

Un crecimiento lastrado por la crisis sanitaria



La Línea Blanca, el buque insignia del sector, creció en valor durante 2020 a pesar de la gran crisis que ha generado la pandemia, pero lo hizo en menor medida que otras familias del sector, como el PAE o la Línea Marrón, que cubrieron otras necesidades más inmediatas durante el confinamiento.

El Covid-19 ha puesto patas arriba los mercados, la demanda y la estructura del sistema económico, por no hablar de nuestro malogrado sistema sanitario. Unas condiciones vitales inesperadas hasta tal punto que cambiaron totalmente nuestros hábitos de vida, y de pronto nuestras necesidades y prioridades.

Encerrados en casa, el hogar y su equipamiento se convirtió en una de las categorías estrella en las que invertir, buscando el máximo bienestar, ocupando nuestro tiempo de la manera más agradable posible. Y en ello han jugado un papel muy importante muchas de las categorías que conforman el gran Híper sector Electro-Hogar. Algunas han sufrido crecimientos vertiginosos, como las relacionadas con la cocina y con el entretenimiento, otras han crecido más moderadamente, como es el caso de la Línea Blanca.

La categoría reina creció en 2020 un 1,32% en valor, hasta alcanzar los 1.848 millones de euros, y sin embargo vio caer sus ventas en unidades un 1,68%, regresando a los 8.312 millones de euros. Los electrodomésticos de Línea Blanca son duraderos y fiables, y no suelen renovarse a menos que haya una avería o una auténtica necesidad. No es una compra que se realice por impulso o por un deseo pasajero, y es por eso que en las actuales circunstancias la situación de la demanda de estos productos permaneció casi plana.

El segmento de la Línea Blanca que sí logró empujar las cifras hacia arriba en plena crisis sanitaria fueron los congeladores. Con un incremento del 40% en facturación y del 35% en unidades, fue realmente el electrodoméstico que consiguió llenar una necesidad nueva, del momento, como fue la voluntad de almacenar en casa la máxi-

ma cantidad de comida posible, ante el miedo inicial ocasionado por el virus. En el extremo opuesto, los electrodomésticos que peores cifras recogieron en el pasado ejercicio fueron las cocinas, con un descenso del 12% en valor, y los frigoríficos de dos puertas con congelador superior, que cayeron un 10%.

Especialización

La tienda especializada de electrodomésticos es uno de los canales más importantes para las firmas del sector. Y no sólo por las ventas que se producen en dichos establecimientos, sino también por el valor añadido

que ofrecen al comprador, que finalmente repercute también en su imagen de marca, algo realmente importante en el caso de los electrodomésticos de Línea Blanca. La comercialización a través de este canal tiene como principal ventaja la capacidad de prescribir y asesorar, de forma directa y personalizada, lo que conlleva a su vez una potencial fidelización del consumidor. El canal está favoreciendo este aspecto cada vez más, recomendando los productos que más beneficios aportan a los usuarios.

Las tiendas especializadas ofrecen la ventaja al cliente de ofrecer un asesoramiento personalizado, para que su decisión de compra cumpla mejor con sus expectativas. Para un amplio porcentaje de consumidores sigue siendo muy importante poder realizar una comparativa física de los productos en el lineal. Asimismo, la ventaja del servicio cercano y la confianza para resolver cualquier tipo de duda o de incidencia posterior que surja con el producto, son aspectos muy valorados por el cliente final.

El usuario puede ver y tocar el producto en las tiendas, así como explotar todo el potencial de comunicación del packaging. Además, vendedores, dependientes y promotores pueden aclarar las dudas

respecto al funcionamiento y los resultados de los productos, actuando como prescriptores, lo que supone una ventaja importante del canal físico en el momento de la toma de decisión de compra. Hay que pensar también en la fidelidad de los consumidores a algunas marcas de distribución, que no son para ellos solamente un lugar físico de recogida, sino que significan un sello de confianza y calidad.

