



FOTO: BALAY

Cocción y campanas: la esencia de la cocina

Más diseño y la tecnología más avanzada

El conjunto que componen placa, horno y campana es, sin duda, el elemento central de la cocina. Hoy en día, las posibilidades son infinitas, con placas versátiles, campanas funcionales y decorativas, hornos montados bajo la encimera o en columna con el microondas, etc. Y todo ello, con la máxima tecnología y unas prestaciones cada vez mayores.

La cocina es un lugar esencial en nuestros hogares. Hace tiempo, quizá este espacio no fuera considerado como una de las ‘zonas nobles’ de la casa, sino como un entorno con una función delimitada y concreta, casi de paso. Pero esto ha cambiado. La cocina se ha convertido en una estancia donde permanecemos gran parte del escaso tiempo que tenemos para estar en casa. Muchas familias incluso se reúnen en la cocina para desayunar, comer o cenar juntos. Deseamos que estos momentos sean agradables, por lo que necesitamos una estancia acogedora y donde se cuiden más los detalles. Queremos estar a gusto. Los usuarios actuales quieren que su cocina sea un lugar práctico, evidentemente; pero también exigen un diseño que no desentone con sus gustos o con el resto de la casa. Por eso, los fabricantes trabajan en estos dos sentidos: la mejora tecnológica y el diseño. Y tanto placas como hornos y campanas están en evolución continua para adaptarse a estas exigencias.

PLACAS

Cuando elegimos una placa, la primera decisión que habremos de tomar es el tipo de tecnología: vitrocerámica, inducción o gas. “La elección de la placa es una cuestión de gustos y de cómo se cocine. Hay muchos usuarios que prefieren cocinar con placa de gas porque dicen que aporta a la comida un sabor especial. Otros utilizan diversos tipos de recipiente y por ello eligen placas vitrocerámicas. Y aquellos que valoran la rapidez y la facilidad de limpieza se decantan por una placa de inducción”, apunta Beatriz Ruiz, responsable de Marketing de Cocción de BSH. “En líneas generales, las placas más demandadas son las de inducción de 3 zonas y con zona gigante -también llamada ‘zona paellero’- y touch control -control digital-, aunque hay un tipo de tecnología para cada tipo de usuario. Lo más importante es poder elegir la placa que mejor se adapte a cada uno, en función del espacio en la cocina, para cuántas personas se cocine, las prestaciones que más se vayan a usar...”, añade.

Asimismo, Lorena Pérez, Market Manager de Fagor Cooking Business, explica que “aunque la venta de placas vitrocerámicas radiantes todavía es algo mayor en unidades que las de inducción, es ésta última categoría la que tiene mayores crecimientos anuales y la que en breve liderará la demanda en unidades. En valor, hace ya tiempo que la venta de las de inducción superó a la de vitrocerámicas radiantes. En cuanto a las prestaciones, el mercado español, por el tipo de hábitos culinarios, está claramente enfocado a los 3 fuegos, siendo uno de ellos de gran tamaño. El control de las placas vitrocerámicas o de inducción a través de mandos fijos es muy residual y prácticamente se reserva para el gas. Lo más demandado es el touch control, no sólo por las prestaciones que puede ofrecer, como el timer, que permite ajustar los tiempos de cocinado”. Y José F. Rodríguez, Product & Communication Marketing Manager de Indesit Company España, declara que “generalmente, el

consumidor actual suele dudar entre una vitrocerámica radiante o de inducción, ya que son las que más facilidades ofrecen”.

En cualquier caso, Miguel Ángel Fernández, Director de Marketing de Home Appliance de LG España, afirma que “en este tipo de productos, el consumidor demanda un producto versátil, con fuegos de diferente tamaño que se adecúen a sus necesidades, seguro, eficiente energéticamente y estético, que se amolde a las cocinas de hoy en día”.

Veamos qué prestaciones ofrece cada tecnología:

Vitrocerámicas de inducción

Desde su llegada a las tiendas, las placas de inducción poco a poco se han ido adueñando del mercado. “En el actual mercado nacional, una de cada tres placas que se venden es de inducción. Su cuota sigue creciendo, ya que este producto está madurando. Por este motivo, es un electrodoméstico poco conocido para el usuario final y requiere una explicación en el punto de venta para conocer su funcionamiento y ventajas. Cabe esperar que en los próximos años el mercado de inducción siga creciendo”, señala la responsable de BSH. Pérez indica que “la cuota de sell-out de la inducción en valor alcanza ya el 54%. El recorrido todavía es amplio, ya que los precios se están democratizando cada vez más e igualando a los de la vitro”. Por su parte, desde el departamento de Producto de Teka se especifica que “la inducción representa más del 36% de mercado de encimeras en unidades y el 62% en valor, con una tendencia creciente desde hace años”. También Enrique Martín Alonso, Director del Área de Negocio de Built-in de Candy, señala que “la inducción supone hoy más del 35% del mercado” y afirma que “le queda mucho recorrido”, puesto que se estima que “prácticamente

LOS PRODUCTOS MÁS DEMANDADOS

Placa

- Vitrocerámica de inducción
- 3 zonas -con zona gigante-
- Touch control
- Acabado biselado en los laterales

anulará a la vitrocerámica radiante y podrá alcanzar cuotas en torno al 70% del mercado”. Además, Sven Luce, Jefe de Producto de Miele, recuerda que “en el mercado de placas vitrocerámicas, el 46% ya es de inducción”. Asimismo, desde Teka se afirma que “se están ofreciendo cada vez precios más competitivos que la acercan al precio de mercado de las vitrocerámicas, haciendo previsible un paulatino reemplazo de las vitros por modelos de inducción en los próximos años”. Igualmente, Santi Cruells, Gerente de Grup Frecan, afirma que “tienen una alta penetración, consolidándose en el futuro como la primera opción de cocción”. Y el Director de Marketing de LG asegura que “la inducción es la tecnología del futuro”.

Éstas son sus principales ventajas:

Rapidez. “Calientan en muy poco tiempo los recipientes gracias a la función ‘sprint’, que nos permite tener un 59% más de potencia en la zona seleccionada, lo que se traduce en ahorro de tiempo de hasta el 35%”, anota Ruiz. Y Mariona Aznar, Product Manager de Built-in / Dishwashers de Whirlpool afirma que son un “50% más rápidas que una vitrocerámica convencional”, lo que revierte directamente en un ahorro energético.

Eficiencia. Como precisa la Market Manager de Cocción de Fagor, “a diferencia de las vitrocerámicas, en las que se ponen en funcionamiento los focos completos independientemente del diámetro del recipiente que pongamos sobre ellos, el funcionamiento de la inducción se basa en los campos electromagnéticos que surgen entre los inductores de la placas y el fondo de las cazuelas. Estos campos hacen que la placa caliente única y exclusivamente el recipiente y se evitan pérdidas de energía provenientes de no ajustar el diámetro del foco al del recipiente. Además, esta tecnología



FOTO: BOSCH



FOTO: AEG

produce calor directamente sobre el recipiente y éste, a su vez, a su contenido. Por ello, se evitan pérdidas de energía derivadas de calentar superficies intermedias”. En este sentido, la responsable de Whirlpool señala que originan un “60% menos de energía perdida que una encimera de gas”. Y desde Teka se explica que generan un ahorro eléctrico en torno al 33% respecto a otros sistemas.

