así, en febrero se redujeron las ventas un 9,37% para registrar un acumulado negativo en los dos primeros meses del año del 14,01%. Sólo los frigos de una puerta mostraron un comportamiento positivo en este período, mientras que la peor tendencia la marcaron los de dos puertas o ‘top’, con congelador superior. De esta manera, se confirman las sendas marcadas



Foto: Gaggenau RB491

Ventas de Congeladores en miles de unidades		
Tipo	Ene'06 - Dic'06	Ene'07 - Dic'07
CONGELADORES	234,2	221,7
Armario	89,2	97,1
Arcón	145,0	124,6
ARCÓN	145,0	124,6
Hasta 125 litros	57,9	42,7
126 a 150 litros	8,6	7,8
151 a 200 litros	8,0	6,1
201 a 250 litros	22,2	22,3
251 a 300 litros	19,6	15,1
301 a 400 litros	21,1	15,1
Más de 400 litros	4,4	4,2

Fuente: GfK. Elaboración: Protiendas



durante el pasado año, puesto que si observamos los datos de GfK para 2007 podemos ver que los dos puertas ‘top’ fueron los que más cayeron, tanto en volumen (-11,29%) como en valor (-7,44%), mientras que los de una puerta crecieron levemente en unidades (+0,15%) y algo más consistentemente en valor (+3,59%). También tuvieron un buen comportamiento los ‘combi’, que aumentaron su facturación un 3,62% gracias a que consiguieron colocar un 1,05% más aparatos que el año anterior. Además, cabe señalar que los ‘combi’ ya suponen un 54,88% del total de frigoríficos comercializados y reportan un 62,99% del total facturado, frente al 29,65% de unidades y el 20,29% de valor que significan los ‘top’. Por otro lado, cabe anotar un pequeño “frenazo” de los ‘americanos’, que redujeron su volumen un 1,15%.

Si prestamos atención a otros aspectos, podemos comprobar que el ‘no frost’ continúa aumentando su penetración, ganando la batalla a los ‘cíclicos’. Así, mientras que se vendió un 10,16% más de equipos ‘no frost’, con un crecimiento en valor del 9,54%, los ‘cíclicos’ redujeron sus ventas un 16,06% para facturar un 14,85% menos que en 2006. Gracias a estos movimientos, el ‘no frost’ ya supone un 70,42% del valor total, a pesar de que su volumen de ventas aún representa un 56,2% del total de unidades puestas en el mercado.

En cuanto a dimensiones, el pasado año se consolidó el auge de los ‘combi’ de mayor tamaño, ya que los frigoríficos de más de 190 cm. marcaron un crecimiento del 6,25% en volumen y del 6% en valor. Estos aparatos ya suponen un 31,87% del total de unidades comercializadas y aportan un 40% de la facturación. En cualquier caso, los equipos de 181 a 190 cm. siguen dominando el mercado, con una cuota del 59,48% en cuanto al número de unidades vendidas y un 53,05% en lo que se refiere al valor de las mismas.

Evolución por Familias		
Productos	Mes Febrero	Acumulado Enero-Febrero
Frigoríficos 1 puerta	+3,47%	+3,21%
Frigoríficos 2 puertas	-8,64%	-20,87%
Combinados	-12,39%	-13,69%
Total Frigoríficos	-9,37%	-14,01%
Congeladores	-19,76%	-15,69%
Fuente: Comité de Estadística y Análisis de Mercado de ANFEL		

Ventas de Frigoríficos en miles de unidades			Ventas en miles de euros	
Tipo	Ene'06 · Dic'06	Ene'07 · Dic'07	Ene'06 · Dic'06	Ene'07 · Dic'07
TOTAL	1492,7	1448,9	784.532	792.273
1 puerta	67,9	68,0	37.679	39.032
2 puertas	484,3	429,6	173.685	160.765
Combi	76,9	795,2	481.608	499.040
No frost	747,3	823,2	509.310	557.907
Cíclico	745,4	625,7	275.223	234.366
Combi hasta 170 cm.	9,9	7,7	4.644	3.683
Combi 171-180 cm.	66,2	58,6	32.359	29.756
Combi 181-190 cm.	471,5	473,1	256.067	264.735
Combi + de 190 cm.	238,5	253,4	188.307	199.610
Fuente: GfK. Elaboración: Protiendas				GfK

