



Foto: Hotpoint-Ariston

Frigoríficos Combinados indispensables para el ritmo de vida moderno

El segmento del frío en España tiene un claro dominador: el frigorífico combinado. Si bien en los últimos años hemos podido ver un importante impulso de los side by side, no cabe la menor duda de que el combi sigue siendo el rey indiscutible, ya que está presente en alrededor del 70% de los hogares de nuestro país.

Como explica Mariona Aznar, Product Manager de Frío de Whirlpool Iberia, "el frigorífico es el electrodoméstico más importante del hogar, el centro neurálgico de la cocina. Lo vemos claramente en la rutina de todos los miembros de una casa con respecto a este electrodoméstico. Pensemos sino en cuántas ocasiones lo visitamos a lo largo del día". Y entre todos los productos de la familia, Raquel Carretero, Product Manager Food Preservation de Grupo Electrolux en España, reconoce que "el combi ha impuesto su autoridad en los últimos años. Es un elemento primordial y activo en cualquier cocina. Desde hace más de 15 años, el protagonismo de los frigoríficos combinados en los hogares españoles es una realidad". En este sentido, María Jesús Fernández, Jefa de Producto de Miele, afirma que "esta opción ha sido la más elegida entre los consumidores españoles en los últimos 16 años, situando a los combis en una penetración de mercado actual en torno al 75%, con un incremento medio anual del 2,5%, frente a la penetración del 25% de los no combinados, con una variación anual media del -2,6%". De igual modo, José Rodríguez, Communication Manager de Indesit España, reconoce que "los frigoríficos combinados son los más demandados en el hogar español, pues en la última década muchos hogares han cambiado sus frigos de dos puertas por combinados. Actualmente, tiene una penetración aproximada del 70%". Por su parte, el Jefe del Departamento de Formación de Fagor Electrodomésticos, Fernando Okina, afirma que "según los últimos datos que poseemos, un 65% de los frigoríficos que se venden en España son combis. A diferencia de otros países europeos, podemos afirmar que España es realmente un país de combis". Igualmente, el resto de fabricantes consultados coinciden en apuntar una penetración del 60% al 70%.

Las claves del reinado

¿Y a qué se debe el dominio de este producto? "Históricamente, el argumento 'dos motores' tuvo su entrada y, a partir de ese momento, supuso un argumento de peso respecto al frigorífico dos puertas, gracias a la concepción por parte del usuario de que 'dos es mejor que uno', y a la posibilidad de regular independientemente las temperaturas. Esto, añadido a la comodidad, puesto que no hay que agacharse para acceder a la celda frigorífica, y al factor 'no frost' como revulsivo,

han sido los factores relevante de esta tipología de frío", reseña David del Castillo, Director de Marketing de Grupo Candy. Además, debemos considerar estos aspectos:

Más capacidad, menos espacio. Hemos de tener en cuenta los actuales requerimientos de capacidad y el espacio disponible. "El espacio en las cocinas de los hogares españoles no es, en la mayoría de las ocasiones, el deseado para montar una cocina con electrodomésticos de gran capacidad, sean éstos cuales sean. Es por esto que, aunque muchos consumidores desearían poder disfrutar de un side by side en su cocina, se decantan por la compra de un combi, que ofrece las mismas prestaciones en cuanto a refrigeración y conservación de los alimentos se refiere, requiriendo un espacio mucho más reducido", indica la Jefa de Producto de Miele. Por eso, Mauro

Padilla, Product Manager de Frigoríficos de Samsung Electronics Iberia, señala que "la clave principal se traduce en capacidad. El mercado español busca productos que le den mayor capacidad en la zona de congelador con una mejor disposición del espacio interno, siempre y cuando cumpla con las dimensiones estándar del mercado. Es por ello que otra clase de productos, como pueden ser los side by side, no tienen la misma demanda, debido a sus dimensiones poco convencionales". Igualmente, desde Teka Industrial se apunta que "el combi ofrece en un solo electrodoméstico la refrigeración y la congelación en un espacio reducido, acorde a las dimensiones de las cocinas actuales. Además, estos aparatos se presentan cada vez más energéticamente eficientes y tecnológicamente avanzados". Y la responsable de producto de Whirlpool también señala que "la clave la encontramos



Foto: Electrolux



Foto: Gorenje

en un mejor equilibrio entre la capacidad del frigorífico y congelador, y sus dimensiones con respecto al resto de los aparatos que se venden en el mercado”, mientras que el representante de Indesit anota que “el éxito de los combinados radica en que, en la mayoría de los modelos, se mantiene la capacidad del frigorífico pero ampliando hasta el doble la del congelador. Es un aparato que se ajusta muy bien a las necesidades de los consumidores actuales, sobre todo los habitantes de las grandes ciudades, que tienen poco espacio en las cocinas pero necesitan mucha capacidad de congelador, ya que hacen la compra para todo el mes”.