El consumidor que no compra online y que va a la tienda para adquirir un aparato busca algún tipo de asesoramiento. El concepto ROPO (*research online purchase offline*), buscar la información del producto online, pero acudir a la tienda a comprar, es

El papel de los Planes Renove es muy relevante a la hora de actualizar el parque de electrodomésticos de nuestro país

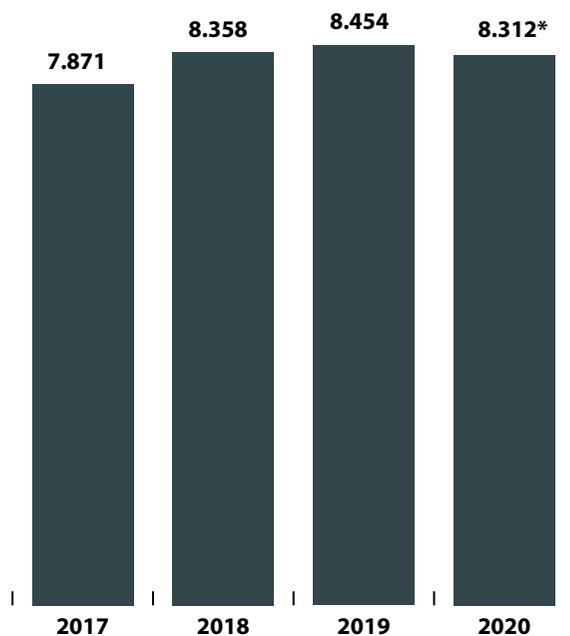
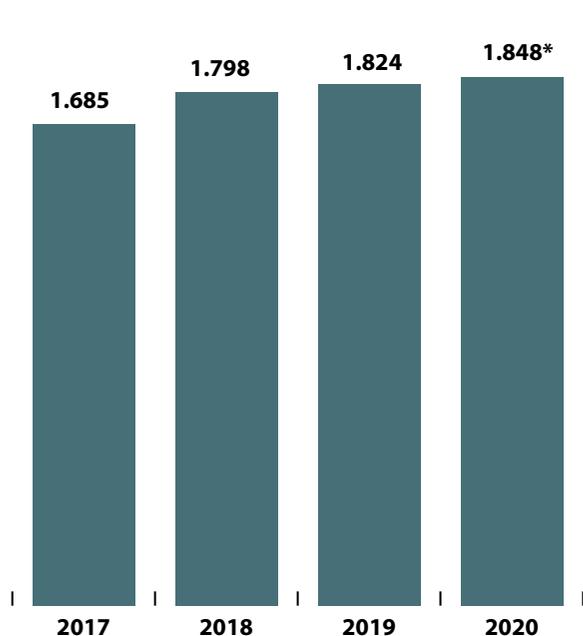
bastante común en Línea Blanca, y a veces un consumidor va a la tienda buscando el último empujón a la hora de comprar. En este sentido, es importante que una tienda también tenga una buena web informativa para que el consumidor tenga la opción de comprar en la tienda o en la web.

El cliente que suele comprar en establecimientos especializados es un consumidor bien informado, que sabe lo que compra y al que se le ha dedicado el tiempo necesario con el fin de conocer sus necesidades y asesorarle sobre cuál es el producto que realmente necesita. Esto repercute en los fabricantes en cuanto al nivel de satisfacción del usuario, el número de quejas, las valoraciones de los productos y la percepción de imagen de la marca. Por todos estos motivos, el vínculo entre fabricantes y distribución debe ser muy estrecho. La relación que se establece entre el fabricante y el distribuidor es siempre muy cercana, trabajando juntos tanto en tener un buen surtido de la marca en el punto de venta como en la mejor exposición del mismo, definiendo espacios propios donde se pueda asesorar de una manera cercana a cada uno de los clientes, acerca de los aparatos de la marca de la mejor manera.

