

El mercado de cocción prospera y se consolida



En general 2017 ha sido un año de crecimiento para el sector electro, que ha aportado estabilidad y seguridad tanto a fabricantes como a consumidores. El mercado de cocción (cocinas, encimeras, hornos y campanas) ha sido uno de los que mejor se ha comportado.

El pasado ejercicio la Línea Blanca creció un 2,49% en valor y un 2% en unidades, cifras que llenan de optimismo a un sector que ha sabido resistir los peores envites de la crisis, y que animan a pensar en estabilidad y crecimiento. Las cifras de las que dispone Anfel para 2018 invitan también a hacerlo, ya que hasta el mes de junio la facturación del sector creció un 3,57% y las unidades vendidas un 1,44%.

Aunque los electrodomésticos de cocción no son los que tienen mayor peso en la categoría, es cierto que en 2017 experimentaron una buena evolución, siendo especialmente destacado el caso de las cocinas, que crecieron en unidades un

28,2%, seguidas de hornos (5,4%), encimeras (4%) y campanas (2,1%). En 2018 este crecimiento se modera, especialmente las cocinas, que a pesar de todo siguen aumentando un 8,1%; y las únicas que se vuelven negativas son las cifras de las campanas (-3,11%).

Alma

La cocina sigue siendo una de las prioridades de cualquier individuo o familia que quiera comprar o reformar una casa. El centro del hogar, el corazón alrededor del cual se disfruta el tiempo, se cocina, se relaja... Este nuevo concepto de casa viva, en el que todos los espacios son polivalentes y en todos ellos se vive, y se

disfruta, aprovechando la flexibilidad de los hogares contemporáneos y todas las posibilidades, son el sello de las viviendas que piensan en el futuro.

Los productos de cocción son el alma de la cocina. Son indispensables. Esta familia ha evolucionado mucho en los últimos años, tanto desde el punto de vista del uso como del diseño. Los consumidores ya no buscan únicamente equipos para cocinar, sino que quieren que estos electrodomésticos les hagan la vida más fácil y, además, que decoren. No en vano, a muchos usuarios les gusta presumir de cocina, por lo que apuestan por el diseño igual que en cualquier otra habitación de la casa.

Aunque los frigoríficos, lavadoras y lavavajillas son los electrodomésticos de Línea Blanca que aportan la mayor parte de la facturación, podemos decir que sin encimera, horno, campana y microondas no hay cocina. La familia de cocción es la que da sentido a este espacio y todo gira en torno a ella.

Uno de los motivos por los que la gama de cocción tiene menor peso en facturación que frío y lavado es porque elementos como la encimera o el horno suelen ser 'para toda la vida'. Es decir, mientras que es habitual que la lavadora o el frigorífico se repongan cuando pasa cierto tiempo, bien sea porque se estropeen o porque se quiera comprar un dispositivo con mejores prestaciones, el equipamiento de cocción se cambia con mucha menos frecuencia.

Por eso, en los años más difíciles de la crisis económica y del parón del sector inmobiliario, las ventas de la gama de cocción se resentieron notablemente, ya que se trata de una familia que tiene su principal mercado en el primer equipamiento de la

vivienda. Otro mercado importante para los electrodomésticos de cocción está en la reforma integral de cocinas, pero dicho tipo de actuaciones también se vieron afectadas durante este periodo tan complicado.

Esta familia ha evolucionado mucho en los últimos años, tanto desde el punto de vista del uso como del diseño

Encimeras

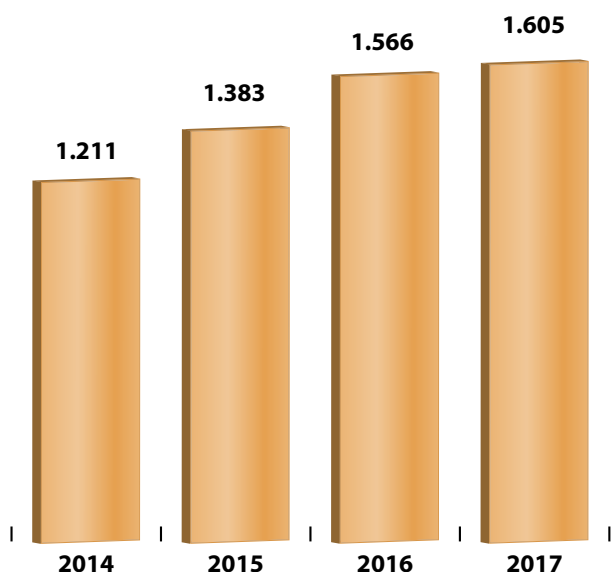
La encimera es el producto más importante de esta gama. Actualmente, en el mercado conviven las tradicionales placas de gas con las vitrocerámicas y los equipos de inducción, aunque también hay otro segmento residual de encimeras con otras tecnologías. Las principales innovaciones son:

- *Flexibilidad.* En el mercado encontramos algunos modelos con zonas de inducción flexibles, que permiten disponer de una superficie útil mucho mayor que en las placas, lo que las hace mucho más cómodas de usar, y permite utilizar recipientes de formas y tamaños especiales, como una plancha grill o una plancha 'teppanyaki', ofreciendo una versatilidad total. Estos modelos cuentan con una zona flexible real, ya que toda la superficie flexible está cubierta por inductores bajo el cristal.