La vida moderna. Enlazando con lo anterior, hay que apuntar el cambio de usos y costumbres de los españoles. Como explica Vesna Boben, responsable de Marketing de Gorenje, una de las claves es la mayor capacidad de congelador frente a los aparatos de dos puertas, una necesidad que “viene marcada por las costumbres que se han adquirido en estos últimos años, ya que la falta de tiempo provoca que se suela comprar en grandes cantidades para toda la semana, dejando de lado las antiguas costumbres de ir a la compra cada día”. Del mismo modo, desde Teka se señala que “el frigorífico combi juega un papel fundamental en el hogar español puesto que, debido a la falta de tiempo libre, el usuario realiza menos compras en el supermercado, pero más

el éxito de los combinados radica en que, en la mayoría de los modelos, se mantiene la capacidad del frigorífico pero ampliando hasta el doble la del congelador. Es un aparato que se ajusta muy bien a las necesidades de los consumidores actuales

abundantes. De ahí la necesidad de contar con congeladores de mayor tamaño que le permitan una conservación adecuada de los alimentos”. Todo ello viene motivado por los cambios que se han operado en la estructura familiar, en la forma de vida y en la manera de entender ésta. “Es un hecho que el cambio en los hábitos de las familias españolas ha sido un factor decisivo para esta conversión. Las familias han modificado no sólo su estructura, sino también sus hábitos y rutinas. Cada vez es más habitual que los dos integrantes de la pareja estén incorporados al mundo laboral y que haya escasez de tiempo, mientras que las distancias en las ciudades ha provocado que los alimentos no puedan adquirirse a diario. Esto se traduce en la necesidad de un frigorífico con capacidad para almacenar y preservar gran volumen de alimentos”, indica Carretero. Y el responsable de Fagor coincide

al apuntar que “la incorporación de la mujer al mundo laboral y la cultura del ocio, pues no vamos a utilizar diariamente un trozo de nuestro tiempo libre para hacer las compras tras una jornada laboral intensa cuando hay cosas mucho más placenteras, pueden ser dos factores claves en dicha evolución. La vida moderna nos ha llevado a que la realización de la compra haya pasado de una frecuencia diaria a una semanal, por lo que el uso de alimentos congelados es cada vez mayor”.

Mayor comodidad. Además, Okina hace referencia a la ergonomía de estos aparatos al explicar que “la zona a la que más accedemos es el refrigerador, multitud de veces más que al congelador. De ahí que sea importante que el acceso a la zona más frecuentada sea el más cómodo, sin necesidad de agacharse. Es por ello que situamos el congelador en la parte baja del aparato, y el refrigerador en la parte alta, con un acceso más cómodo”.

En definitiva, Jordi Casanova, Responsable de Marketing de la División de Electrodomésticos de Frigicoll, comercializadora de la marca Liebherr, resume todo al destacar la importancia de “la mayor capacidad de frío y congelación”, a la que se añade la ventaja de “aunar en un único aparato el refrigerador y el congelador, ambos independientes con una considerable capacidad de almacenamiento”, así como “la comodidad para acceder al frigorífico”.

En nombre del planeta,
queremos darte las gracias por elegir para tu
cocina electrodomésticos respetuosos con
el medio ambiente.



Si reemplazásemos todos los electrodomésticos ineficientes de la Unión Europea, conseguiríamos reducir las emisiones de CO₂ en 20 millones de toneladas. En Electrolux, asumimos hace años la responsabilidad de reducir esta cifra. Por ello toda la gama de Hornos, Lavadoras, Lavavajillas y Frigoríficos Combinados son de clase A o superior.

Quizás pienses que renovar tus electrodomésticos no tiene apenas incidencia, pero en realidad estás colaborando de forma activa en la protección del planeta.

Desde Electrolux queremos darte las gracias por elegir electrodomésticos respetuosos con el medio ambiente. En nombre del planeta, gracias.

