

Menaje para una cocina saludable y creativa



El mercado del menaje no da ni un paso atrás. Poquito a poco y sin estridencias, continúa su tendencia de discreto crecimiento, ocupando un espacio imprescindible dentro del sector y de la tienda electro.

Con un crecimiento del 1,63% durante el ejercicio 2018, pasando de 123 a 125 millones de euros, el menaje sigue siendo una pieza importante dentro del sector Electro-Hogar. La amplia variedad de productos que lo conforman, la innovación en materiales y funciones, y su gran calidad en el mercado español, con un abanico de marcas y productos envidiable, mantienen el interés de un consumidor cada vez más preocupado por lograr una cocina saludable y divertida. En cuanto a los canales en los que el cliente compra esta categoría, las Grandes Superficies Generalistas siguen a la cabeza en el reparto del pastel, con un 40% de cuota de mercado. Le siguen los Grupos de Compra, con un 28%, y las Cadenas con un 25%, teniendo en cuenta que el auge del mercado online también tiene respuesta en esta categoría de productos que, por su bajo precio en general, y la

gran variedad que le caracteriza, tiene unas cualidades muy apropiadas para la venta por Internet.

Innovación

La tecnología parece haber tomado por asalto nuestras cocinas, y lejos quedaron ya los fogones en los que nuestras madres elaboraban sus recetas maestras. La revolución también se ha extendido a los utensilios: impresoras de comida que preparan gnocchis, tenedores que te ayudan a controlar el peso, tablas de cortar con báscula integrada... Las combinaciones parecen ser tan variadas como el libro de cocina más extenso.

Se llevan los nuevos materiales y diseños, como los de madera y fibras vegetales, mejor incluso si son artesanales o imitan la imperfección de los muebles y complementos hechos a mano. Piezas únicas realizadas con bambú, ratán,

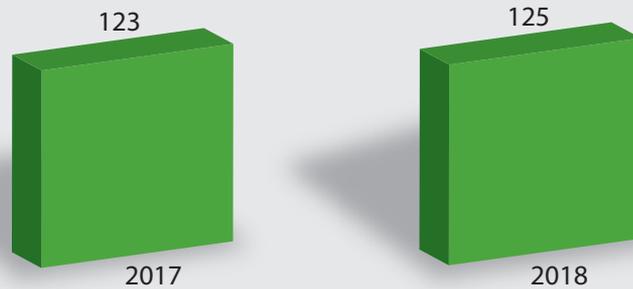
hoja de palma, yute, etc. además de las fabricadas en cerámica, vidrio o laca son ideales para esta estética que apuesta por lo vintage o lo natural.

Otra apuesta del mercado, acorde con un consumidor cada vez más consciente, es la de cocinar y mantener las propiedades de los alimentos, e incluso enriquecer sus nutrientes. Esto puede conseguirse gracias a nuevas herramientas que son imprescindibles en las cocinas modernas, como es el caso de los deshidratadores de alimentos, que permiten conservarlos meses, o incluso años, sin perder sus propiedades nutricionales.

Por otro lado, la silicona, flexible, incolora, inodora y resistente, capaz de aguantar desde 40°C hasta 250°C... es un material realmente versátil, cómodo y funcional con el que hoy se fabrican todo tipo de utensilios. Desde cintas para abrir fácilmente envases cerrados al vacío hasta soportes que se

Mercado español de Menaje 2017-2018

Millones de euros



enganchan a la olla para dejar la cuchara, pasando por todo tipo de pinzas para agarrar los recipientes calientes.

Saludable

Por otro lado, toda una nueva gama de ollas, de diferentes fabricantes, permiten cocinar cada vez con menos agua, sin grasas y a baja temperatura, de manera que se conservan mucho mejor tanto los nutrientes como los sabores de los alimentos. Otra característica es su eficiencia energética, porque ahorran hasta un 60% de energía, ya que aproximadamente tres cuartas partes de la cocción se hacen fuera del fuego, con el correspondiente ahorro. Al cabo de unos minutos de calentarse sobre la fuente de calor, la olla se puede retirar del fuego para terminar la cocción, lo que reduce el riesgo de quemar los alimentos y la olla. Además, se evitan los problemas de derrames y de limpieza. De esta manera, solo es necesario estar pendientes de la olla los primeros minutos. Ni se quema ni se pasa la comida. Y una vez cocinada, se mantiene dos horas caliente.

También encontramos sartenes y woks en esta misma tendencia, incluso con doble tapa, que permiten el mismo tipo de cocinado sin apenas grasas, y que resultan muy eficientes desde un punto de vista energético, actuado como si fueran una especie de olla exprés. La innovación en este tipo de menaje se centra además en los materiales, con lanzamientos al mercado en piedra y lava, o titanio, con recubrimientos antiadherentes que ofrecen la máxima resistencia al desgaste, los arañazos y la abrasión.

Rotación

Una de las características del menaje es que goza de una red comercial extensa, especialmente los utensilios de cocina. El hecho de que ocupe poco espacio en los lineales hace que apuesten por este artículo 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.

Los utensilios se presentan a menudo en atractivas cajas expositoras, que pueden colocarse encima del mostrador, a la vista del consumidor. Frecuentemente, se trata

Se llevan los nuevos materiales y diseños, como los de madera y fibras vegetales

de artículos con una elevada rotación y con un cierto componente de compra impulsiva, de nuevo favorecida por su asequible precio. Por ello, el consumidor asume que tendrán una vida útil relativamente corta y que los cambiará cuando encuentre una alternativa mejor o, simplemente, cuando quiera darle un aire nuevo a la cocina.

A pesar de ello, la calidad es, en general, elevada, incluso en canales no especializados. Por todo ello, es una de las categorías que mejor ha resistido la crisis. 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, que lanzan algunas líneas complementarias en este segmento. Finalmente, es importante señalar que la frecuente introducción de nuevas firmas en este segmento, en muchos casos "Made in Spain", demuestra que existe todavía un amplio margen de crecimiento. ■

Cuota de mercado por canales 2018

