



www.eggo.es

NOTA DE PRENSA

El gasto medio en la compra de muebles de cocina sube un 5% y se sitúa en 6.300 euros

El tercer test anual de èggo Kitchen House refleja que el consumidor primero consulta y se informa en internet y después visita al menos tres establecimientos

Los encuestados manifiestan su preferencia por las grandes tiendas especializadas

Se imponen las cocinas abiertas, de líneas rectas, con tiradores integrados en muebles e iluminación configurable

Madrid, 28 de febrero de 2018

[Èggo Kitchen House](#), la franquicia especializada en la venta de mobiliario de cocina hecho a medida, ha realizado su tercer test anual para detectar las tendencias del sector entre los más de 4.000 consumidores que han pasado durante el último año por sus tiendas.

Los datos recabados indican que la inversión media para renovar la cocina alcanza los 6.300 euros frente a los 6.000 que se destinaban en 2016, lo que representa un 5% más. El dato confirma la evolución positiva de esta actividad basada, sobre todo, en la mejora que se está produciendo en el mercado de reforma y renovación del hogar.

Consulta por internet

El comportamiento de los clientes antes de decidir la compra presenta escasas variaciones respecto a la tendencia ya iniciada antes de 2016 de realizar consultas previas por internet. Este punto lo confirmaron más del 80% de los clientes que visitaron las tiendas **èggo**, al igual que corroboraron que el consumidor español acude a al menos tres puntos de venta antes de decidir dónde adquirir su nueva cocina.

Compra en grandes tiendas especializadas

El estudio también confirma que mejora la valoración de la atención al cliente cuando se dispone de herramientas de última generación que permiten visualizar con realismo 3D la cocina antes de montarla en su hogar, así como la preferencia por las grandes tiendas especializadas en detrimento de las tiendas tradicionales.

Alberto Terán, director Comercial de la enseña en España, confirma que cada vez "toma mayor fuerza la gran tienda especializada, con facilidades de acceso y parking, donde se puedan ver múltiples exposiciones de cocina y realizar la planificación y compra de la cocina de forma colaborativa y transparente".

Tendencias para 2018

La tercera oleada de datos también muestra las demandas del consumidor a la hora de renovar esta estancia, que cada vez se planifica con más detalle por el lugar de preferencia que ocupa en el hogar.

La tendencia en 2018 es el alto valor que se concede a las cocinas de calidad con un diseño atemporal, en el que se imponen las líneas rectas y la ausencia de elementos, como los tiradores, que rompan los planos. De hecho, cerca del 50% de los consumidores optan por integrar el tirador en los muebles.

Cocina abierta

La cocina abierta es otra de las tendencias que se viene observando desde hace un par de años y que no solo se mantiene sino que se refuerza. La apertura al salón ya en 2016 era la aspiración de la mayoría de los consumidores y ahora se confirma como primera opción, mientras que la segunda es abrirla a la terraza o jardín. De igual forma, y si el espacio lo permite, esta unión con otros habitáculos de la casa se realiza por medio de una isla o península.

El negro coge fuerza

Si bien el color blanco sigue siendo el rey, a lo largo del año pasado, y para un consumidor que se decanta por los espacios con estilo, se introdujo con fuerza el negro, que aporta a la cocina un aire tipo bistró. Tanto el blanco como el negro se armonizan con acabados en texturizados de aspecto madera.

Las encuestas muestran preferencias por combinar el negro con maderas oscuras como el roble y en el caso de los frentes blancos hay mayor inclinación por las maderas claras tipo haya. El acabado en tacto seda, que fue el favorito del año pasado tanto para las versiones mate como brillo, mantiene su liderazgo, aunque evoluciona hacia acabados industriales como el cemento, el acero o el óxido.

Despuntan las puertas lacadas

En cuanto a los materiales para los frentes de las puertas, los lacados que en 2016 despertaban el interés del 20% de los consumidores se afianzaron el año pasado posicionándose al cierre del ejercicio en cifras superiores al 30%. Si bien, y sobre todo debido a lo ajustado de sus precios, los laminados y los acabados en texturizado madera siguen siendo los favoritos en los hogares españoles.

Accesorios interiores

Dentro de los accesorios para personalizar la cocina, la iluminación configurable que permite dotar a la cocina de diferentes ambientes es otra de las tendencias más destacada, puesto que permite con un simple gesto pasar de luz fría a luz cálida. Ya en 2017 casi la mitad de las cocinas planificadas en las tiendas **èggo** incorporaban accesorios de iluminación como parte del equipamiento. Otros elementos que despuntan son los contenedores de reciclaje, que en el ejercicio pasado se demandaron en el 25% de las cocinas planificadas.

Las vitrinas con cristales ahumados en los muebles altos y las bases de enchufe integradas en la encimera o en los muebles de esquina también se van a ver con mayor intensidad. El año pasado se personalizaron con ambos accesorios el 25% de las cocinas planificadas en las tiendas **èggo** siguiendo los deseos manifestados por los clientes.

Encimeras y superficies de trabajo

Si en los test anteriores despuntaron los reguesados en la encimera, todo indica que se ha tratado de una moda efímera, ya que más del 80% de los clientes que se han decantado por encimeras de cuarzo o en material porcelánico han vuelto a solicitar grosores de 2 cm e incluso de 1,2 cm.

No obstante, en las encimeras estratificadas, donde lideran los acabados en imitación madera tratada, el 95% de las cocinas planificadas por nuestra franquicia mantienen un grosor de 4 cm.

Èggo Kitchen House es una cadena internacional de tiendas especializadas en muebles de cocina de calidad alemana y hechos a medida. De origen belga, cuenta con 56 puntos de venta en Europa (5 en España), una facturación anual superior a los 150 millones de euros y una media de venta de 17.500 cocinas cada año. En su accionariado participa el grupo alemán **Nobilis**, líder europeo en la fabricación de muebles de cocina, que factura más de 1.300 millones de euros y produce más de 700.000 cocinas.

RECURSOS

Cifras básicas de la enseña

ÈGGO KITCHEN HOUSE	
Superficie local	Desde 400 m ²
Población mínima	Área de influencia 100.000 habitantes
Ubicación	Centros y parques comerciales
Inversión	Coinversión con el franquiciado. Para franquicias en inversión estándar: <i>welcome pack</i> 2018: 50% bonificación
Ayuda financiera	<i>Renting</i> de franquicia amortizado con la explotación del negocio
Recursos necesarios	100.000 €
Canon de entrada	25.000 €
Royalty de explotación	3,4% (extrapolado sobre ventas)
Royalty de publicidad	0,6 % (extrapolado sobre ventas)
Ventas año 1	1.550.000 €
Retorno de la inversión	Menos de 2 años
Duración del contrato	10 años renovables
Tiendas	56 en Europa, 5 de ellos en España
Puestos de trabajo por tienda	6 directos y 14 indirectos de media





Para descargar imágenes, pulsa en la foto o en el enlace y entrarás en el [Espacio de prensa](#).

Contacto
Araceli Hernández Teresa
by **èggo Kitchen House**
ahernandezteresa@gmail.com
[@AraceliHTeresa](#)