Precisión y selección directa. Según la responsable de Whirlpool, las encimeras de inducción obtienen “calor inmediato al seleccionar una potencia”. Y el Jefe de Producto de Miele se detiene en las “nuevas electrónicas inteligentes”

“Las nuevas electrónicas inteligentes permiten una selección rápida e intuitiva de los niveles de potencia y tiempos de cocción”

que permiten una “selección rápida e intuitiva de los niveles de potencia y tiempos de cocción”.

Fáciles de limpiar. “El cristal vitrocerámico puede limpiarse con facilidad, tan sólo con un paño, ya que la temperatura que alcanza es suficientemente baja como

para que los alimentos no se queden adheridos”, precisa la representante de BSH. Igualmente, Pérez recuerda que “como el vidrio se calienta simplemente por el hecho de soportar un recipiente caliente y no como consecuencia de calentarse directamente, cualquier derrame resulta mucho más fácil de limpiar”. Y la Product Manager de Whirlpool remarca que la placa de inducción está “totalmente fría después de 6 minutos, mientras que una vitrocerámica convencional tarda 25 minutos”.

Seguridad. Ruiz recuerda que “las zonas de inducción necesitan un recipiente ferromagnético para calentar, así que mientras no coloquemos un recipiente de este tipo encima, no se producirá calor en la placa”. Y como se indicaba antes, como el cristal sólo se calienta por soportar un recipiente caliente, no por sí mismo, la seguridad al tacto es mayor.

Temporización. Las placas de inducción incorporan temporizador -timer- que permite el ajuste de los tiempos de cocción.

Fácil instalación. Teka realza la incorporación de “carcasas de material sintético que permiten reducir la altura total de la encimera, favoreciendo la instalación sin restricciones con otros aparatos como lavavajillas, hornos termoventilados o con cajones cuberteros”.

Además, las placas de inducción están en constante evolución. Éstos son algunos de sus avances:

Inducción flexible y total. El Gerente de Grup Frecan señala que “la tecnología evoluciona hacia la superficie total de inducción”, mientras que el responsable de Candy se refiere a la “zona única, basada en mucho pequeños inductores”. Así, las

ENCIMERAS: LO ÚLTIMO EN TENDENCIAS

Además de los continuos avances tecnológicos y funcionales, los fabricantes no abandonan la renovación de los diseños de sus encimeras para satisfacer los gustos de todos sus consumidores. Éstas son las principales tendencias:

Formas geométricas. Desde el departamento de Producto de Teka se destacan las “encimeras con formas geométricas especiales, tanto en vitrocerámica como en inducción, y gamas de modelos longitudinales que se instalan cerca de la pared, ganando espacio en la zona de cocinado y mejorando la capacidad de extracción de la campana”. Igualmente, Miguel Ángel Fernández (LG) remarca que “el diseño que demanda el consumidor es minimalista, de líneas rectas, con acero inoxidable y cristal negro azabache”.

Sistemas modulares. Marisa Martínez Segarra (Electrolux) se refiere a los sistemas modulares “que

se pueden montar y diseñar según las preferencias personales, tanto a gas como a inducción o teppanyaki”. En la misma línea, Sven Luce (Miele) hace hincapié en sistemas modulares en los que “el cliente puede elegir entre un total de hasta 14 elementos: placas de gas y de inducción con diferentes anchuras, grill eléctrico, freidora, teppanyaki, wok de inducción, salamandra para mantener caliente la comida, gratinar o caramelizar, etc.”. Y Santi Cruells (Grup Frecan) precisa que “en el mercado alto, los dominós están muy bien valorados”. A su vez, Beatriz Ruiz (BSH) reseña que las placas dominó de 40 y 30 cm de ancho “confieren a la cocina un toque profesional y sofisticado”.

No sólo en negro. El Gerente de Grup Frecan señala la buena aceptación de nuevos modelos de placa con cristal blanco. Y Lorena Pérez (Fagor) resalta el lanzamiento de algunas encimeras que incorporan vidrio con ‘look inox’.



FOTO: TEKA

INDUCCIÓN TEKA, DAMOS FORMA A TU COCINA

- Rapidez y seguridad • Función power en todos los fuegos
- Detector de tamaño de recipientes • Programación de la cocción
- Más de un 30% de ahorro energético • Variedad en las formas y tamaños



barcelona
world race

teka
estilo propio

www.teka.es

A LA ESPERA DE TIEMPOS MEJORES

Como vemos en los datos recopilados por Nielsen recogidos hasta julio de este año, el mercado de cocción se contrajo tanto en volumen (-4,4%) como en valor (-7,5%), sumando en los doce meses previos una facturación de 407,5 millones de euros (152,5 millones en placas y 255 millones en hornos). En el caso de las encimeras, lo más destacable es la consolidación de las placas de inducción como líderes en facturación (50,6% del total) en su segmento. Hay que anotar que las unidades vendidas de este tipo de equipos apenas se redujo (-0,5%), aunque sí lo hizo la cifra facturada (-12%), debido al descenso de su precio medio. Por lo que respecta a los hornos, su comportamiento siguió una línea idéntica a la del conjunto de la familia, con descenso en el número de aparatos vendidos (-4,4%) y en la facturación (-7,1%). Y las campanas extractoras mantuvieron la misma tónica, disminuyendo el volumen de aparatos comercializados (-5,6%) y el valor de las ventas (-7,7%).

Los datos de GfK son ligeramente diferentes, aunque reflejan una tendencia similar. Según la consultora, en 2010 se vendieron cerca 517.000 encimeras, casi las mismas que un año antes (+0,2%), por un valor de 176,1 millones de euros, es decir, un 1,7% menos que un año antes. Sin embargo, la tendencia en los primeros 7 meses del año fue a la baja. La cifra de unidades comercializadas era un 5,6% menor a la registrada el ejercicio anterior a esas alturas del año, mientras que la cifra de ventas

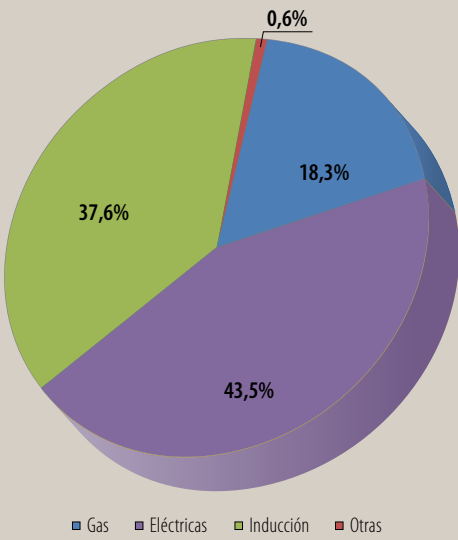
decrecía un 11,2%. La diferencia en el recorte existente entre valor y volumen se refleja en el descenso del precio medio, que se redujo un 5,9% respecto al mes de julio del año anterior, una caída muy superior al -1,9% interanual registrado al final de 2010. Respecto al tipo de encimera, vemos que los equipos más vendidos son las vitrocerámicas (43,5%), aunque las placas de inducción reportan más de la mitad de la facturación global (53,9%), pese a suponer tan sólo algo más de un tercio de las unidades puestas en el mercado (37,6%). Y acerca del número de zonas de cocción, dominan claramente las encimeras de 3 zonas. En el caso de los hornos, las cifras de cierre de 2010, teniendo en cuenta la coyuntura, no fueron nada malas.