MERCADO ESPAÑOL DE LÍNEA BLANCA 2017-2020

Facturación (millones de euros)

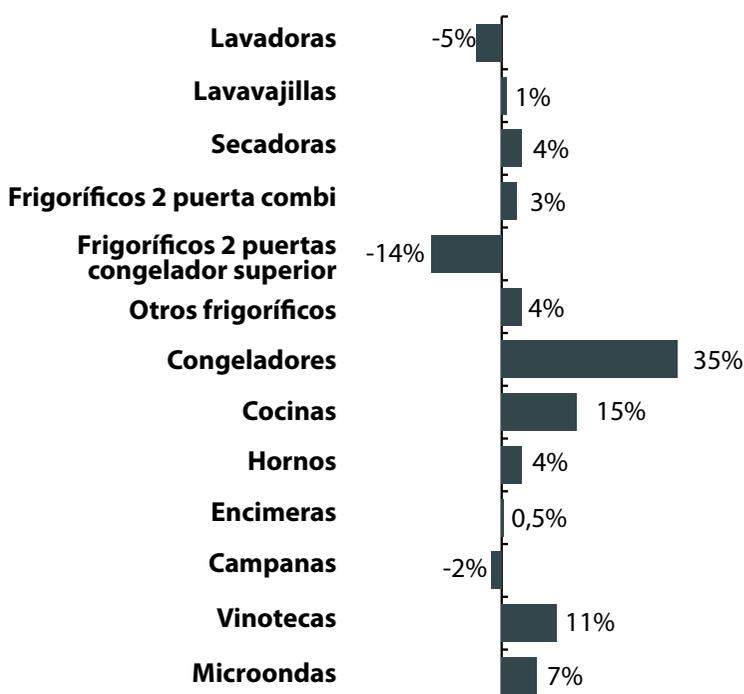
Unidades (millones)



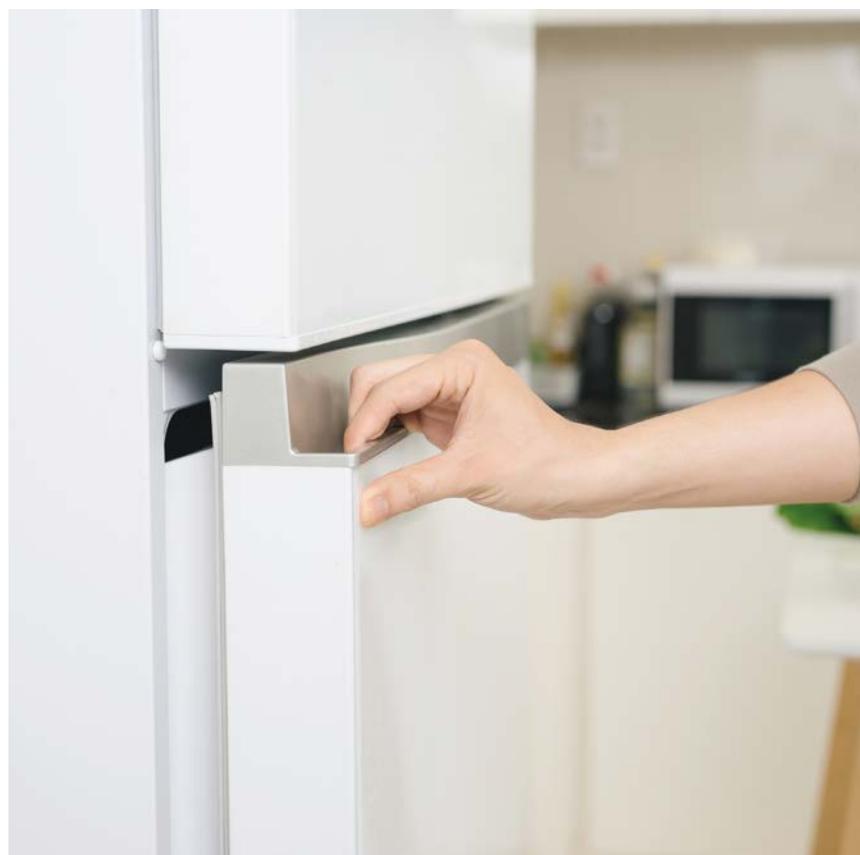
Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket. *previsión

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2019-2020

Unidades (%)



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket



Además, se trabaja en el plano de la formación, para que el distribuidor esté formado en cada aspecto diferencial de los aparatos y poder transmitirlo de una forma clara al cliente final. Por supuesto, esta relación tan cercana hace que se trabajen conjuntamente aspectos como la posventa, ya que no sólo se trata de la venta inicial, sino de establecer una relación de confianza con el cliente para que pueda volver de nuevo en un futuro cercano gracias a la atención recibida, consiguiendo de esta forma su fidelización.