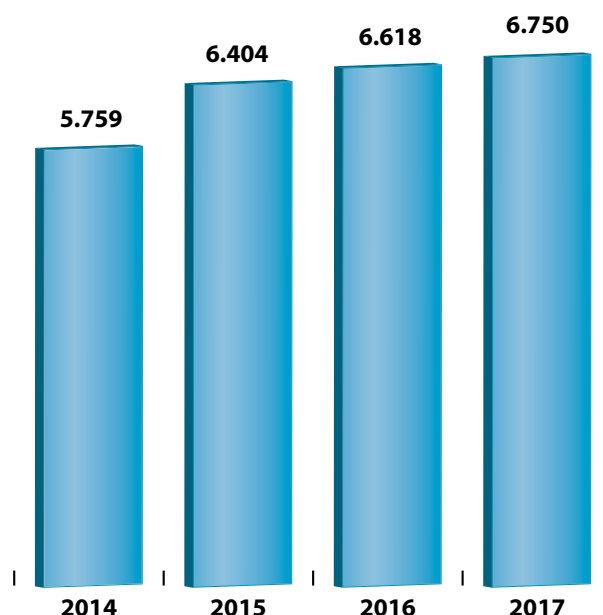
- *Eficiencia.* La mejora de la eficiencia es la mayor prioridad en cualquier electrodoméstico. En el caso de las encimeras, los equipos de inducción traen los mayores avances en este ámbito. Se incrementa el ahorro energético gracias a que las inducciones tienen un consumo eléctrico inferior a una vitrocerámica. Y su mayor potencia permite disminuir el tiempo de ebullición y cocinado, aumentando también así la eficiencia energética.

- *Control táctil.* Los sistemas de control táctil se han convertido casi en el estándar. La novedad reside en el desarrollo de unos controles cada vez más precisos de los ajustes.

MERCADO ESPAÑOL DE LÍNEA BLANCA. 2014-2017
Facturación (millones de euros)



Unidades (millones)



Fuente: Anfel. Elaboración Electromarket.

- *Diseño y color.* En el plano estético, se proponen diferentes colores de cristal para adaptarse al diseño de cada cocina.

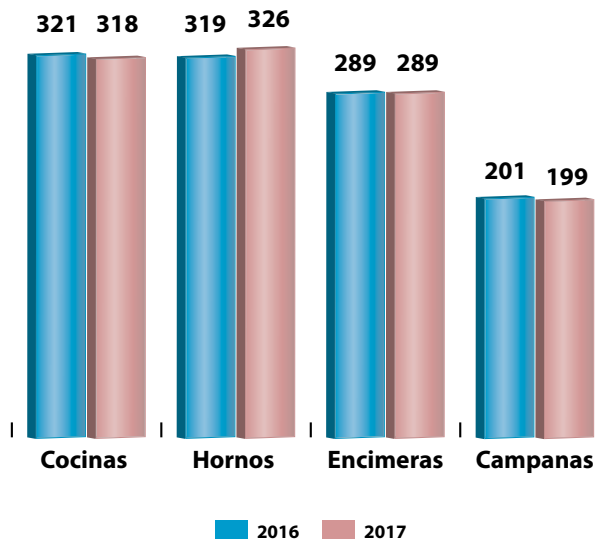
- *Potencia y regulación de llama.* En las placas de gas, destaca el lanzamiento de equipos con quemadores más potentes, además de las placas mixtas, con la combinación de inducción y gas. Algunos fabricantes han desarrollado un sistema de control preciso de la llama en las placas de gas, que permite regular el tamaño de la llama de forma exacta, hasta en 9 niveles, con la misma facilidad y precisión que en una placa eléctrica.

Eficiencia energética

La eficiencia energética es uno de los motores que mueven la innovación en esta familia. Los usuarios están muy sensibilizados con este tema, y se convierte cada vez más en un criterio de compra. Repasamos cómo se está trabajando en la eficiencia en cada familia de productos.

