



Centros de Planchado más fácil y mejor resultado

Si hacemos una encuesta entre los españoles, seguro que planchar la ropa es una de las tareas del hogar que menos agrada realizar. Por eso, toda la ayuda que podamos aportar para facilitar esta labor va a ser muy bien acogida por el público. En esta línea se encuentran los centros de planchado, aparatos semiprofesionales que permiten al usuario un planchado más sencillo y con un acabado inmejorable.

Los centros de planchado -o planchas con calderín- se componen de una plancha a la que se suma un calderín en el que se calienta el agua para generar un flujo constante de vapor. Gracias a ello conseguimos, esencialmente, dos cosas: aligerar el peso de la plancha -no necesita incorporar todos los mecanismos para generar vapor ni requiere un depósito de agua dentro- y disponer en todo momento de vapor con una salida regular y continua y a temperatura constante. Más adelante veremos las ventajas que ofrece al consumidor, pero primero hablemos de las oportunidades que aporta al distribuidor.

Facturación y margen. Como se afirma desde Solac, una de las ventajas es "la facturación que supone para el negocio, ya que en algunos casos es similar a la de un producto de línea marrón". Asimismo, Agustín Ormaechea, Product Manager de Alfa Hogar, incide en que "habitualmente tienen un precio ligeramente superior a una plancha convencional, por lo tanto, aunque el margen sea el mismo en términos absolutos, el beneficio es mayor. Además, otra oportunidad para el vendedor son los consumibles", tales como el filtro del agua, por ejemplo. Por su parte, Jaime Compadre, Product Manager de PAE de BSH Electrodomésticos, precisa que "el mayor precio medio de estos productos aporta un mayor beneficio en términos absolutos", y hace hincapié en que "hay que vender muchas planchas para conseguir el mismo margen que aporta un centro de planchado".



Un producto con valor añadido. Azahara Torres, del departamento de Marketing de Ariete, indica que "los centros de planchado están en auge, porque los usuarios ya se plantean el ahorro de tiempo. Lo más importante es que estos usuarios cuentan con un presupuesto que se adapta a los precios disponibles, y encaja con las tendencias de actualidad en el hogar, permitiendo dedicar uno o dos días a la tarea de planchado con mucha más soltura que las planchas tradicionales".

Satisfacción del comprador. Gracias a lo anteriormente citado, nos encontramos con un artículo que es solicitado y útil para el comprador, no un simple capricho. Así,

desde Solac se recuerda que la venta de este producto crea "la confianza de haber vendido un producto que generará satisfacción al consumidor". Igualmente, el responsable de PAE de BSH señala que "este tipo de producto genera una gran satisfacción en los usuarios, y ése ha de ser un argumento importante a la hora de dirigir la venta hacia ellos".

Buena imagen de las tiendas. Íñigo Miota, del departamento de Marketing de Jata, recalca la creación de "una imagen de mayor tecnología" para la tienda.

Ventajas para el usuario

En cuanto a las prestaciones que los centros de planchado ofrecen al usuario, podemos destacar las siguientes:

Vapor "perfecto". La responsable de Ariete recuerda que "los centros de planchado están preparados para que la difusión del vapor sea mucho mayor". Asimismo, el representante de departamento de Jata, incide en que "ofrecen mayor cantidad de vapor y, además, un vapor a presión constante y controlado".

habitualmente tienen un precio ligeramente superior a una plancha convencional, por lo tanto, aunque el margen sea el mismo en términos absolutos, el beneficio es mayor. Además, otra oportunidad para el vendedor son los consumibles



Planchado más rápido y más fácil. Este vapor facilita el planchado, mientras que la ligereza de la plancha hace más rápido el trabajo. "Permite planchar de la forma más fácil y cómoda porque el vapor es más potente, pues se ha generado en una caldera, y basta con una sola pasada", explica Rafael Román, Director General de Polti España y Vicepresidente de FAPE, la Asociación Española de Fabricantes de Pequeños Electrodomésticos.

¿Qué debe resaltar el vendedor?

Cuando el cliente llega a la tienda desorientado y en busca de consejo, la prescripción del vendedor es esencial. Y muy especialmente con un producto como éste, que aún no es demasiado conocido por el gran público. Como afirma Rafael Román (Polti), lo primero que hay que hacer es "explicar al cliente que el centro de planchado le ahorrará tiempo, y le dará una mejor calidad de planchado, puesto que el consumidor que prueba un centro de planchado no vuelve nunca a una plancha tradicional". Del mismo modo, Ana Escurra (Fagor) señala que "convendría basarse en las oportunidades tecnológicas que ofrecen los centros respecto a las planchas convencionales: el resultado profesional y la facilitación del proceso de planchado". Y Jaime Compadre (BSH) añade que "el uso de centros de planchado con autonomía ilimitada, junto a un depósito extraíble, proporcionan una mayor cantidad de vapor y una mayor autonomía, lo que se traduce en una mayor comodidad y rapidez de uso", a la par que incide en que es destacable que "el mayor enemigo de una plancha es la cal, de ahí la importancia de un sistema antical para prolongar la vida útil de la plancha".

