

La gran sorpresa



Un año atrás, las ventas de Aire Acondicionado Doméstico caían un 21%. Era el subsector con la situación más crítica del Hiper Sector. Era el peor momento de su historia. En 2013 las cosas cambiaron para bien. Por fin.

Por debajo de los 250 millones de euros de cifra de negocio, pero remontando. Esta es la situación después de un 2013 de crecimiento y unas ventas totales de 249 millones de euros. Lejos quedan otras épocas, pero dadas las circunstancias económicas actuales, con el mercado inmobiliario al ralentí y la confianza de los consumidores por los suelos, un crecimiento del 3,3% no sólo es meritorio si no que es una gran sorpresa.

Junto a los subsectores de Informática Doméstica y Pequeño Aparato Eléctrico, el del Aire Acondicionado Doméstico salda el ejercicio 2013 con crecimiento en cifra de negocio y volumen de unidades, concretamente el antes citado 3,3% y

el 4,2% en unidades. En nuestro país se comercializaron 469.000 unidades de climatización para el hogar, que sumaron unas ventas de 249 millones de euros. Los analistas que años atrás no se atrevían a estimar un mercado español del Aire Acondicionado Doméstico por debajo de los 250 millones de euros, tenían cierta razón. La cifra valle se alcanzó en 2012, con 241 millones. En 2013 se inició la recuperación para situarse muy cerca de esta frontera de los 250 millones. Así pues, parece que cruzar esta línea roja ha sido un hecho puntual. La cuestión es si este cambio de tendencia se mantendrá para iniciar la recuperación del subsector en el período 2014-2015.

Des del punto de vista de unidades co-

mercializadas, el crecimiento no esconde la realidad de un mercado que un año detrás de otro ha ido menguando. Recordemos que en 2005 esta cifra era unas cuatro veces superior.

Inmersos en la crisis general, los resultados son buenos. Tal vez la desaparición de una demanda de producto de muy baja gama ha ayudado. Ya no entran de forma masiva por nuestras fronteras, y aunque seguimos sin una verdadera industria instalada, al menos la comercialización ha vuelto con unos márgenes interesantes, aunque todavía bajos.

Sin duda, la estrategia de los fabricantes europeos y japoneses de marcar las diferencias con esos otros equipos y ponerlas en valor ha hecho que los consumidores

entiendan y acepten cuáles son las diferencias y qué representan. Diseño, integración en el hogar, fiabilidad, robustez, nivel de rumor, bajo consumo eléctrico, garantías...

Depende del calor... Y del frío

Estamos ante un producto con unas ventas tradicionalmente estacionales que está perdiendo esta característica. La pérdida es positiva para los intereses del subsector, que ve cómo a diferencia de otras épocas, las ventas de equipos fuera de temporada crece. Si antes hasta las primeras oleadas de calor el mercado no reaccionaba, ahora su comportamiento se repite pero en la época invernal. A los primeros fríos se incrementan las ventas de equipos con bomba de calor. Un solo equipamiento para las dos épocas climatológicas del año. El concepto de venta ha cambiado: se ha pasado de vender frío a vender climatización. Y funciona, más aún teniendo en cuenta los actuales precios de los equipos con bomba de calor y el deseo de los consumidores de adquirir menos equipos, con más prestaciones y más integrados, esto último tanto en lo referido al tamaño como a la estética de su diseño.

Las ventas 2013

El volumen de mercado 2013 se situó en 469.471 unidades comercializadas y una facturación de 249 millones de euros. El subsector respira cierto optimismo, hasta el punto de que hay grandes expectativas depositadas en el verano. Las preferencias de los consumidores siguen decantándose por el siguiente perfil de equipo: equipos de pared, de entre 2001 y 3.000 frigorías, con bomba de calor y tecnología inverter.

Mercado español de Aire Acondicionado doméstico 2012-2013

Millones de euros



Miles de unidades



Por canales de venta, los establecimientos pertenecientes a Grupos de Compra y Cadenas siguen sumando el 89% de las ventas.

