

Diseño, funcionalidad y calidad, claves para el crecimiento del menaje



Transversal y ecléctico, el menaje constituye uno de los elementos de la cocina que menos ha sufrido la crisis, dado que las ventas se han mantenido. Sin embargo, se enfrenta a una presencia muy importante de importaciones y a una competencia creciente de productos de bajo precio. La diferenciación resulta imperativa.

Gracias a su precio asequible, a la gran diversidad de opciones y al atractivo diseño, el menaje, especialmente en cuanto a utensilios de cocina, es una de las familias más agradecidas y divertidas del mercado, con un alto volumen de rotación, un elevado grado de reposiciones y una alta compra por impulso. Y es que los utensilios de cocina no solamente se compran cuando hacen falta, sino también cuando se quiere añadir un gadget divertido, con un nuevo diseño, a la cocina. Su bajo precio lo hace posible, como también la gran multitud de canales comerciales donde se encuentran y un diseño atractivo, que favorece la compra. El mercado del menaje alcanzó en 2016 los

122 millones de euros, una cifra ligeramente superior a los 120 millones de 2015, que supone un crecimiento del 1,67%. Entre todos los canales tradicionales, solamente creció en las grandes superficies generalistas, un 7,3%. El resto de canales vieron descender de manera variable sus cifras de menaje. La venta online también ha crecido considerablemente.

Imaginación y funcionalidad

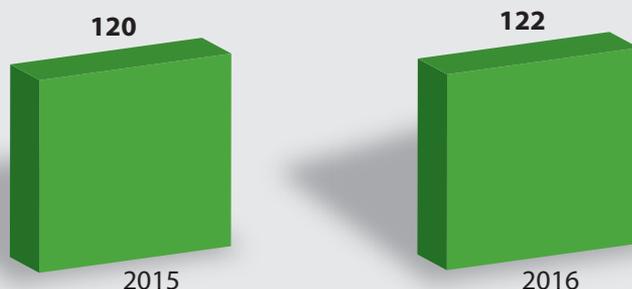
El menaje ofrece nuevas soluciones a viejas necesidades. La capacidad de innovación no decae, en un producto que ofrece casi infinitas posibilidades. La familia no cesa de crecer y parece que la imaginación no conoce límites. Una de las vías principales

de innovación consiste en aportar nuevas soluciones a las tareas cotidianas de la cocina y, en este sentido, han aparecido una multitud de utensilios muy específicos, que sirven para pelar y cortar ajos, descorazonar una manzana, vaciar un aguacate o controlar el tiempo de cocción de un huevo.

El mercado del menaje alcanzó en 2016 los 122 millones de euros, una cifra ligeramente superior a los 120 millones de 2015

Mercado español de Menaje 2015-2016

Millones de euros



Algunos son realmente creativos e incluso sorprendentes, y casi podríamos decir que existe un utensilio para cada una de las funciones que desarrollamos en la cocina... o incluso más: existen varios utensilios que resuelven de distinto modo una misma función, como puede ser pelar una piña y cortarla a rodajas. Los nuevos utensilios resuelven de una manera diferente viejas necesidades: desde escurrir hasta cortar, dosificar, decorar, pelar o rallar. La variedad es amplia y, con ello, nos damos cuenta de que este segmento de mercado, siempre agradecido, adquiere un lugar preferente entre los lanzamientos del sector, abocado hacia aquellos productos que mejor funcionan.

Nuevas necesidades

Al mismo tiempo, aparecen nuevas necesidades que cubrir. Por ejemplo, el auge de la repostería ha comportado la aparición de utensilios específicos para hacer dulces. Del mismo modo, las nuevas tendencias en presentación de platos han puesto de moda utensilios como los biberones o los aros de emplatar. La unión de varias funciones en un mismo utensilio es otro de los factores de crecimiento de este sector, dado que permite por un lado ahorrar espacio para guardarlos; y, por otro, dinero, al comprar un solo producto en lugar de dos o tres.

De este modo, aparecen espátulas con filo de sierra, que permiten dividir los alimentos en porciones; cucharones que, al mismo tiempo, escurren; o servidores de espagueti que están provistos de agujeros medidores. También en aras del ahorro de espacio encontramos los utensilios plegables, algo

impensable hasta la introducción de la silicona en este sector. Ahora ya no sólo se trata de escurridores, sino también de moldes para helado plegables. En materia de diseño, la integración de un extenso colorido y, sobre todo, la adopción de formas que rompen con lo habitual son las tónicas dominantes. En este tipo de productos, el embalaje supone una buena parte de la venta. No solamente se trata de hacer atractivo el artículo, sino también de explicarlo, sobre todo cuando se trata de utensilios con utilidades nuevas, quizás desconocidas para el usuario. Un buen esquema explicativo, sencillo y entendible, puede facilitar mucho la venta. El mercado de los utensilios de cocina es tan extenso que resulta casi inabarcable.

El menaje clásico se reinventan y adopta formas que lo camuflan, convirtiéndose en un objeto casi decorativo. Los tonos

eléctricos, brillantes, dinámicos y jóvenes protagonizan las novedades, uniéndose a la tendencia de concebir la cocina como un espacio creativo y lúdico. La diversidad de materiales disponibles es otra de las características que definen a este sector, y ha sido una de las vías de crecimiento e innovación durante los últimos años.

Canales diversificados

El menaje goza de una red comercial muy extensa, tanto tiendas de menaje y hogar como establecimientos multiprecio, ferreterías, supermercados e hipermercados, donde llegan a convertirse en productos de elevada rotación. Determinadas marcas están más presentes en unos que en otros canales, e incluso las hay que han tomado la decisión de limitar su presencia a los establecimientos especializados, renunciando al canal de precio más bajo.

Cierto es también que determinados utensilios muy especializados o algunos diseños únicos solamente pueden encontrarse en las tiendas especializadas. A pesar de ello, la calidad es, en general, elevada, incluso en canales no especializados como los hipermercados o las ferreterías. Por todo ello, es uno de los productos que mejor ha resistido la crisis y que ahora recupera ventas de manera más rápida. Sin embargo, también es un sector que sufre una elevada competencia y saturación de mercado, con una presencia muy importante de importaciones, sobre todo en el segmento de precios más bajos. Al mismo tiempo, se introducen en este mercado firmas europeas y americanas de productos de alta calidad, y hacen su incursión empresas de cuchillería o de menaje de cocina. ■

Los nuevos utensilios resuelven de una manera diferente viejas necesidades

Cuota de mercado por canales 2016