Por su parte, desde Solac se incide en las posibilidades que ofrece la distribución tradicional para la prescripción frente a la forma de venta de las grandes tiendas, y se afirma que "la posibilidad de realizar la prueba de producto en el punto de venta puede ser un valor diferencial".

Finalmente, desde Delonghi se hace hincapié en que "es fundamental que el distribuidor proporcione formación periódica a sus vendedores", y que se "informe al consumidor de manera veraz, es decir, que se indiquen los bares de presión, si hace ruido, si tarda mucho en calentar, etc."

Calidad de planchado. "Se puede planchar desde la prenda más delicada, como la seda, hasta la más difícil de planchar, como el algodón. Además, la prenda se plancha con el vapor, no por el calor de la suela, favoreciendo un menor desgaste de la ropa", puntualiza el responsable de Polti. Por otro lado, al no exigir temperaturas tan altas, se evitan brillos al planchar prendas oscuras.

Planchado vertical. Como reseña el Vicepresidente de FAPE, "es ideal para el planchado vertical de cortinas, chaquetas, abrigos, etc."

Mayor capacidad de planchado. "Dispone de una autonomía ilimitada, ya que puedes planchar sin límite de tiempo", señala Ana Escurra, Jefa de Marketing de Minidomésticos de Fagor.

Llenado continuo. Como precisa Escurra, una gran parte de los modelos en el mercado "tienen una fuente calefactora instantánea que permite llenar el depósito sin apagar el aparato".

Desodorización de prendas. "Es ideal para la desodorización de las prendas", indica Román.



Foto: Siemens

Se puede planchar desde la prenda más delicada, como la seda, hasta la más difícil de planchar, como el algodón. Además, la prenda se plancha con el vapor, no por el calor de la suela, favoreciendo un menor desgaste de la ropa

solac
coffee

Nadie hace el café como tú



Nuevas cafeteras espresso Squissita.
Un toque de innovación al café tradicional, buscando la máxima comodidad y limpieza.



Portafiltros Comfort Clean.
No necesita accesorios. El único portafiltros con extracción automática de los restos del café.



DDS System.
Innovación de Solac que elimina el habitual goteo.



Sistema Double Cream.
Sistema que garantiza la presión necesaria para obtener siempre la mejor crema de cafetería.



www.solaccoffee.com

Para más información y pedidos: 902 322 232
www.solac.com

Mayor vida útil del aparato. “El agua se vaporiza en la caldera, no en la suela, como en las planchas convencionales, por lo que no se producen en la plancha los residuos calcáreos de la evaporación, tan habituales en las planchas de vapor convencionales y que es causa del mayor número de averías. Se consigue, por tanto, una vida muy superior a la de cualquier otro tipo de plancha”, precisa el Director General de Polti. Además, esta circunstancia hace posible el empleo de agua directamente del grifo.

¿Qué valorar en la venta?

Una vez vistas las ventajas del producto, hay que hablar de qué considerar al prescribir un producto u otro. A la hora de elegir el aparato más adecuado, habrá que tener en cuenta las necesidades del cliente para escoger un equipo cuyas características se adapten mejor a sus requerimientos. “La presión influye mucho, así como la duración, pero finalmente depende de las necesidades de cada uno, así como la cantidad y calidad de las prendas con las que se vaya a utilizar”, advierte la representante de Ariete. Además, conviene tener presente que



Foto: Delonghi

el centro de planchado y la plancha, más que sustitutos el uno del otro, son electrodomésticos complementarios. Así, mientras que el centro de planchado será el aparato ideal cuando hay un gran volumen de trabajo por su mayor capacidad y autonomía, la plancha va a ser más práctica cuando tan sólo haya que alisar un par de prendas, ya que su puesta en marcha es casi inmediata, mientras que el centro de planchado requiere algunos minutos para empezar a generar vapor.

Su respuesta ante la crisis

Además de las ventajas que hemos visto que ofrece la comercialización de los centros de planchado para el distribuidor, hemos de tener en cuenta que estos productos están mostrando un mejor comportamiento que el resto del sector. Como explica Rafael Román (Polti), “durante 2008, el comportamiento de los sistemas de planchado ha sido mejor que el del conjunto de los electrodomésticos e igual que el resto de PAE”. Por su parte, Jaime Compadre (BSH) reseña que “esta categoría de producto no vive ajena a la contracción de la demanda que actualmente estamos viviendo, aunque hay una tendencia que nos invita al optimismo, pues existe una cierta polarización dentro de la propia categoría. El mercado español está castigando a los productos más básicos, mientras que los de un mayor precio medio, sobre todo aquellos con sistemas de autonomía ilimitada, mantienen una tendencia algo más positiva”.