Eficiencia

Los Planes Renove van dirigidos a la sustitución de electrodomésticos por otros de mayor eficiencia energética; es decir, más eficientes y menos contaminantes. Las ayudas económicas al consumidor pueden suponer un 25% del coste de adquisición del electrodoméstico

El segmento de la Línea Blanca que logró empujar las cifras hacia arriba en plena crisis sanitaria fueron los congeladores

(IVA no incluido), por lo que la adquisición de equipos más eficientes, que pueden tener un coste mayor, se favorece con estas ayudas. Son importantes, ya que la Administración potencia el consumo responsable de los consumidores y el beneficio es para toda la sociedad. No cabe la menor duda de que el papel de los Planes Renove es muy relevante a la hora de actualizar el parque de electrodomésticos de nuestro país. Además, son muy útiles para que los usuarios se familiaricen con el etiquetado energético y valoren la eficiencia. El papel

MERCADO DE ELECTRODOMÉSTICOS DE GAMA BLANCA. 2017-2020 (UNIDADES)				
	2017	2018	2019	2020
Lavadoras	1.715.700	1.799.000	1.847.500	1.755.125
Lavavajillas	713.100	745.190	772.760	780.490
Secadoras	219.300	225.835	226.512	235.572
Congeladores	150.100	158.800	163.500	220.725
Cocinas	61.300	65.200	71.000	81.650
Encimeras	975.600	1.048.700	1.067.600	1.072.938
Hornos	686.500	746.225	773.835	804.788
Campanas	775.800	840.150	855.270	838.165

Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

de los Planes Renove es determinante, en general, para el desarrollo tan importante que ha tenido el sector en los últimos años y en el que se necesita a futuro. Tanto por el impacto mediático tan importante que supone para la concienciación social como por el hecho de que el mensaje venga avalado por la Administración Pública, vital para que al usuario le llegue el mensaje como algo importante y creíble. También porque el descuento que supone es algo que ayuda mucho a la decisión final del usuario. En muchos casos, es el empujón final para que tome la decisión, ya que son vistos por los usuarios como la mejor forma de acceder a un producto con mejores prestaciones que, a su vez, lo hacen mucho más eficiente. De este modo, el usuario no opta solamente por el Plan Renove por el acceso a un descuento de compra, sino porque, gracias a este descuento, podrá tener en casa un electrodoméstico que le permita ahorrar en sus facturas.

