



Nueva norma

UNE EN 1116 Dimensiones de coordinación con aparatos electrodomésticos

Establece las dimensiones de coordinación entre los muebles (incluyendo encimeras), aparatos electrodomésticos, fregaderos y paneles decorativos.

Se definen en primer lugar, una serie de conceptos sobre la coordinación dimensional: altura de trabajo, retranqueo de zócalo, fondo de plano de trabajo, vuelo del plano, nicho, abertura de encastre, panel decorativo etc.

Para cada dimensión se incluye una gama dimensional normalizada, así por ejemplo, se consideran alturas normalizadas de los planos de trabajo, 850 (+50,-0), 900 (+50,-0) y 950 (+50,-0) en mm.

La norma no afecta a las cocinas para colectivos o de tipo industrial y es de aplicación a la instalación/fabricación de los elementos pero no a aspectos de calidad/seguridad por lo que no se tendrá en cuenta en la certificación de AENOR.

Muebles de cocina

Datos del sector

AMC informa que las ventas durante el primer semestre de 1.996 de sus 17 empresas asociadas fue de 6.701 millones de pts frente a los 7.132 en el mismo periodo del año pasado, el 6% menos.

Por tipo de acabado se tiene que en madera fue el 13,8%, en lacado el 14,4% y en estratificado el 71,8%.

Al mercado interior va el 92% y al exterior el 8%.

De los muebles destinados al mercado interior, van a la construcción el 29% y el resto se vende en distribuidor. Se destaca el aumento de la cuota que va a construcción en relación con el mismo periodo del año anterior que fue del 27,7%.

La conducta del comprador de muebles de cocina

AMC ha realizado una encuesta entre los distribuidores de muebles de cocina para conocer cómo se comporta el usuario que adquiere los muebles. La encuesta se ha llevado a cabo con 100 distribuidores repartidos en todo el territorio nacional. Recogemos las conclusiones más interesantes que pueden deducirse de las contestaciones a los cuestionarios.

- En España la cocina se renueva entre los 15 y 20 años.

- Antes de cambiar la cocina el usuario se informa concienzudamente, recopila presupuestos y tarda en tomar la decisión unos 6 meses.

- La decisión de compra la toman conjuntamente el hombre y la mujer.

- La edad del usuario, en un 91% está entre 30 y 50 años.

- La mayor parte de los proyectos que realizan los distribuidores son para el mercado de la renovación.

- Las viviendas nuevas se entregan en su mayoría con la cocina equipada.

- Hay una gran cantidad de oferta, en muchos casos la economía sumergida se aprovecha de la oferta que le proporciona la industria auxiliar y los fabricantes de materias primas, e impone una fuerte competencia en precios.

- De los presupuestos que elaboran los distribuidores, alrededor del 30% se materializa. De los no aceptados una gran parte va hacia el carpintero, en otros casos decide no comprar la cocina en ese punto de venta y se dirige a la competencia.

- La opción del mueble kit no es aceptada en general por el consumidor español, de hecho las tiendas que venden estos tipos de muebles ofrecen la instalación como un servicio más.

- La mayor parte de los compradores motivan su compra en la influencia del entorno social, de lo que se deduce que la satisfacción del cliente y el "boca a boca" son factores decisivos que inclinan a un usuario a decidirse por un distribuidor concreto. También la publicidad es un factor de venta, aunque el sector de muebles de cocina de España es uno de los que menos invierte de Europa.