- *Hornos.* Se dirigen cada vez más hacia modelos de mejor rendimiento, menor consumo y en los que se aprovecha el calor residual. En vez de cocinar durante más tiempo, el horno es

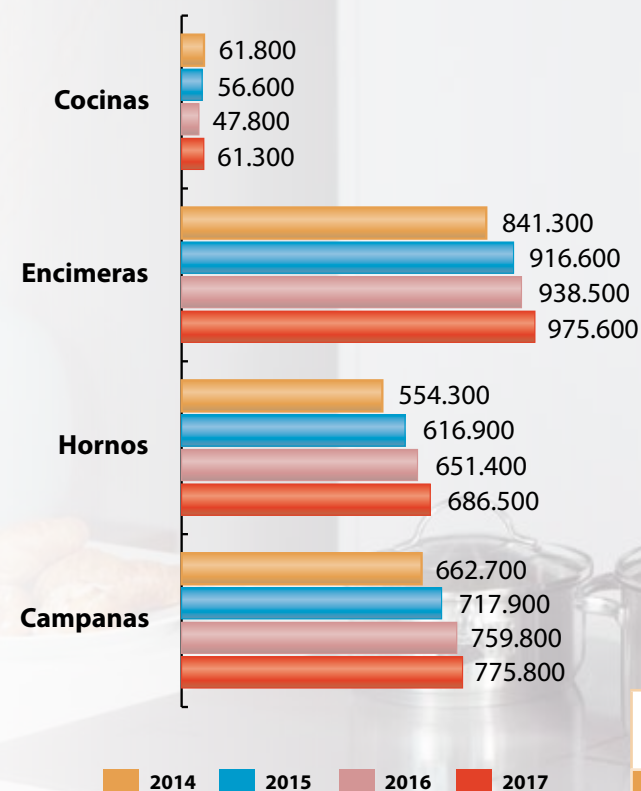
EVOLUCIÓN PRECIOS MEDIOS 2016-2017



Fuente: Anfel. Elaboración Electromarket.

MERCADO ESPAÑOL DE COCCIÓN. 2014-2017

Unidades



Fuente: Anfel. Elaboración Electromarket.

inteligente y se para antes de que el alimento esté cocinado, para hacer el último punto de cocción con el calor residual, mejorando de este modo la eficiencia energética. Además se ha mejorado mucho la estanqueidad, lo que ayuda a mejorar la categoría a A+.

- *Placas.* La mayor innovación la encontramos

EVOLUCIÓN VENTAS POR FAMILIAS 2018. Unidades (%)

	Junio	Acumulado enero-junio
Cocinas	66,12%	8,08%
Hornos	7,68%	0,86%
Vitrocerámicas	-0,25%	2,02%
Inducción	7,38%	2,89%
Resto encimeras	5,74%	3,29%
Total encimeras	4,30%	2,65%
Campanas	-2,79%	-3,11%

Fuente: Anfel. Elaboración: Electromarket

La eficiencia energética es uno de los motores que mueven la innovación en esta familia

en la inducción, que ofrece un mayor rendimiento. De hecho, el 75% del poder energético generado se utiliza en cocinar, muy por encima de los rendimientos que se obtienen con las vitrocerámicas y el gas.

- *Campanas.* La gran eficiencia energética lograda hace ya tiempo en las campanas, se perfecciona con innovaciones de los fabricantes, que combinan elementos como el LED y diferentes motores que permiten ahorrar entre un 35% y 85% de energía sin perder capacidad de aspiración, funcionando de manera mucho más eficiente que los motores convencionales. También existen campanas con sensores, que ajustan la potencia a la cantidad y calidad del humo, ajustando su uso a la demanda real y, por tanto, evitando un consumo energético innecesario.

Tienda electro

El área de cocción es un importante baluarte para la facturación de la tienda de electrodomésticos. Por eso, es fundamental contar con una oferta adecuada, capaz de satisfacer la demanda de todo tipo de clientes. El cliente compra lo que ve o lo que le enseñan. Siempre es importante tener un surtido en tienda que cubra todas las expectativas de un consumidor, tanto las del usuario más básico como las del experto. En definitiva, la función de la tienda o del vendedor es asesorar al cliente y ofrecerle el mejor producto, a la medida de sus necesidades. Contar con una adecuada oferta permite no sólo generar tráfico, sino también poder vender equipamientos completos y aumentar la venta cruzada. El cliente que se dirige a cambiar su campana probablemente tenga también la necesidad de cambiar otros elementos, como pueden ser el horno o placa de cocción. Si el punto de venta cuenta con una oferta de productos completa y adecuada para su



potencial cliente, es muy probable que acabe cerrando una venta mayor de la inicialmente prevista.

La pirólisis, las infinitas programaciones y altas prestaciones de los hornos deben

ir acompañadas de gamas con prestaciones más acotadas, para poder ofrecer el producto que encaje en los diferentes perfiles de los clientes, pero siempre buscando la calidad en la oferta. ▶

Existen campanas con sensores, que ajustan la potencia a la cantidad y calidad del humo