

# Menaje: el arte a la cocina



**Pese a un leve decrecimiento de la facturación del sector menaje, cuando se trata de decorar nuestras estancias, seguimos buscando un manejo eficiente y exclusivo, que convierta nuestra casa en un hogar digno de revista.**

**A**trás quedó el menaje únicamente funcional. Nuestras casas en general, y nuestras cocinas en concreto, deben ser prácticas pero también eficientes y bonitas. El menaje es la guinda para lucir una casa de revista. Si bien la inversión en menaje en el mercado español ha descendido en 2023 con respecto a 2022 en cuatro millones de euros, sigue siendo una cifra importante la que destinamos a estos utensilios que hacen nuestra casa más cómoda y atractiva. Así, en España se invirtieron el pasado año un total de 126 millones de euros en menaje para el hogar. El menaje de repostería se encuentra en el top de los que los consumidores más compran. Buscan que sean utensilios con una cuidada estética, a través de los

cuales, por ejemplo, se logren diseños sorprendentes e impactantes en la elaboración de tartas. Otra de las claves que cada vez está cobrando más peso es la personalización de productos, ya sea con nombres, logos o dibujos personalizados. El consumidor quiere tener piezas únicas y hechas en exclusiva para su familia. Queremos que nuestra casa sea una obra de arte, donde cada detalle cuente desde la vajilla principal hasta el último pero cuidado accesorio.

El consumidor busca un menaje que sea bonito, con colores, diseños y formas que creen un ambiente de cuento en los hogares españoles. Utensilios que sean capaces de combinar un cierto aire retro que de sensación de calidez

y familiaridad, con un toque moderno y sofisticado.

## Colores en armonía

Los colores brillantes, el uso del bronce o las formas imposibles en los utensilios más tradicionales son algunas de las estrategias que permiten el objetivo de llenar de arte nuestro hogar. Tener gusto en la combinación es una de las claves. Lograr que, aunque los colores sean vibrantes, reine la armonía.

Pero además de la belleza de las formas y lo intrépido de los colores, en pleno siglo XXI no se pueden dejar de lado dos aspectos esenciales. Por un lado, que sea un menaje eficiente energéticamente, que respete y cuide al medioambiente. En ese sentido,

## Mercado español de menaje · 2022-2023

Millones de euros



Fuente: Consultoras

el uso del bambú ha irrumpido con fuerza en nuestras vajillas y en nuestros hogares, desde el menaje de la cocina platos, vasos, tabla de cortar- hasta los detalles del baño o las alfombras. La madera es otro de los materiales que ha ido tomando cada vez más fuerza, tanto a nivel estético, cuando hay un buen tratado y acabado, como por su durabilidad.

La reutilización de los materiales y del propio menaje; la mantelería siempre reutilizable; los envases compostables; la silicona como otro de los materiales clave, entre otros tips, son algunas de las estrategias para conseguir ese cuidado al medioambiente.

Otra de las claves en el menaje de nuestro hogar es su inteligencia. ¿Qué quiere decir que nuestro menaje sea inteligente? Que sea capaz de trabajar por sí mismo o que incorpore funciones que faciliten el trabajo. Por ejemplo, que incorporen medidores que nos den con precisión el peso, la temperatura u otras cualidades de nuestros alimentos; o que sean capaces de monitorizar los tiempos. Así como que sean capaces de reducir la cantidad de tiempo invertido en sus funcionalidades. Que el mismo utensilio cumpla funciones diversas, o que incorpore algún otro atractivo, son otros ejemplos.

Otro de los aspectos que debe integrar esa inteligencia y que se hizo esencial para el consumidor, especialmente a raíz de la pandemia de la Covid-19, es que el menaje que utilicemos sea antibacteriano, de fácil limpieza o, incluso, si se autolimpia sería una destacada característica extra. Por ejemplo, cepillos que incluyen funciones que permiten que se limpien solos tras su

uso; materiales que apenas se ensucien, etcétera.

### Dónde adquirir el menaje

En cuanto a dónde adquirir el menaje, apenas varían las cifras con respecto al 2022. De esta manera, en el 2023 continúa comprándose la gran parte del menaje en las grandes superficies generalistas -un 41 % de los compradores adquirieron en estos espacios el menaje de su hogar durante 2023, respecto al 42 % que así lo hizo durante 2022-. Aunque el consumidor cada vez apuesta más por el comercio local y está dándole importancia al pequeño comercio de cercanía y a favorecer a los vecinos, sigue teniendo mayor peso el ahorro, y los grandes espacios comerciales

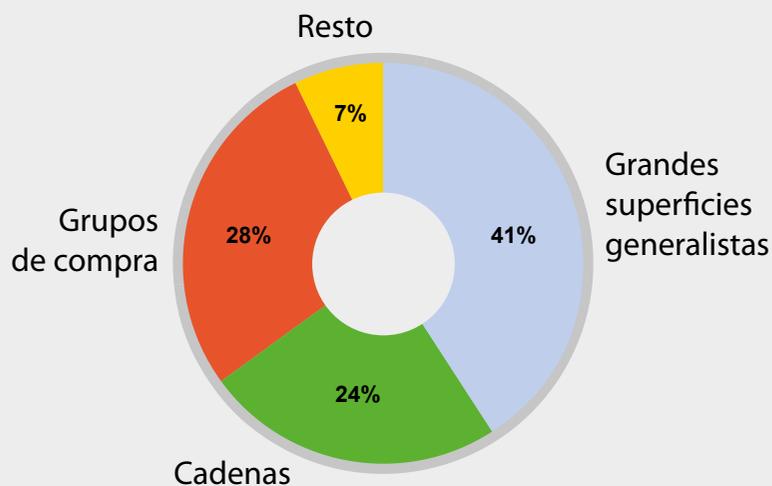
siguen ofertando no solo una mayor variedad de productos, sino unos precios que apenas si pueden competir con el comercio pequeño y local.

También bajaron en apenas un 1 % las compras realizadas en grupos de compra (28 % en 2023 frente a un 29 % en 2022). Por el contrario, suben las cadenas -de un 23 a un 24 % de la cuota de mercado-, y el resto de espacios comerciales, que aunque suben en un punto, siguen ocupando la cola de las compras, quedándose en 2023 en un 7 % de la cuota.

En definitiva, la compra de menaje para el hogar continúa siendo una prioridad para el consumidor, que destina tiempo, pensamiento y dinero a dónde y qué comprar. Pero, poco a poco, en los últimos años, esa prioridad va decayendo. Siguen venciendo las grandes superficies como espacios de venta y los detalles empiezan, cada vez más, a ser valorados por los consumidores. Buscamos un menaje atractivo, que cuide nuestro entorno, que sea inteligente pero que, además, no exceda nuestro presupuesto. Un menaje de cuento. ■

La compra de menaje para el hogar continúa siendo una prioridad para el consumidor

## Cuota de mercado por canales · 2023



Fuente: Consultoras