En volumen se retrocedió ligeramente (-0,3%), pero se creció en valor (+1,3%), con una mejora del precio medio del 1,7%. Se vendieron 373.000 aparatos, lo que supuso casi 136 millones de euros. Pero este año esa línea se ha torcido. En los primeros 7 meses del año, la cifra de unidades comercializadas se redujo un 8% respecto al mismo periodo de 2010, con un descenso del 10,2% en las ventas, rebajándose el precio medio un 2,5%. Del total de hornos puestos en el mercado, un 60% corresponde a equipos sin autolimpieza. Pese a ello, la mayor partida de la facturación (42,3%) correspondió a los pirolíticos, aunque representan menos de un tercio de los aparatos comercializados (29,8%).

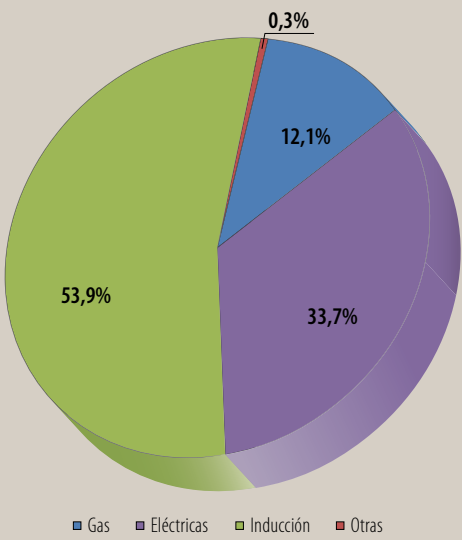
EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE ENCIMERAS

	2009	2010	Variación '09-'10	Variación acumulado Ene-Jul'11
Unidades	515.800	516.800	0,2%	-5,6%
Valor (millones de euros)	179,1	176,1	-1,7%	-11,2%
Precio medio (euros)	347	341	-1,9%	-5,9%

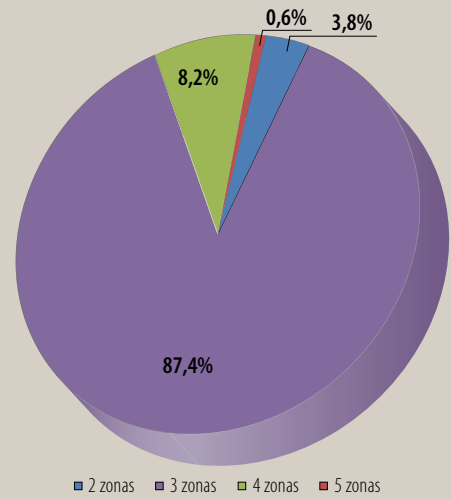
Reparto por tipo. Volúmen



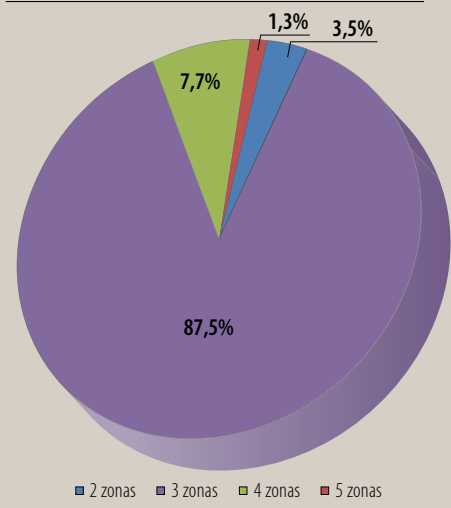
Reparto por tipo. Valor



Reparto por número de zonas. Volúmen



Reparto por número de zonas. Valor



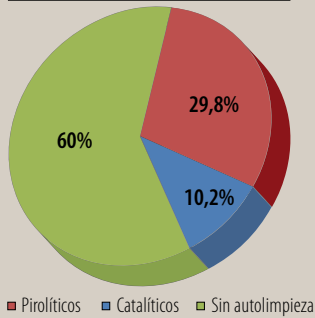
FUENTE: ELABORADO POR PROTIENDAS A PARTIR DE LOS DATOS DE GfK

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE HORNOS

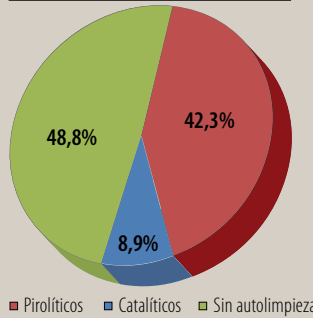
FUENTE: GfK

	2009	2010	Variación '09-'10	Variación acumulado Ene-Jul'11
Unidades	374.276	373.181	-0,3%	-8,0%
Valor (millones de euros)	134,2	135,9	1,3%	-10,2%
Precio medio (euros)	358	364	1,7%	-2,5%

Reparto del mercado de hornos por tipos de autolimpieza. Volúmen



Reparto del mercado de hornos por tipos de autolimpieza. Valor



EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE PLACAS, HORNOS Y CAMPANAS

FUENTE: NIELSEN (TAM AGO'10-JUL'11)

	Valor			Volumen	
	Millones de euros	Variación respecto al año anterior	Peso relativo	Miles de unidades	Variación respecto al año anterior
Cocción	407,5	-7,5%	21,8%	2.417	-4,4%
Encimeras	152,5	-9,0%	37,4%	486	-5,3%
De gas	14,9	-10,7%	9,8%	70	-17,5%
Eléctricas	0,9	236,6%	0,6%	4	172,6%
Mixtas	0,6	-48,5%	0,4%	2	-69,5%
Vitrocerámicas	57,3	-3,5%	37,6%	221	-1,6%
Inducción	77,2	-12,0%	50,6%	184	-0,5%
Indeterminado	1,6	-31,0%	1,1%	6	-49,4%
Hornos	255,0	-7,1%	0,6	1.931,2	-4,4%
Microondas	100,7	-6,4%	24,7%	1.301	-3,9%
Cocinas con horno	27,9	10,4%	6,9%	87	4,0%
Hornos empotrables	123,4	-10,3%	30,3%	471	-6,6%
Hornillos	3,0	9,8%	0,7%	71	-3,7%
Extracción	61,1	-7,8%	3,3%	343	-5,9%
Campanas extractoras	60,3	-7,7%	98,6%	330	-5,6%
Extractores de humo	0,8	-16,2%	1,4%	13	-12,0%



FOTO: WHIRLPOOL

placas de inducción más avanzadas disponen de zonas flexibles, que “permite cocinar con total flexibilidad tanto en toda la superficie como tan sólo en la parte delantera o en la trasera, según el tamaño que se necesite. Además, se puede cocinar con recipientes cuadrados, alargados, redondeados, ovalados... desde una una cafetera italiana de 9 cm de diámetro hasta parrillas para cocinar al grill de 20x40 cm. A partir de ahora, podremos cocinar piezas enteras de pescado o carne sin necesidad de trocearlos porque caben en la sartén”, indica la responsable de BSH. Como reseña la representante de Fagor, esta tecnología “es capaz de reconocer de forma automática los recipientes ubicados en su superficie y controlarlos de forma independiente, permitiendo el mayor grado de flexibilidad de cocción. Así, el usuario no se ve limitado a un tamaño de recipiente o a una zona en concreto para cocinar”. En definitiva, como explica Marisa Martínez Segarra, Consumer Activation Manager de Electrolux, “ya no hay que colocar la olla o la sartén sobre los círculos de la encimera”, e incluso se pueden colocar recipientes que ocupen dos zonas de cocción.