PRINCIPALES PROVEEDORES DE FRIGORÍFICOS Y CONGELADORES EN ESPAÑA			
MARCA	EMPRESA	TLF	WEB
AEG	ELECTROLUX HOME PRODUCTS ESPAÑA, S.A.	902144145	www.aeg.com.es
AMANA	FRIGICOLL, S.A.	934803322	www.frigicoll.es
ASPES	FAGOR ELECTRODOMÉSTICOS, S.COOP.	943719100	www.fagor.com
BALAY	BSH ELECTRODOMÉSTICOS ESPAÑA, S.A.	976578000	www.balay.es
BAUKNECHT	WHIRLPOOL IBERIA, SUC. ESPAÑA	932958600	www.bauknecht.com
BEKO	BEKO ELECTRONICS ESPAÑA, S.L.	933184647	www.beko.es
BLOMBERG	LSY COMPANIES	914852930	www.lsycompanies.com
BOSCH	BSH ELECTRODOMÉSTICOS ESPAÑA, S.A.	976578000	www.bosch-ed.com
CANDY	CANDY HOOVER ELECTRODOMÉSTICOS, S.A.	943037300	www.candy.es
DAEWOO	DAEWOO ELECTRONICS EUROPE, SUC. ESPAÑA	932623030	www.daewoo-electronics.es
EDESA	FAGOR ELECTRODOMÉSTICOS, S.COOP.	943719100	www.fagor.com
ELECTROLUX	ELECTROLUX HOME PRODUCTS ESPAÑA, S.A.	902144145	www.electrolux.es
FAGOR	FAGOR ELECTRODOMÉSTICOS, S.COOP.	943719100	www.fagor.com
GAGGENAU	BSH ELECTRODOMÉSTICOS ESPAÑA, S.A.	976578000	www.gaggenau.com
GENERAL ELECTRIC	LSY COMPANIES	914852930	www.lsycompanies.com
HAIER	HAIER EUROPE TRADING, S.R.L.	902503330	www.haiereurope.com
HOTPOINT ARISTON	INDESIT ELECTRODOMÉSTICOS, S.A.	914902850	www.ariston-es.com
OTSEIN HOOVER	CANDY HOOVER ELECTRODOMÉSTICOS, S.A.	943037300	www.hoover.es
IGNIS	WHIRLPOOL IBERIA, SUC. ESPAÑA	932958600	www.whirlpool.es
INDESIT	INDESIT ELECTRODOMÉSTICOS, S.A.	914902850	www.indesit.es
KÜPPERSBUSCH	TEKA INDUSTRIAL, S.A.	942355050	www.kuppersbusch.es
LG	LG ELECTRONICS ESPAÑA, S.A.	912112222	www.lge.es
LIEBHERR	FRIGICOLL, S.A.	934803322	www.frigicoll.es
LYNX	BSH ELECTRODOMÉSTICOS ESPAÑA, S.A.	976578000	www.actitud-lynx.com
MAYTAG	WHIRLPOOL IBERIA, SUC. ESPAÑA	932958600	www.whirlpool.es
MIELE	MIELE, S.A.	916232000	www.miele.es
NEFF	DAESA (DISTRIB. APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS, S.A.)	933637140	www.daesa.com
NEW POL	NEW POL, S.L.	935795079	www.newpol.com
ROMMER	EURO-SAIME, S.A.	937851237	
SAMSUNG	SAMSUNG ELECTRONICS IBERIA, S.A.	932616700	www.samsung.es
SCHOLTÈS	FRIGICOLL, S.A.	934803322	www.frigicoll.es
SIEMENS	BSH ELECTRODOMÉSTICOS ESPAÑA, S.A.	976578000	www.siemens-ed.com
SMEG	SMEG ESPAÑA, S.A.	935650250	www.smeg.es
TEKA	TEKA INDUSTRIAL, S.A.	942355050	www.teka.com
THOR	THOR IBÉRICA, S.A.	934621981	www.thor.es
VESTEL	VESTEL IBERIA, S.L.	913206398	www.vestel.es
VESTFROST	PRODUCTOS AUDIO JAMO, S.A.	933004458	www.jamo.es
WHIRLPOOL	WHIRLPOOL IBERIA, SUC. ESPAÑA	932958600	www.whirlpool.es
ZANUSSI	ELECTROLUX HOME PRODUCTS ESPAÑA, S.A.	902144145	www.electrolux.es

Fuente: Protiendas

Tecnología y sencillez

SmarTouch™



Blomberg®

desde 1883

Un nuevo concepto de lavavajillas

SmarTouch

Atrae tu atención



Innovación aplicada en un sólo botón, para hacerte la vida más sencilla

LSY COMPANIES

Distribuidor en exclusiva para España
LSY Companies BVBA Spain
C/ Marconi 18
28023 Coslada, MADRID
Tel : 91 485 29 30
Fax : 91 669 22 01
E-mail: comercial@lsycompanies.eu