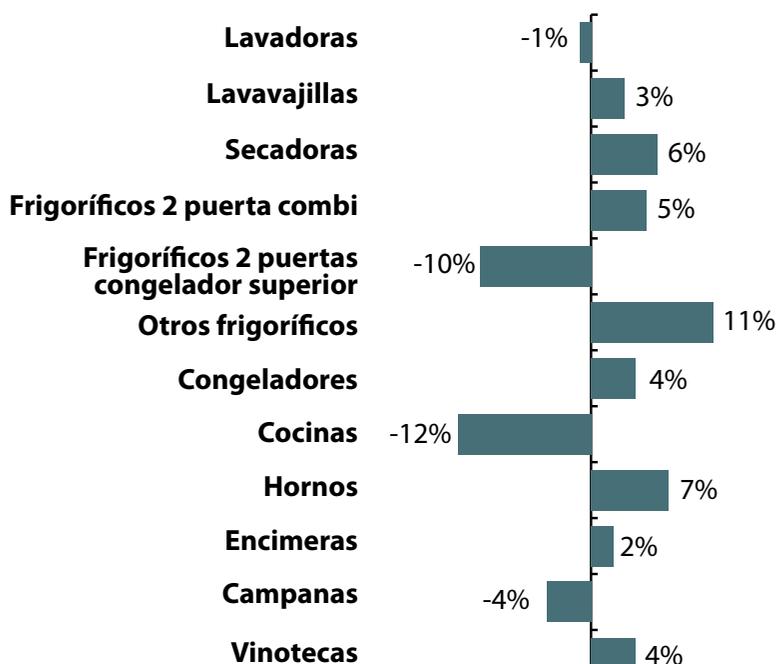
Los Planes Renove son una herramienta más para transmitir el mensaje de eficiencia energética en los electrodomésticos, ya que, aparte de acceder a un descuento por la sustitución del antiguo por uno más eficiente, se hace de forma sostenible, puesto que el aparato antiguo se recicla siguiendo un proceso responsable. Además, con el uso y ahorro energético del usuario, éstos se convierten en nuevos prescriptores. Estos planes pueden ayudar a mejorar la sensibilidad hacia la eficiencia si se realiza un esfuerzo para comunicar su fin a los compradores. Todas las políticas que se diseñen desde el Gobierno para concienciar de la importancia de la eficiencia pueden ayudar a permeabilizar estos mensajes en la población.

Encerrados en casa, el hogar y su equipamiento se convirtió en una de las categorías estrella en las que invertir

Pese al impacto de estos programas, suelen ser pocos y con escasos recursos, por lo que desde el sector se aboga por un gran Plan Renove nacional, para despertar realmente el interés por el cambio de electrodomésticos por otros más sostenibles y eficientes. También se reclama que debería haber Planes Renove para aire acondicionado, estufas de gas, pellets, etc. A falta de ellos, algunos fabricantes despliegan sus propios programas.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2019-2020

Precio (%)



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

Conectividad

La tecnología se ha introducido en los aparatos electrónicos a todos los niveles, y cada vez es más común que el usuario pueda manejar sus electrodomésticos conectados y controlar su consumo desde cualquier smartphone. Una vez introducida la información sobre su tarifa energética en la aplicación, podrá saber cuánto consumen los ciclos de lavado de su lavadora o lavavajillas, por ejemplo. También se tiene la posibilidad de comprobar cómo influyen en el consumo los diferentes ajustes que haga en el programa seleccionado. Y ya se han presentado en diversas ferias y eventos electrodomésticos con Google Assistant y Amazon Alexa.

La vida diaria requiere estar cada vez más conectado, la administración del espacio doméstico se simplifica gracias a la tecnología y a aplicaciones que permiten al consumidor comunicarse de forma remota con sus dispositivos y controlar su funcionalidad a través de teléfonos inteligentes y tablets (iOS y Android), en cualquier momento del día y en cualquier lugar. El control de los aparatos aumenta la comodidad, la calidad de vida y la seguridad diaria, tanto dentro como fuera de la casa.

La conectividad wifi de la que ya gozan los nuevos electrodomésticos de Línea Blanca permite programar temperaturas, horarios y actividades concretas que se ajustan a las necesidades de cada consumidor. Posibilidades como la gestión remota, geolocalización o control de presencia ofrecen un abanico cada vez más amplio de posibilidades de utilización de nuestros aparatos en el confort diario.

Además, las últimas tecnologías permiten incorporar la domótica en el hogar, utilizando sistemas de regulación de iluminación, sensores de presencia para controlar el encendido y apagado de las luces o sensores de luz natural para desconectar los aparatos que no sean necesarios. La domótica y la telegestión permiten un control remoto de la intensidad, color, temperatura, horarios de funcionamiento y otras funcionalidades. La conectividad permite la integración de varios elementos de la casa, tales como luces, persianas, climatización, sistemas de seguridad, accesos, etc., convirtiendo el hogar en un hogar inteligente, optimizando todos sus parámetros de funcionamiento. Y en este sistema de conectividad y de colaboración entre los aparatos del hogar se encuentra la casa del futuro. ▶