FOTO: FOSTER





FOTO: FRANKE

Display informativo. La representante de Electrolux destaca la inclusión de las primeras pantallas a color “que muestran información gráfica clara sobre cada zona de cocción. Toda la información que se necesita, se encuentra aquí”. Además, estas pantallas permiten que el usuario acceda a “un timer para obtener una cocción precisa en cada zona, junto a un control de la temperatura y una indicación del estado de cocción. Cuando la zona está activa, el círculo se vuelve grande y de color rojo, variando la tonalidad en función del grado de temperatura. Si la zona está apagada, el círculo es pequeño y gris”, añade.

Funciones especiales. El Director de Built-in de Candy realza, por ejemplo, las nuevas funciones de alta potencia, de hasta 5 kW en las zonas de cocción principal. Varios fabricantes incorporan en sus equipos funciones específicas que ponen la placa a máxima potencia hasta que el agua de la cazuela hierve, reduciendo automáticamente la potencia para mantener el punto de ebullición una vez alcanzado éste. Y si se detecta que el agua se ha evaporado por completo, la encimera se apaga. Además,



FOTO: HOOVER

el departamento de Producto de Teka apunta otras funciones, como “la función ‘Stop&Go’, que permite hacer una pausa de 10 minutos en el proceso de cocinado sin necesidad de reiniciar la encimera, muy útil para imprevistos como una llamada de teléfono; o la función ‘Synchro’, que permite la activación simultánea de dos placas para una mayor superficie de cocinado”.

Vitrocerámicas radiantes
Hace mucho tiempo que las placas vitrocerámicas se convirtieron en el estándar en los hogares. Hoy, la pujanza de la inducción le ha quitado gran parte de su protagonismo, pero sigue teniendo una presencia importantísima. Como señala el representante de Indesit, “siguen siendo las más demandadas, por cuestión principalmente de precio”. Éstas son algunas de sus prestaciones:

Ahorro. “El calor residual puede usarse para terminar de cocinar”, indica Ruiz.

Limpieza sencilla. La representante de BSH señala que “los restos que queden adheridos al cristal vitrocerámico pueden limpiarse con facilidad con ayuda de una rasqueta”.

Versatilidad de recipientes. “Se puede cocinar con cualquier tipo de recipiente”, remarca Ruiz. En el mismo sentido, Martín Alonso recuerda que estas placas “no necesitan menaje férreo”, algo que sí sucede con las de inducción.

Y entre las innovaciones que están llegando a estos productos, destacan las siguientes:

Control de temperatura del aceite. La representante de BSH incide en estos sistemas, que ofrecen 4 niveles de temperatura -rehogar, suave, medio o fuerte-, que permiten freír “cualquier alimento a la temperatura adecuada”.

Zonas gigantes. Ruiz realza las nuevas zonas extragigantes -hasta 32 cm-, que además presentan gran versatilidad a la hora de elegir el recipiente al permitir cocinar en varios diámetros distintos.



FOTOS: SMEG

Emisores térmicos Junkers ELAFLU

Calefacción eléctrica de gran confort



Máximo confort en calefacción eléctrica de bajo consumo e instalación sin obras. Display digital, conexión domótica y mando a distancia.

Emisores térmicos de aceite Elaflu de Junkers: Diseño innovador, fácil instalación, no precisan mantenimiento y están controlados por una tecnología de última generación. Disponible en versiones Elaflu, electrónicos y Elaflu Excellence, domóticos, garantizan el máximo confort con el mínimo consumo.

www.junkers.es

 **JUNKERS**
Grupo Bosch

Calor para la vida



FOTO: BALAY

Touch control. Los mandos táctiles para su manejo se han convertido prácticamente en el estándar para el manejo de las vitros.

Placas de gas

Como señala Ruiz, “cocinar con gas es una forma de cocción tradicional que sigue siendo la preferida por muchas personas”. De la misma manera, la responsable de Fagor comenta que “la cocción con gas es también muy eficiente energéticamente y todavía cuenta con muchos adeptos. Además, con el encarecimiento de la electricidad en muchos países, esta categoría vuelve a tener



FOTO: BOSCH

crecimientos importantes”. Al hilo de esto, la representante de Whirlpool declara que “se está observando un incremento en la venta de placas de gas debido principalmente a dos factores: la venta a precio y el incremento de lo que llamamos el segmento ‘cocinitas’, que quiere cocinar de la manera tradicional”. Estos aparatos tienen unas determinadas ventajas:

Control sencillo. Su manejo es muy fácil, ya que estamos acostumbrados a



FOTO: TERMOZETA

su uso. “El calor puede ser controlado, sin apenas calor residual en el apagado, de forma sencilla”, indica la responsable de BSH. Igualmente, el responsable de Candy incide en su “control de temperatura más tradicional y más del gusto de algunos amantes de la cocina”.

Precio. “Su principal ventaja es que poseen un precio inicial más económico”, anota el representante de Indesit.

Todo tipo de menaje. Rodríguez recuerda que “en ellas se pueden utilizar cualquier tipo de baterías



FOTO: TEKA

de cocina, sin importar su base o materiales de fabricación”.

Durabilidad. El responsable de Indesit remarca que “son muy duraderas y resistentes”.

Además, aunque se trata de un producto tradicional y con una dilatada presencia en el mercado, también van apareciendo novedades:

Con parrilla grill. Algunos modelos cuentan con parrilla para asar al grill, útil para cocinar carne, verduras o pescado.

Quemadores planos. Rodríguez destaca el uso de este tipo de quemadores, más fáciles de limpiar.

Ignición automática. Martínez Segarra destaca los modelos en los que “el gas se controla instantáneamente con la ignición automática, lo que resulta más seguro que otros fogones de gas”. Igualmente, el representante de Miele indica que “para encender la placa de gas no hace falta apretar un mando durante segundos. El proceso de encendido es totalmente automático. Y en caso de que una corriente de aire apague uno o varios fuegos, se vuelven a encender de forma totalmente automática”.

Más seguridad. El representante de Indesit remarca la inclusión de “protectores de gas que aumentan la seguridad alrededor de cada quemador, evitando posibles accidentes”. Y Luce se refiere a “electrónica inteligente capaz de detectar cualquier tipo de anomalía durante el funcionamiento de la placa de gas, apagando los fuegos en caso de que esto fuera necesario”.