El futuro inmediato

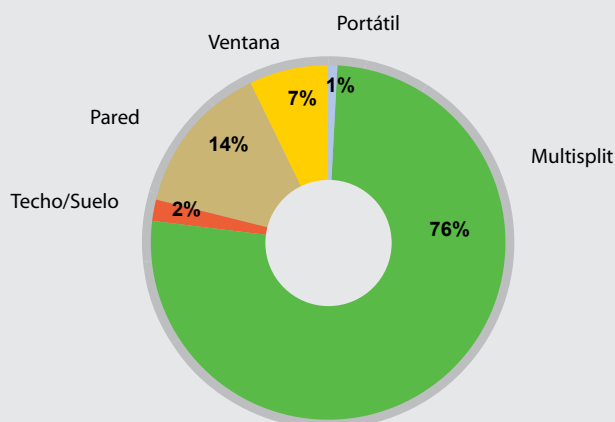
Buena parte de los operadores del subsector dan por hecho que en 2014 se consolidará la tendencia de crecimiento iniciada en 2013. Con un pronóstico de PIB al alza, las entidades financieras empujadas a abrir el grifo del crédito y una evolución del paro que aunque no mejora de forma espectacular también parece que ha iniciado la recuperación, el escenario más

optimista otorga un nuevo crecimiento del subsector, en este caso de alrededor del 3%, mientras que el más pesimista sitúa el crecimiento entorno al 1%.

De nuevo y como ocurrirá en la mayoría de subsectores del Hiper Sector Electro Hogar, será en 2015 cuando el mercado vuelva a operar con cierta lógica y normalidad, inaugurando una etapa de paulatinos crecimientos, también para el Aire Acondicionado Doméstico. Si se confirma la mejora de la economía española, los hogares podrían sentir sus efectos a mediados de 2015, una época ideal para que se desencadenaran las ventas de estos equipos.

Pero hay que ser prudentes. Desde el realismo, no podemos prever más que una repetición de lo que ha sido 2013. Que ya es mucho y bueno. ■

Cuota de mercado por tipo de equipo 2013



AIRE ACONDICIONADO DOMÉSTICO: PRECIOS MEDIOS DEL MERCADO ESPAÑOL 2012-2013

Cifras en euros

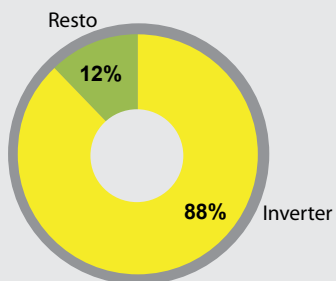
	2012	2013	Variación
VENTANA	830	830	0%
PARED	550	561	2%
TECHO/SUELO	1600	1568	-2%
MULTI SPLIT	1900	1843	-3%
PORTÁTIL	280	249	-11%

La primavera de 2015 puede marcar el punto de inflexión de las ventas

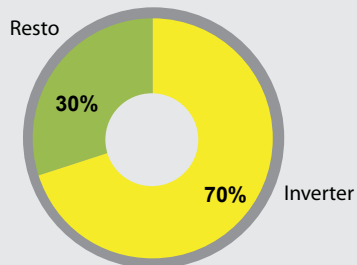


Peso de la tecnología inverter 2013

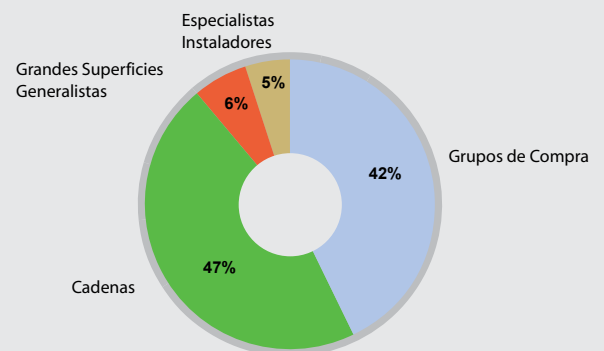
Valor



Unidades

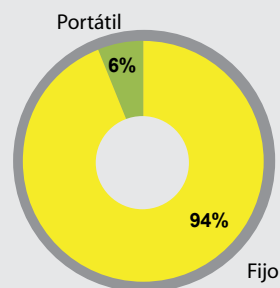


Cuota de mercado por canales 2013

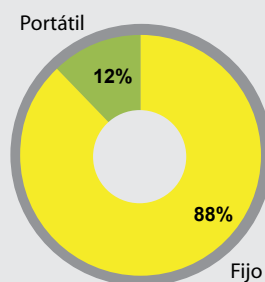


Relación entre modelos fijos y portátiles 2013

Valor



Unidades



Reparto de las ventas de equipos de Aire Acondicionado por potencia 2013 (% Valor)

Frigorías