Comparte nuestro pensamiento en www.electrolux.es



Thinking of you
Electrolux



Un momento difícil

Como no puede ser menos, el mercado de frigos combi se está viendo afectado por la crisis económica general. Además, como sabemos, la gama blanca está siendo una de las que más se está resintiendo del frenazo inmobiliario, puesto que el equipamiento de nueva vivienda supone una partida muy importante de la facturación global. Como apunta el responsable de Frigicoll, "toda la familia de frío sin excepción, se resiente de una manera importante de la crisis; y el combi, también". Sin embargo, pese a esta situación, los combis están aguantando el tipo mejor que el resto de productos de su categoría. "Dentro de la gama de frío, los combinados de 60 cm. son los que mejor se están comportando, ya que se mantienen estables en ventas, si bien se ha notado un descenso en los combinados de 70 cm. de cerca del 20%", revela Rodríguez. Del mismo modo, la Product Manager de Whirlpool señala que "los combis 'no frost' configuran la familia de frío que está sufriendo menos a nivel de unidades, pues más o menos se está manteniendo estable, a diferencia de otras familias como la de los de doble puerta, que han disminuido hasta cifras de dos dígitos. De todas formas, ante la crisis están apareciendo muchas ofertas de productos básicos que, por

otra parte, ofrecen menos prestaciones. En este sentido, existe una fuerte agresión en los precios de venta al público".

En esta misma línea, Okina apunta que "hay una tendencia a aparatos de precios más asequibles, tanto en combis como en dos o una puerta". Y el director de Marketing de Candy recalca que "es un hecho que el precio medio



del combi ha caído a pasos agigantados, y hoy es difícil ofrecer un producto de valor añadido al usuario, a no ser que hablemos de variantes estéticas como el inox".

Por su parte, Padilla asegura que, "a pesar de la crisis, el aumento de la demanda de los frigoríficos combi continúa al alza, debido a que han aparecido mejores productos -tecnológica y energéticamente hablando- a mejores precios, llegando incluso a precios manejados por los frigoríficos más económicos, como los dos puertas cíclicos, pero aportando sistema de refrigeración 'no frost'. Así, la Jefa de Producto de Miele hace hincapié en que "un dato a tener en cuenta, es que dentro de las diferentes segmentaciones que encontramos en los combis, como las distintas medidas, número de puertas, capacidad de los aparatos o su clasificación energética, es precisamente ésta última característica la única que ha tenido un crecimiento en ventas, el cual ha supuesto un 71% sólo en 2008. En este sentido, la crisis ha sabido jugar su papel, empujando al consumidor a adquirir máquinas con mejor clasificación energética, lo que se traduce en un menor consumo y un ahorro de costes en su factura de la luz. Si a esta preocupación por el ahorro energético le sumamos los 'planes renove' por la adquisición de electrodomésticos de clasificación energética 'A' y 'A+', y la preocupación por el medio ambiente, la sensibilización por nuestro planeta -que cada vez cobra más peso en el consumidor-, obtenemos ese crecimiento en ventas en una época en la que la tendencia ha sido más de reparación de aparatos que de reposición de los mismos".



ESPECIALISTAS EN ACCESORIOS Y REPUESTOS



Un arranque de año flojo

Las cifras de venta recogidas por la Asociación Nacional de Fabricantes de Línea Blanca (ANFEL) reflejan claramente cómo está afectando la crisis económica a una gama de electrodomésticos como ésta, tan ligada al equipamiento de nueva vivienda. Tal y como se viene advirtiendo en todos los sectores, parece que este año volverá a ser difícil, puesto que los datos registrados en el primer trimestre no son nada halagüeños. Si hemos de ver algo positivo, cabe señalar que tras un mes de febrero con un alarmante desplome de las ventas, marzo se mostró mucho más benévolo. De este modo, el descenso del conjunto de frigoríficos en dicho mes fue del 16,66%, dejando el acumulado anual en -27,23%. Y si analizamos el comportamiento de cada tipo de aparato en estos tres primeros meses, podemos ver que las divergencias son significativas. Así, los de 1 puerta se muestran en franco retroceso, con un descenso acumulado en lo que va de año del 32,76% y un alarmante pico del -47,61% en el mes de febrero; mientras que los de 2 puertas marcan un retroceso hasta marzo del 29,34% (-41,43% en febrero). Con este panorama, aunque las cifras de los combis no sean buenas, al menos no son tan malas como en los otros casos y muestran un comportamiento mejor que la media, con una caída de las ventas acumuladas hasta marzo del 24,7% (-17,1% en marzo).