Touch control. Al igual que las placas de inducción y las vitros, ya hay placas de gas con mandos táctiles para su control, “con accesos directos a las potencias deseadas y temporizadores”, señala Pérez.



FOTO: AEG

Recubrimiento especial. Aznar hace hincapié en el uso de un recubrimiento especial -‘iXelium’- realizado en acero, “que evita que la superficie se raye o se vuelva amarillenta con el paso del tiempo. Además, gracias a él, limpiar la encimera resulta mucho más rápido y sencillo”.

HORNOS

En el segmento de los hornos también ha habido múltiples cambios en los últimos años. Desde los relacionados con la tecnología -pirolíticos, termoventilados, vapor...- hasta los referidos al diseño -acero-, pasando por la modificación a la hora de pensar las cocinas, abandonando su habitual espacio bajo la encimera para pasar a colocarse en columna con el microondas u otros electrodomésticos. Éstas son algunas de las últimas innovaciones que ha traído este producto:

Quemadores con varios anillos. Rodríguez destaca la incorporación de “quemadores en forma de anillos triples, que permiten una mejor distribución de la llama, consiguiendo acelerar el calentamiento y que éste sea mucho más uniforme”.

Con cristal. Además de las clásicas placas, en el mercado contamos con algunos modelos que incorporan cristal. Este material aporta un diseño más actual a las placas de gas pero también “ofrece una fácil limpieza, junto a una estética muy cuidada que, sin perder el toque tradicional del gas, aporta innovación y belleza”, como remarca Ruiz.

Estilo ‘retro’. Otra tendencia de diseño en estas placas es la estética ‘retro’, como reseña Teka, aunque actualizándola a nuestros días.



FOTO: LG

HORNOS DE TAMAÑOS ESPECIALES: PRÁCTICOS Y VERSÁTILES

Los fabricantes de electrodomésticos saben desde hace tiempo que todos los consumidores no son iguales ni tienen las mismas necesidades. Por eso, han ido lanzando al mercado hornos que se adaptan a las nuevas demandas, tales como los compactos, los de sobremesa y los minihornos. Según Cristóbal Martínez, Director Comercial de Termozeta, este tipo de equipos “aportan facilidad de uso y ahorro de espacio”. Así, como explica Beatriz Ruiz (BSH), “un horno compacto ocupa menos espacio pero mantiene la misma capacidad de bandeja y con él se consiguen los mismos resultados que con un horno de 60 cm”. Igualmente, José F. Rodríguez (Indesit) señala que “los compactos ofrecen prácticamente las mismas prestaciones que los de dimensiones normales pero ocupando menos espacio. Por este motivo, tienen una presencia importante en el mercado, pues hay mucha gente que, a pesar de no disponer de espacio en sus cocinas, buscan que un aparato les ofrezca las mismas características que un modelo estándar”.

De esta manera, Ruiz incide en que “el ahorro de espacio es una ventaja para las cocinas pequeñas”, a la par que remarca que son productos que “ofrecen la posibilidad de encontrar tecnologías de cocinado muy interesantes, como la cocción al vapor o la cocción combinada con microondas”.

Según puntualiza, “el mercado de los hornos compactos, aún en crecimiento, supone todavía un pequeño segmento que se sitúa aproximadamente en el 7% del mercado”. A su vez, Lorena Pérez (Fagor) afirma que “tienen una presencia emergente en el mercado español, todavía hoy muy centrado en la zona norte y en el canal especialista”. Asimismo, Sven Luce (Miele) puntualiza que es “un producto muy demandado en España por el tamaño reducido de muchas cocinas, donde no se puede instalar un horno de grandes dimensiones. Además, es un segmento en crecimiento por razones de diseño, pues permite perfectas combinaciones, tanto en horizontal como en vertical”, con otros electrodomésticos como cafeteras, microondas, etc.

Por eso, Enrique Martín Alonso (Candy) considera que “son perfectos para integrarse en las nuevas tendencias de decoración y versátiles en sus prestaciones

y posibilidades”, dirigidos esencialmente “a quien busca una cocina con un diseño rompedor pero ‘usable’, y no necesariamente para un público exclusivamente joven”. Por su parte, Ruiz cree que el compacto “es el producto indicado para aquellos a los que les gusta disfrutar de la cocina con la más avanzada tecnología”. Y Pérez opina que ofrece ventajas para “personas con problemas de espacio en la cocina, ya que no sólo permite tener un horno en un espacio reducido, sino una combinación de horno con microondas”, a la vez que es interesante también para “apasionados por el diseño y la gastronomía, pues permite combinar diferentes hornos compactos con diferentes tipos de cocción: vapor, multifunción, con microondas, etc.”. De esta manera, como se realiza desde Teka, se satisface a los usuarios “que quieren tener toda una gama modular”. Por otro lado, el responsable de Termozeta afirma que los hornos de sobremesa y minihornos se dirigen esencialmente a “familias monoparentales, estudiantes, inmigrantes, personas que gustan de la naturaleza -camping-, usuarios que los instalan en segundas viviendas, etc.”.

FOTO: BOSCH





FOTO: TEKA



FOTO: FAGOR



FOTO: FOSTER-FRECAN

Algunos modelos permiten cocinar al vapor, “que resulta mucho más saludable, sano y rico, ya que se mantienen casi intactos los nutrientes y el sabor de los alimentos”

Más ‘inteligentes’ y programas especiales. Luce explica que los hornos son cada vez más ‘inteligentes’, gracias al manejo por sensores y la incorporación de múltiples programas automáticos que permiten cocinar fácilmente diferentes recetas. Por ejemplo, la representante de Fagor habla de la tecnología ‘Intelligent Cooking System’, que “permite cocinar diversos platos indicándole al horno únicamente la familia de alimento de la que se trata. Es el horno el que regulará la función, temperatura y tiempo necesario para darle el acabado idóneo”. Y también hay programas específicos. El representante de Miele habla de la función ‘Clima’,

FOTO: HOOVER



que combina aire caliente y vapor para obtener los mejores resultados al cocinar pan, bizcochos, carnes, suflés o gratinados. Mientras que la responsable de Marketing de Cocción de BSH destaca la inclusión de dispositivos como la termosonda, que permite controlar la temperatura interior del alimento.

Cocción al vapor. Algunos modelos permiten cocinar al vapor, “que resulta mucho más saludable, sano y rico, ya que se mantienen casi intactos los nutrientes y el sabor de los alimentos”, como explica la responsable de Electrolux. Además, Martín Alonso cree que “veremos mucho más a menudo la combinación de horno tradicional multifunción con vapor de apoyo, que mejora mucho la calidad de los asados sin perder acabado final y que facilita enormemente la limpieza”.