Por otra parte, hay que tener en cuenta el largo recorrido que aún tienen por delante estos aparatos, dado que su nivel de penetración todavía está muy por debajo de su potencial. Román afirma que “es difícil saber el grado de penetración porque los datos fiables que se disponen en este sentido hablan de planchas en general, cuya penetración es prácticamente del 100%, pero no en detalle qué porcentaje pertenece a sistemas de planchado. Lo que sí sabemos es que actualmente el 40% de las ventas de planchas corresponde a este segmento de centros de planchado”. En cualquier caso, Compadre asegura “aún es bastante baja en comparación con los productos de planchado tradicional” y resalta que “la tendencia es positiva, sobre todo en los productos con sistema de autonomía ilimitada”.

Una vez hecha esta precisión, las principales características que hemos de observar son las siguientes:

Una plancha cómoda. “Lo primero que hay que valorar es la calidad de la plancha, que sea cómoda, con mango de corcho porque aísla del calor, es más ergonómico y permite planchar horas sin cansancio”, explica el Director General de Polti.

Cantidad de vapor. “Lo esencial en este tipo de electrodomésticos son los gramos de vapor por minuto que tiene la plancha”, se apunta desde Delonghi. Además, es preferible si permite regular la cantidad de vapor disponible -entre 30 y 85 gr/min., por ejemplo-.

Vapor continuo. Es interesante que el centro ofrezca un pulsador de vapor continuo y no sólo por pulsación.

Presión de la caldera. Hemos de atender a la presión que se consigue en la caldera. Es recomendable una presión de 4 bares, aunque hay muy buenos equipos de 2 y 3 bares. Lo ideal es que el centro incorpore un presostato para medirla.

Capacidad de depósito y llenado continuo. Cuanto mayor sea la capacidad de depósito, mayor será la autonomía del equipo, y mayor número de horas permitirá trabajar sin necesidad de recarga de agua. Por otro lado, aunque una gran parte de los equipos del mercado ya cuentan con ello, es importante que la caldera permita el llenado continuo sin apagar el aparato. Esta característica hace posible una “autonomía de planchado ilimitado”, como resalta Ezcurra.

Suela de aluminio. “Garantiza mejor acabado, mayor durabilidad -no se raya-, y mantiene mejor la temperatura, evitando así un mayor consumo energético”, apunta Román.



Foto: Solac

La oferta del lineal

Presencia de centros de planchado en el punto de venta		
Fuente: IFR Monitoring	Nº de Referencias	Nº de Marcas
Bazares	2	2
Hipermercados	13-14	8
Cadenas Especialistas	16-19	7-8
Grandes Superficies (Departamentos)	22-28	7-9
Grupos de Compra (Asociados)	9-10	5
Media	13-14	6-7

Como vemos en los datos de la consultora IFR Monitoring, en los establecimientos españoles podemos encontrar, de media entre, 13 y 14 modelos de centros de planchado de unas 6 ó 7 marcas distintas. Entre todos los puntos de venta, los departamentos de las grandes superficies son los que presentan una mayor variedad de gama (22-28 referencias y 7-9 enseñás), seguidos por las cadenas especialistas (16-19 modelos de 7-8 marcas). Por el contrario, en los bazares multiproducto es frecuente encontrar tan sólo 2 referencias, generalmente de 2 marcas distintas. Los establecimientos asociados a grupos de compra están por debajo de la media nacional, con 9-10 referencias y 5 marcas.



Foto: Jata



Foto: Ariete

Potencia de caldera. En función de las necesidades, habrá que buscar un aparato con mayor o menor potencia. La potencia máxima se obtiene de la suma de los dos elementos. Por ejemplo, un valor máximo de 2.200 vatios puede referirse a 1.400 vatios del calderín y 800 vatios de la plancha.

Adaptación a la dureza del agua. Como señala Ormaechea, puede ser interesante contar con “selector de planchado según la dureza del agua, que permite elegir el modo de planchado más conveniente según la cantidad de cal del agua, que habitualmente es diferente según las zonas geográficas”.

Depósito de agua extraíble. Facilita una mejor limpieza y mantenimiento del mismo.

Indicadores. Todos los aparatos incorporan al menos dos indicadores, correspondientes a la señalización de ‘caldera calentando’ y ‘vapor a punto’, pero es aconsejable que también incluyan los referentes a ‘plancha calentando’ y ‘falta de agua’.

Pantalla LCD. Aunque no sea indispensable, sí que es una utilidad más. Las pantallas de LCD permiten un diálogo intuitivo con el aparato y facilitan su manejo. Además, pueden incluir indicadores como la necesidad de cambio de filtro, con lo que se evita tener que estar pendiente de ello, como resalta el responsable de Alfa Hogar.

Programas de planchado. Es conveniente que el equipo disponga de una correcta propuesta de programas que se adapte a todo tipo de tejidos.

Aunque no sea indispensable, sí que es una utilidad más. Las pantallas de LCD permiten un diálogo intuitivo con el aparato y facilitan su manejo