Evolución de las Ventas de Frigoríficos					
Fuente: ANFEL	Enero	Febrero	A* Feb.	Marzo	A* Marzo
Combi	-31,32	-26,29	-28,61	-17,10	-24,70
Frigorífico 1 puerta	-38,74	-47,61	-43,67	-9,33	-32,76
Frigorífico 2 puertas	-26,88	-41,43	-35,36	-18,74	-29,34
Total	-31,12	-34,11	-32,78	-16,66	-27,23

A* = Acumulado

debido al parón que se ha originado dentro de la construcción, no existen nuevas viviendas que generen incremento en la demanda. Hace algunos años, la reposición rondaría el 50% de la demanda; sin embargo, actualmente se aproxima al 75% u 80% de la demanda

Ante la crisis, reposición...

Por otro lado, el papel de la reposición es fundamental en un momento como éste, con el sector inmobiliario estancado. Así, el responsable de Fagor reseña que las ventas de equipamiento de nueva vivienda están ofreciendo "cifras casi ridículas para lo que ha sido el mercado español hace bien poco, tan sólo dos o tres años. Por tanto, actualmente, la reposición supondría un porcentaje elevadísimo en la comercialización de los combis". Igualmente, el Product Manager de Samsung indica que "debido al parón que se ha originado dentro de la construcción, no existen nuevas viviendas que generen incremento en la demanda. Hace algunos años, la reposición rondaría el 50% de la demanda; sin embargo, actualmente se aproxima al 75% u 80% de la demanda". Y el responsable de Candy coincide en apuntar que la reposición está "alrededor de un 80%, aunque es una cifra difícil de determinar, por los momentos convulsos del sector y de la construcción". Por su parte, la responsable de Whirlpool apunta un dato interesante al afirmar que, "si la media de antigüedad de los electrodomésticos de un hogar se sitúa entre 6 y 9 años, el frigorífico combi es uno de los más 'jóvenes', ya que su media de antigüedad está ahora alrededor de 6 años".

...e innovación

Con este panorama, la continua evolución de los productos es la respuesta de los fabricantes ante la crisis. Las principales tendencias de la innovación son éstas:

Menos consumo. Las principales mejoras se orientan hacia el ajuste de los consumos. Los aparatos 'A' y 'A+' se están convirtiendo en el estándar. "El frigorífico es uno de los aparatos que más energía consume en el hogar. Por



Foto: Liebherr



Foto: LG

tanto, todas las mejoras en cuanto a términos de ahorro energético son importantes, ya que suponen muchos euros de diferencia", explica Okina. "El mayor consumo de energía en los hogares, sin incluir la calefacción, es el consumo del frigorífico, que representa entre un 20 y un 25% del consumo total anual", puntualiza la responsable de Miele.

Cuidado del medio ambiente. El respeto medioambiental se concreta en descensos en el consumo eléctrico, pero también en el empleo de gases refrigerantes no contaminantes y una tendencia creciente al uso de materiales reciclables y reutilizables.

Iluminación por leds. Poco a poco, los leds se están haciendo un hueco en la iluminación interior de los aparatos, sustituyendo las tradicionales bombillas utilizadas hasta ahora, y contribuyendo al descenso del consumo energético.

Optimizar la conservación de los alimentos. Carretero señala el esfuerzo por "mantener los alimentos frescos y en perfectas condiciones de preservación durante más tiempo, utilizando para ello recursos como cajones de baja temperatura y 0 °C o sistemas de refrigeración dinámica". Asimismo, Okina reseña la incorporación de "cajones específicos para ciertos alimentos, como para el mantenimiento de helados,

vinotecas, etc.; así como cajas de vacío para conservar aún en plazos más largos los alimentos en condiciones perfectas". Además, los fabricantes se están esforzando en el desarrollo de sistemas que mantengan unos adecuados niveles de humedad.

Diseños funcionales. "A medio plazo, las tendencias irán hacia nuevos diseños adaptados a las necesidades del consumidor, yendo más allá del diseño estético", señala Rodríguez. Así, el representante de Fagor apunta la consideración del diseño pero "unido a electrónicas más sencillas de usar y más elegantes". El acero sigue vigente, pero se incorporan diseños en negro o en colores primarios, como verde, rojo, amarillo, etc.