Más eficientes. Los nuevos hornos presentan un menor consumo energético, mejorando incluso la calificación energética ‘A’ (‘A+’ y ‘A++’). “Aumentan las prestaciones, incorporando elementos que permiten controlar el consumo energético, como mejoras en el aislamiento del interior del horno, la programación automática del tiempo de cocción exacto de cada alimentos, etc., adaptándolos a las necesidades del usuario. Y también hemos desarrollado un nuevo sistema que garantiza un reparto homogéneo del calor, algo que no es tan sencillo como parece”, anota el responsable de Indesit. En esta línea, la Consumer Activation Manager de Electrolux se refiere a la nueva tecnología de aire caliente ‘TermiCQ’, “que distribuye el calor de forma uniforme” para asegurar un mejor cocinado y dorado de los alimentos. Y también en este sentido, el Director de Marketing de HA de LG se refiere a la tecnología ‘Lightwave’, que recurre a la luz halógena para acelerar la cocción: “Hace posible cocinar sin precalentar el horno, lo que se traduce en un considerable ahorro de tiempo y energía y, por tanto, de dinero. Además, conserva el valor nutricional de los alimentos, realzando su sabor”, apunta Fernández.

Mayor capacidad. En el mercado ya podemos encontrar hornos con más de 75 litros de capacidad útil con las mismas dimensiones de un aparato estándar.

Multinivel. “Destacan los hornos multinivel, que permiten cocinar varios platos al mismo tiempo con distintas temperaturas”, apunta Rodríguez. Como explica Juan Carlos Hernández, Director de Marketing y Comunicación de Franke, “el propio horno se encarga de la correcta distribución de calor entre los distintos niveles y de no mezclar sabores gracias a una extracción total de los vapores que emanan de los alimentos”.

‘Combos’. Teka se detiene en los “hornos con doble cavidad, que permiten cocinar varios platos al mismo tiempo sin que se mezclen sus olores, gracias a sus dos cavidades físicamente diferenciadas de 45 y 15 cm de alto”, es decir, en el espacio de un aparato convencional de 60 cm.

MUCHO MÁS QUE UN PROVEEDOR DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL

www.hmy-group.com

- Servicios de concepto y desarrollo
- Capacidad comercial
- Apoyo técnico e industrial
- Post-venta
- Atención individual y personalizada
- Mantenimiento
- Instalaciones multiformato
- Financiación

Servicio integral llave en mano

900 122 589

www.electrodomestico.yudigar.com

HMY YUDIGAR

YOUR GLOBAL SHOPFITTING PARTNER



FOTO: MIELE



FOTO: FRANKE



FOTO: FAGOR

Autolimpieza más eficiente. Desde Teka se reseña el uso de “una nueva tecnología aplicada al esmalte de la cavidad del horno y a las bandejas, consiguiendo que se repela la suciedad producida durante el cocinado”.

Con esto se consigue “minimizar el consumo energético y limpiar el horno a través de agua evaporada en 24 minutos, haciendo que la grasa y restos de suciedad se desprendan de las paredes del horno tras el ciclo de limpieza, lo que supone mayor comodidad, seguridad -sólo es necesario calentar el horno a 60°C-, ahorro -apenas consume energía, al necesitar sólo 24 minutos- y durabilidad -no se deteriora con el tiempo ni pierde la capacidad de limpieza con el uso-”, se añade.

Flexibilidad interior. Algunos modelos permiten colocar la bandeja hasta en 9 alturas distintas. Además, hay hornos que disponen de bandejas ‘maxi’, un 20% más grandes que las estándar.

Mejor iluminación. Algunos modelos están empezando a incorporar iluminación interior por leds, mientras que otros aparatos disponen de iluminación halógena lateral.

Displays informativos. Muchos hornos cuentan con grandes pantallas que ofrecen completa información sobre el proceso de cocción.

Mandos renovados. Desde Teka se apunta la inclusión de “paneles de mandos más estrechos e intuitivos”. Y al igual que sucede con las encimeras, mucho aparatos disponen ya de mandos touch control que facilitan su manejo.

Cierre amortiguado. “Cuando alcanza determinado ángulo, la puerta se cierra automáticamente y sin ruido”, anota Martínez Segarra.

Más seguridad. “Cabe destacar las mejoras en la ventilación y diseño de la contrapuerta del horno - con 4 cristales-, gracias a los que se puede garantizar la seguridad al tacto”, señala Pérez.

Además, el diseño es un factor fundamental en los hornos. Éstas son las principales tendencias:

Acero y cristal. Ya es un clásico, pero el acero no pasa de moda. Los aparatos más modernos presentan este tipo de acero inoxidable, con tratamiento antihuellas. Además, la Market Manager

de Cocción de Fagor reseña la tendencia “hacia los hornos de cristal en colores, blanco o negro principalmente. Y al igual que en otros sectores, los cromados cobran importancia también en los hornos”. Igualmente, Ruiz señala que “el diseño apunta claramente hacia superficies de cristal, consiguiendo que se conviertan en un elemento de diseño más en la cocina”.

Integración total. “Es cada vez más importante el diseño homogéneo de todos los electrodomésticos que se instalan en la cocina”, señala Luce. Así, el representante de LG opina que “se busca que el horno esté integrado en la cocina, creando una atmósfera armoniosa, donde se cocina con una copa de vino y se disfruta de un momento en familia o con amigos”. Y la Product Manager de Whirlpool destaca la “integración total y monocolor”, además de la “importancia de los detalles y la funcionalidad, las manillas integradas y las líneas sencillas”. En esa línea, el Director de Built-in de Candy apunta la tendencia a “diseños limpios, cada vez menos mandos y más tecnología touch en los frontales, así como combinaciones blanco-inox y negro-inox y puertas integrales al estilo profesional”.

Diseño+funcionalidad. Los fabricantes no sólo entienden el diseño como un concepto estético, sino que lo revisten de funcionalidad. Por eso, se presta atención a detalles como “mandos ergonómicos, puertas panorámicas que permiten ver sin problemas el interior del horno”, así como “nuevos acabados que facilitan el uso o carriles telescópicos avanzados que hacen más sencilla la extracción de recipientes del horno”, como anota el Product & Communication Marketing Manager de Indesit.

Pirolíticos

Como explica el responsable de Indesit, “los sistemas de autolimpieza cada día están más avanzados, lo que hace que se incorpore a más modelos y no sólo a los más avanzados y de mayor precio. Por ello, tanto los sistemas pirolíticos como los catalíticos son cada vez más demandados por el consumidor, por el ahorro de tiempo y las facilidades que implican de limpieza”.

Así, se puede decir que los hornos pirolíticos han sido la principal irrupción de los últimos años en este segmento. “Suponen un 30% del mercado, pero han experimentado un crecimiento notable desde el año pasado”, indica Rodríguez. Igualmente, desde Teka se afirma que su mercado “está en continuo crecimiento” y se especifica que ya representan “cerca del 30% del mercado en unidades y el 50% en valor”.

