Crecimiento sostenido y estable para el Menaje

El Menaje sigue siendo una categoría con un alto valor añadido. Creció de nuevo en 2017 de manera discreta, pero aportando a las tiendas electro un surtido atractivo, variado y económico que atrae a un consumidor aficionado a la cocina y dispuesto a adquirir otros bienes.

Se trata de una de las categorías más estables de todo el Híper Sector Electro Hogar. Sin grandes variaciones, es una categoría que se mantiene en un crecimiento discreto (en 2017 la facturación creció un 1% frente al 2% de 2016), alcanzando el pasado ejercicio los 123 millones de euros, lo que representa apenas el 1,4% del total de facturación del sector. Una pequeña porción del pastel, que sin embargo aporta mucho valor añadido al consumidor, que se ve atraído al establecimiento por la compra de Menaje, y puede acabar comprando otras categorías de producto.

Por lo que se refiere a la cuota de mercado por canales, las Grandes Superficies Generalistas salen ganadoras en el reparto, con un 39% de las ventas. En este caso, es obvio que el consumidor prioriza la posibilidad de tener un buen surtido de productos variados, y además un precio competitivo. Le siguen los Grupos de Compra (28%) y las Cadenas Multiespecialistas (26%), con las mismas ventajas a una escala ligeramente menor. No podemos olvidar tampoco en esta categoría de producto que no tiene generalmente un precio demasiado alto ni demanda la necesidad de un consejo específico, el auge del canal de ventas online.

Creatividad

Como ya hemos dicho, el Menaje, y concretamente los pequeños utensilios de cocina, son una de las categorías de producto que menos ha sufrido los vaivenes de la crisis, manteniendo sus ventas. Ya que se enfrentan a una presencia masiva de productos de bajo precio que les hacen la competencia, la diferenciación, la imaginación y la calidad son elementos clave a la hora de resaltar en el mercado.

Gracias a su precio asequible, a la gran diversidad de opciones y al atractivo diseño, los pequeños utensilios de cocina son una de las familias más agradecidas y divertidas del mercado del menaje, 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 los encontramos y un diseño atractivo, que favorece la compra.

La palabra gadget podría ser traducida como utensilio, pero no cualquier utensilio: solamente aquel que aporta un plus de creatividad a la cocina o de imaginación a la hora de resolver determinadas tareas. Los gadgets aportan innovación a la cocina, ya sea porque permiten utilizar técnicas culinarias, porque dan un aire nuevo a la tarea de elaborar y emplatar, porque facilitan determinados procesos o porque suponen un ahorro de tiempo y espacio.

> Ya que se enfrentan a una presencia masiva de productos de bajo precio, la diferenciación, la imaginación y la calidad son elementos clave

Funcionalidad

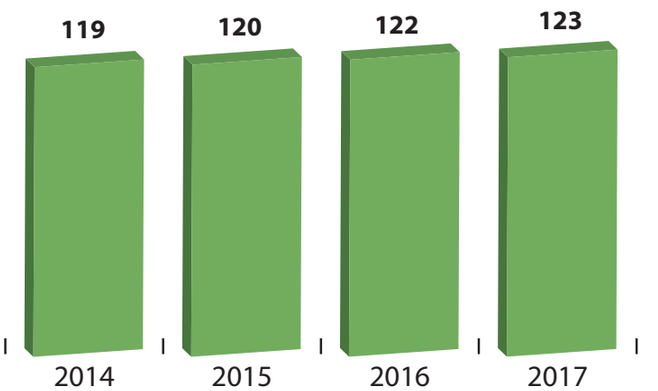
El color y la funcionalidad distinguen la oferta de pequeños utensilios de cocina, elementos imaginativos que aportan un toque diferente, ofreciendo nuevas soluciones a viejas necesidades. La capacidad de innovación no decae, en un producto que ofrece casi infinitas posibilidades. La familia no cesa 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.

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 menaje, abocado hacia aquellos productos que mejor funcionan.

La aparición de nuevas técnicas culinarias y de ingredientes exóticos, así como la importación de utensilios procedentes de otras culturas, han contribuido a dinamizar el sector del menaje, alejando el temor de que todo esté ya inventado. A la recuperación de técnicas ancestrales se suman nuevas investigaciones que ayudan a diversificar la cocina y facilitan la elaboración de platos creativos. De hecho, la gastronomía innovadora es uno de los terrenos en los que encontramos gadgets sorprendentes: hay técnicas que hasta hace poco solamente estaban al alcance de los cocineros más transgresores

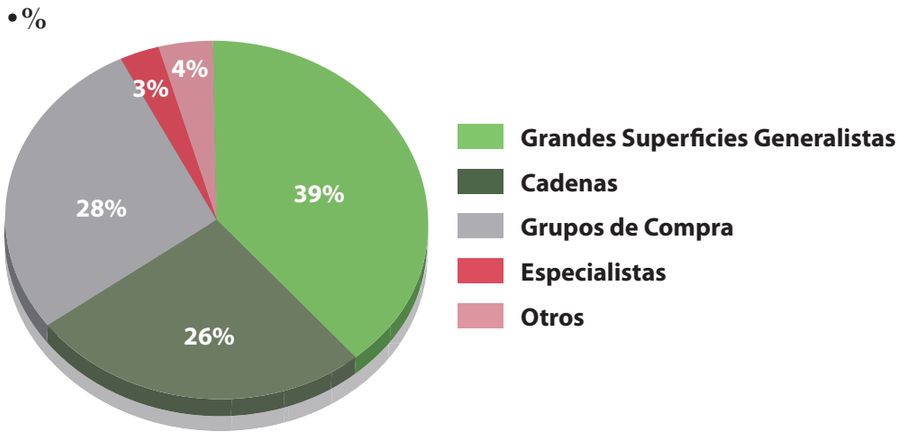
MERCADO ESPAÑOL DE MENAJE 2014-2017

• Millones de euros



Fuente: Consultoras Elaboración: Electromarket

CUOTA DE MERCADO POR CANALES 2017



y que ahora pueden elaborarse de manera casera. Es el caso de los sopletes de cocina, un utensilio ya muy generalizado; o de los utensilios para realizar sofisticadas esferificaciones en el hogar.

Presentación

La presentación de los alimentos es otro de los terrenos fundamentales a la hora de innovar. Son muchos los utensilios pensados para presentar de manera distinta los alimentos más tradicionales de nuestras mesas. Desde los moldes que sirven para darle forma al arroz o a la tortilla hasta los utensilios que fabrican espaguettis a partir de verduras como los calabacines o las zanahorias. Porque la comida entra, en primer lugar, por los ojos. Ser creativo a la hora de presentar los platos puede asegurar buena parte del éxito a los cocineros, tanto en la hostelería como en casa.

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, como los pinceles, en los sets donde antes solo cabían cucharas y palas. 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.

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 usos nuevos, quizás desconocidos para el usuario, como puede ser un extractor de corazones de manzana, por ejemplo. 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. Se trata de uno de los segmentos del menaje con más variedad de diseños y de usos, sobre todo en lo que respecta a los utensilios para la preparación de comidas.

El auge de la repostería ha comportado la aparición de utensilios específicos para hacer dulces

Los nuevos utensilios de cocina resuelven de una manera diferente viejas necesidades