Espacios flexibles. "Estamos trabajando en la flexibilidad del espacio, un aspecto cada día más importante para los consumidores", anota el representante de Indesit. También

El frigorífico es uno de los aparatos que más energía consume en el hogar. Por tanto, todas las mejoras en cuanto a términos de ahorro energético son importantes, ya que suponen muchos euros de diferencia

Una variedad interesante

Foto: Whirlpool

Como podemos ver a partir de los datos recopilados por la consultora IFR Monitoring, la oferta de frigoríficos combinados en las tiendas españolas es suficientemente variada para garantizar al consumidor la elección del producto que más se adapte a sus exigencias. Así, en los establecimientos podemos encontrar una media de casi 30 referencias de unas 12 ó 13 marcas distintas, mientras que el precio medio es de alrededor de 730 euros. Como suele ser habitual, la mayor variedad se encuentra en los puntos de venta adscritos a cadenas especialistas, con alrededor de 40 referencias de más de una quincena de marcas. En el lado opuesto, el bazar multiproducto presenta la menor oferta (9 marcas y 18-20 modelos), que a cambio presenta los precios más competitivos, ya que la media se sitúa cerca de los 520 euros. Por el contrario, la factura más alta sale de los departamentos especializados de grandes superficies, con un precio próximo a los 860 euros.

Si hablamos de las tiendas adscritas a grupos de compra, podemos ver que se encuentran por debajo de la media nacional, puesto que acostumbran a presentar entre 20 y 22 referencias de unas 10 u 11 firmas. Por el contrario, los datos de la consultora indican que el precio medio de este tipo de tiendas para este producto se sitúa en 754 euros, un 3% por encima de la media del conjunto de la muestra.

Además, podemos ver que entre todas las referencias de frío ofertadas en la tienda (alrededor de unas 50), los frigos combi suponen más de la mitad (55%-56%), seguidos de lejos por los aparatos de 2 puertas (19%-20%) y los side by side (7%).

Presencia de la familia de frío en las tiendas							
Fuente: IFR Monitoring	07 2008	09 2008	10 2008	11 2008	12 2008	01 2009	02 2009
Combi	56,5	56,8	57,2	56,7	56,2	55,7	55,6
2 Puertas	20,6	19,9	19,2	19,1	19,6	19,7	19,6
Side by Side	7,5	7,6	7,5	7,8	7,6	7,5	7,4
1 Puerta	5,1	5,0	5,2	5,0	5,1	5,0	5,0
Botelleros	4,0	4,0	4,4	4,3	4,3	4,2	4,4
Sobremesa	3,7	3,9	3,9	4,2	4,2	4,5	4,4
Minibar	1,9	1,9	1,9	2,1	2,0	2,2	2,2
Resto	0,7	0,9	0,7	0,8	1,0	1,2	1,4

Presencia de frigoríficos combinados en el punto de venta			
Fuente: IFR Monitoring	Nº Marcas	Nº Referencias	PVP
Bazar	9	18-20	523
Hipermercados	12	21-23	604
Cadenas Especialistas	15-16	40-42	746
Departamentos de Grandes Superficies	12-13	32-34	857
Asociados de Grupos de Compra	10-11	20-22	754
Media	12	28-29	732



se refiere a este aspecto Okina, quien señala que cada vez será más frecuente ver "recintos modulares a gusto del usuario: hoy, vinoteca; mañana, recinto 0 °C; pasado, espacio para helados, etc."

Dispensadores de agua. Como precisa Carretero, cada vez es más frecuente ver equipos con dispensadores de agua con filtros purificadores, así como enfriadores de bebidas adecuados.

Sistemas antibacterias. Algunos modelos ya incorporan recubrimientos internos a base de iones de plata para combatir la proliferación de bacterias causantes de enfermedades como salmonella, legionella o hepatitis.

Un futuro domótico. Aunque ya llevamos varios años hablando de la domótica, ésta no termina de despegar. No obstante, los fabricantes están trabajando y ya son muchas las referencias en el mercado que incluyen

avances en este sentido, pese a que sea "un campo que aún está en una fase muy inicial", como resalta Casanova.

El papel de la electrónica. La Product Manager de Electrolux incide en la importancia de unos "diseños modernos en los que la electrónica juega un papel importante", mientras que Okina apunta la incipiente incorporación de "pantallas touch similares a las de las placas de inducción".

No busques más,
tu buena estrella
está delante.

Decoractiva pone a tu alcance la mejor forma de mirar al futuro de frente y con ilusiones renovadas.

Gracias a nuestro respaldo contarás con las herramientas imprescindibles para hacer de tu proyecto empresarial un negocio de vanguardia, acorde con las últimas tendencias en el sector.

Tu buena estrella ha llegado. Nosotros te decimos como llegar hasta ella.