Asimismo, Martínez Segarra asegura que “en los últimos años se ha ido desviando gran parte de la venta de hornos catalíticos a modelos pirolíticos, por lo que todo hace pensar que en los próximos años éstos se habrán llevado prácticamente la totalidad del mercado de aquellos”. Una postura similar manifiesta la representante de Fagor, quien

apunta que “la cuota de sell-out de la pirólisis en valor alcanza ya el 42%”, por lo que opina que el recorrido todavía es amplio, ya que los precios están ‘democratizando’ y provocando crecimientos anuales desde hace más de 5 años”. Por otra parte, el responsable de Candy considera que el potencial de crecimiento de los pirolíticos “depende de la velocidad de desarrollo del combinado vapor-resistencia y de la presión publi-promocional de las marcas. El fenómeno ‘pirólisis’ en España está asociado a una gran presión mediática y no es ni mucho menos parecido en ningún país de Europa, pues sólo Francia tiene un peso importante en pirólisis y en un segmento de precio muchísimo más alto que el español. Es más una moda que una realidad de uso en la casa”.

La principal ventaja que ofrecen estos equipos es su facilidad de limpieza, ya que, como indica Aznar, “el horno se limpia sin esfuerzo, tan sólo pasando un paño para retirar las cenizas restantes”. ¿Pero en qué consiste la pirólisis? “Los hornos pirolíticos descomponen los restos de suciedad en el horno -grasa y alimento- gracias a la acción del calor de alrededor de 500°C. Toda la materia orgánica se descompone en CO₂ y agua y se evapora, mientras que la materia inorgánica se convierte en cenizas”, precisa la representante de BSH.

Además, los fabricantes están trabajando para reducir el consumo energético de este proceso. Como explica la responsable de Whirlpool, “actualmente, el 40% de los hornos vendidos son pirolíticos, pero esperamos que haya un movimiento hacia otro tipo de sistemas más eficientes y ecológicos”. Así, basándose en nuevos esmaltes interiores y a programas de baja temperatura -incluso mediante vapor de agua-, los nuevos equipos permitirán limpiar el horno en menos tiempo y con un consumo energético muy inferior a los actuales sistemas de pirólisis.

Además, Pérez recuerda que la facilidad de limpieza no es la única ventaja de estos dispositivos. “Por los requerimientos de seguridad y control de temperatura de los hornos pirolíticos, éstos tienen un control electrónico de temperatura, lo que se traduce en una mayor precisión, mejores resultados de cocción y una mejor eficiencia energética. Asimismo, están dotados de mayores prestaciones, como el catalizador de humo y olores y de 3 ó 4 cristales en su puerta”, apunta.

CAMPANAS

Hace ya mucho que no se concibe una cocina sin campana extractora de humos. Pero aquellos primeros productos que vieron la luz, han ido evolucionando, a la par que el público ha modificado sus preferencias y sus demandas. Así, los antiguos modelos telescópicos, que en su día coparon el mercado, poco a poco han ido dejando hueco a nuevos acabados y formas, así como a las campanas decorativas. Éstas son algunas de las novedades más recientes:



FOTO: FERCAN



FOTO: CANDY

Nuevos formatos... Ligado a la creciente tendencia de creación de cocinas en ‘isla’, en el mercado van apareciendo cada vez más campanas de techo. Además, la responsable de Fagor considera que “esta categoría es la que más innovación en diseño permite, pudiendo encontrar diferentes tipos de campanas como box, piramidales, verticales, tipo lámpara, downdraft, telescópicas, grupos filtrantes... Cada vez se opta más por diseños alternativos a la box o la pirámida”. Por su parte, el responsable de Indesit indica que “las nuevas campanas sobresalen por sus líneas nítidas y rigurosas y las formas esenciales, circulares y cuadradas”. Incluso hay modelos que, como señala el Jefe de Producto de Miele, quedan suspendidos del techo “con 4 cables casi transparentes”.

...y materiales. El acero inox está empezando a compartir protagonismo con el cristal, que cada vez tiene más presencia en estos aparatos.

Mejores motores y menos ruido. El Gerente de Grupo Frecan, destaca la llegada de “motores más silenciosos y de menor consumo”. Al igual que el Director de Marketing y Comunicación de Franke, quien remarca que “se trabaja

en el mejor balance posible entre la capacidad de extracción necesaria, con el menor ruido posible y el máximo ahorro energético”. Así, afirma que “se focaliza en motores brushless”. Igualmente, Pérez incide en los esfuerzos “por reducir el ruido a su mínima expresión con motores eficientes y aislamientos fonoabsorbentes”.

Aspiración perimetral. Los nuevos equipos mejoran la extracción de humos mediante estos sistemas. “Al concentrar la potencia de aspiración en el perímetro de la campana, aumenta la velocidad del aire y se crea una barrera que evita que el humo y los malos olores salgan del perímetro”, anota Rodríguez.

Regulación automática. Algunos modelos son capaces de regular automáticamente la potencia de extracción en función del humo y calor generado.

Sin salida al exterior. La representante de BSH hace hincapié en los “nuevos kits de recirculación, sin salida de aire al exterior, de forma que no se pierde el calor generado en el interior de la vivienda en invierno, ni el frío en verano”.

Controles sencillos. Ruiz anota que las campanas cuentan “con controles más modernos e intuitivos, que nos indican si es necesaria la limpieza o sustitución de filtros, etc.”. Incluso hay modelos que incorporan control remoto.

UNA AMPLIA VARIEDAD

Los datos recogidos por IFR Monitoring demuestran que la variedad existente de encimeras, hornos y campanas en los lineales de las tiendas es más que aceptable. Así, en los puntos de venta podemos encontrar alrededor de 18 referencias de encimeras de unas 8 marcas, con un precio medio de 430 euros. De todos estos artículos, 9 de cada 10 son vitrocerámicas radiantes o de inducción. Por lo que respecta a los hornos, en los establecimientos hay alrededor de 9 marcas, sumando en torno a 21 artículos, con un precio medio de 460 euros. Y en el caso de las campanas, los vendedores exponen alrededor de una docena de productos de 5 marcas distintas, con un precio en torno a 270 euros de media. Casi dos tercios de estas referencias son campanas de chimenea, los productos con el

mayor precio medio (955 euros). Aunque el reparto varía mucho dependiendo del tipo de establecimiento. Por ejemplo, en los departamentos de grandes almacenes un 75% de las referencias a la venta son de chimenea, mientras que en los hipermercados sólo representan la mitad de la oferta, mostrando un precio medio muy inferior (275 euros).

En todos los casos, las cadenas especializadas presentan la mayor oferta (alrededor de un tercio más que la media de referencias ofertadas en el conjunto de establecimientos), mientras que los híper cuenta con la menor variedad y ofrecen el precio medio más bajo. Por el contrario, la factura más alta se encuentra en los

departamentos de los grandes almacenes (un 35-40% superior), siendo especialmente relevante la diferencia en el caso de las campanas (casi el triple que la media).

Hay que señalar que en la mayor parte de los casos el precio medio se ha reducido respecto al año anterior, siendo más acusada esta tendencia a partir del segundo trimestre de 2011. Además, la oferta de productos ha decrecido ligeramente respecto al año anterior.



PRESENCIA EN EL LINEAL DE REFERENCIAS Y MARCAS DE ENCIMERAS Y PRECIO MEDIO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO

	Grupos de compra	Cadenas especializadas	Departamentos en grandes almacenes	Hipermercados	Media nacional
Nº referencias	14-15	27-28	14-15	11-12	18
Nº de marcas	7	11	8	7	8
Precio medio (euros)	460	400	580	370	430

FUENTE: ELABORADO POR PROTIENDAS A PARTIR DE DATOS DE IFR MONITORING (SEP'10-SEP'11)

PRESENCIA EN EL LINEAL DE REFERENCIAS Y MARCAS DE HORNOS Y PRECIO MEDIO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO



	Grupos de compra	Cadenas especializadas	Departamentos en grandes almacenes	Hipermercados	Media nacional
Nº referencias	18	30-32	23-34	10-11	21
Nº de marcas	8	12	12	6	9
Precio medio (euros)	450	435	650	390	460

FUENTE: ELABORADO POR PROTIENDAS A PARTIR DE DATOS DE IFR MONITORING (SEP'10-SEP'11)

PRESENCIA EN EL LINEAL DE REFERENCIAS Y MARCAS DE CAMPANAS Y PRECIO MEDIO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO



	Grupos de compra	Cadenas especializadas	Departamentos en grandes almacenes	Hipermercados	Media nacional
Nº referencias	8-9	18-19	6-7	7	11-12
Nº de marcas	4	8	3-4	4	5
Precio medio (euros)	330	235	790	195	270

FUENTE: ELABORADO POR PROTIENDAS A PARTIR DE DATOS DE IFR MONITORING (SEP'10-SEP'11)

Reparto de la presencia en el lineal y precio medio por tipo de campana

	Cuota	Unidades	Precio medio
Stand	18,0%	2	130 €
Chimenea	63,6%	7	345 €
Telescópica	17,9%	2	120 €
Integrable	0,3%	0-1	175 €
Built In	0,2%	0-1	170 €

intervalos, que permite que la campana funcione unos minutos cada cierto tiempo para crear un ambiente agradable en la cocina”.

Funciones especiales. La responsable de BSH recuerda que se puede “activar la desconexión automática, que hace que funcione unos minutos después de acabar el cocinado para acabar de renovar el aire, o usar la función de purificación a

Iluminación innovadora. Las campanas están incorporando sistemas de iluminación regulable por leds, que aunan funcionalidad y diseño. Y

Hernández también se refiere al uso de spot-lights y de bajo consumo.

Decorativas

Como explica Cruells, “en el sector de mueble de cocina, se ha consolidad la opción de la campana decorativa, dejando un pequeño espacio a campanas integrables en mueble o de techo”. El responsable de Franke también indica que las campanas decorativas “crecen y seguirán creciendo, puesto que son las que permiten aunar los conceptos de confort y belleza”. Y la Product Manager de Whirlpool puntualiza que “como la cocina es, cada vez más, el centro neurálgico del hogar, la campana es un elemento

que está tomando más importancia. Por un lado, porque mejora el ambiente en la cocina gracias a la excelente circulación de aire y, por el otro, le da un toque de diseño. Por ello, las campanas decorativas están en auge y todavía vamos a ver un buen comportamiento de esta familia”. Asimismo, Luce precisa que “la campana en especial, más que un electrodoméstico, se considera un objeto de diseño que tiene que encajar perfectamente en el diseño de la cocina”.

Según el representante de Indesit, “la evolución del mercado de campanas decorativas ha sido bastante notable en los últimos años. Hace 15 años, su mercado representaba sólo el 6% del total. A mediados de esta década, ya era del 40%. Actualmente, alrededor del 50% de las campanas que se venden son decorativas”. Igualmente, la responsable de Marketing de Cocción de BSH señala que “las campanas decorativas suponen la mitad del mercado de extracción en unidades, elevándose al 70% en cuanto a facturación. Tienen un buen recorrido, si bien es cierto que comienzan a despuntar nuevas tendencias donde la campana se integra en el techo o en el mueble de cocina, de forma que se hace casi imperceptible”. En este sentido, la representante de Fagor afirma que se ha percibido “una tendencia creciente de integrar la campana en el mueble”. En cualquier caso, desde Teka se afirma que “es previsible que las campanas decorativas continúen creciendo, dado que dicha gama se segmenta más con nuevas tendencias de diseño”.

En línea con el sector

Como vemos, los fabricantes no dejan de trabajar para mejorar sus productos y para atender todas



FOTO: LG

las necesidades de los consumidores en un entorno cada vez más competitivo y difícil. La complicada situación económica en la que nos encontramos está lastrando a todo el sector, muy particularmente a la línea blanca, y la familia de cocción no es una excepción.

“El sector cocina es el reflejo de la situación económica general y, por tanto, está influido por la evolución de variables como la caída de la construcción o la recesión económica, todas ellas con un comportamiento negativo en los últimos años”, se apunta desde Teka. En este sentido, el Director de Built-in de Candy coincide en que “la caída es importante, ya que las ventas se han centrado en reposiciones y reformas y no hay obra nueva”.

Además, la representante de Fagor señala que “la caída del mercado de línea blanca ha afectado en mayor medida a la categoría de placas, por ser ésta la que mayor impacto ha sufrido en los precios medios. Aunque el cierre de ejercicio apunta a caídas acumuladas con respecto al año anterior, la tendencia del último trimestre se espera positiva. La tendencia de hornos y campanas es más estable que la de placas. Se espera que los ‘planes renove’ alienten la venta de los hornos que, por sus eficiencias energéticas, cumplen las condiciones de la subvención”.

Por su parte, la Product Manager de Built-in / Dishwashers de Whirlpool indica que “el mercado de encastre, como el resto de productos de la línea blanca, está cayendo alrededor del 15%, tendencia que se mantendrá para lo que queda de año. Y para 2012 se espera un mercado plano”. Por lo que respecta a las campanas, desde el departamento de Producto de Teka se apunta que “el total



FOTO: ELECTROLUX

de las ventas de campanas estimado para 2011 rondará las 700.000 unidades, lo que representa una caída cercana al 12% sobre las cifras del pasado año”.

Pero no todos los productos tienen la misma tendencia. O al menos, se espera que su comportamiento destaque sobre el resto. “Las placas de inducción han tenido un mejor comportamiento en líneas generales, en detrimento de las vitrocerámicas, por ser productos más eficientes, con más prestaciones y que han visto reducido el precio en lo que llevamos de año”, declara Aznar. En esa línea, Teka también cree que “dentro de la gama de encastre es previsible un comportamiento positivo de las ventas de inducción por reposición del resto de placas -gas y vitrocerámicas radiantes-, por lo que es previsible que sigan creciendo, así como las ventas de electrodomésticos de cocción que supongan ventajas ahorrativas y mejoras en prestaciones y consumos”.

Asimismo, el responsable de Indesit resalta que “las cocinas independientes con horno se están comportando ligeramente mejor que el resto de productos, con caídas pero sólo de un dígito. Y podríamos decir que el encastre, debido a la caída del sector de la construcción, está en una situación de estabilización tras una fuerte crisis”. Por otro lado, el Director de Marketing HA de LG anota que “el producto ha mostrado un mejor comportamiento ha sido el horno. En este sentido, hornos y microondas, que combinados en columna atraen la atención del consumidor más exigente, pueden ser a corto y medio plazo los productos más exitosos de esta familia”.