

La mampara, menos es más

Hablamos de diseño, pero no solamente de eso. Es cierto que su renovada estética minimalista, simple, sencilla y muy personal ha vuelto a conquistar al consumidor. Pero además, industria de la mampara parece haber encontrado su nuevo lugar en el mercado actual, ajustando su precio al máximo para ver cómo las ventas por fin volvieron a crecer en 2014. En tres palabras, menos es más.



El precio medio de la mampara ha decrecido considerablemente en los últimos años. Lejos quedan los 280 euros del 2011; en 2014, el precio medio se situó en 218 euros. No son buenas noticias, pero es una clara muestra de que el consumidor no ha abandonado a la mampara, al contrario, se aferra a ella y solamente pide que bajen los precios para no renunciar a ella.

Y es que pese a la bajada del precio medio, en 2014 el mercado aparente creció. Fue un aumento tímido, pero importante, porque supone un frenazo en la caída estrepitosa de los últimos ejercicios y una ilusión con respecto a un futuro mejor. En concreto, se trató de un crecimiento del 2,63%, de 190 millones de euros a 195 millones.

También crecieron las ventas de unidades, de 600.000 unidades a 660.000 en un año. Una vez más, estamos lejos de

Lejos de los 280 euros del 2011, el precio medio se situó en 218 euros en 2014

las 778.000 unidades vendidas en 2011, pero este hecho no merece un aumento en unas condiciones de mercado tan difíciles.

Como decíamos, es una prueba de que las mamparas han conquistado definitivamente el corazón del diseñador y del consumidor final, que no concibe un baño sin mampara. Se han convertido en un imprescindible de los cuartos de baño en las viviendas contemporáneas.

Prácticamente invisibles, pero clave

En cuanto al diseño, el 2014 estuvo marcado por la búsqueda de la ligereza visual total. Deben resultar prácticamente invisibles, para lo que se utilizan materiales como el acero inoxidable, el cristal y los rodamientos a la vista, que crean diseños etéreos pero muy seguros y, aunque parezca una paradoja, robustos y firmes.

Otra paradoja: las mamparas deben pasar desapercibidas, pero se convierten de esta manera en protagonistas del espacio del baño. Y es que ya no se concibe como un muro divisor de espacios, sino todo lo contrario. Es una ventana a través de la cual mirar, y debe transmitir sensaciones como la calma y el control, e integrar el espacio del baño en el resto de la vivienda, convirtiéndolo en un elemento con mucho más peso en la decoración de ésta.

Conscientes de la importancia de sus creaciones, los fabricantes se esfuerzan en producir mamparas de calidad, estancas y fáciles de limpiar, que cumplan con su cometido estético sin obviar su importancia en el día a día del hogar.

En 2014, las opciones incluyeron las puertas correderas y las distintas opciones para ducha o bañera, desde aquellas destinadas a los platos cuadrados o rectangulares, hasta las sofisticadas versiones semicirculares.

La impresión digital, cada día mejor

La impresión digital llegó hace unas temporadas y sorprende cada año con nuevos e originales diseños y una calidad cada día mejor. Esta técnica, que supuso un gran esfuerzo de inversión en innovación y maquinaria, ha demostrado ser una apuesta ganadora para las empresas que confiaron en ella.

Así, actualmente se puede incorporar en la mampara cualquier diseño, dibujo o incluso fotografía que el interiorista o el cliente final demande, en una calidad que se supera cada día. En otras palabras, las empresas son capaces de cumplir los sueños del consumidor de una forma profesional con impresiones que perduran en el tiempo y que no se deforman vistas desde fuera o desde dentro de la ducha.

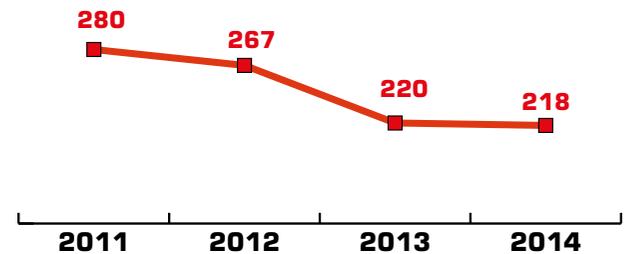
El mercado aparente protagonizó un crecimiento del 2,63%, de 190 millones de euros a 195 millones

Vuelven los diseños clásicos

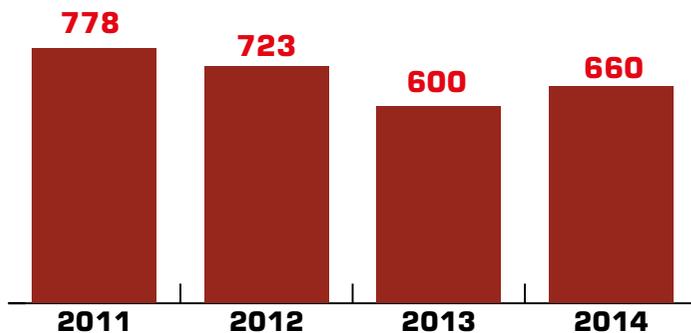
Si bien la impresión digital fue importante para volver a crecer, también lo fueron los diseños clásicos que volvieron en 2014 para contentar a los usuarios más tradicionales. Obviamente, estos clásicos fueron renovados, con tiradores, bisagras y rodamientos más pequeños y mucho más funcionales.

En definitiva, se trata de ofrecer un amplio espectro de posibilidades a un público que siente la mampara como un elemento imprescindible del cuarto de baño, como algo que poner en los primeros puntos de la lista a la hora de pensar en una renovación o reforma. ■

Precio medio por unidad (euros)



Unidades fabricadas (miles)



Facturación mercado interior aparente (millones de euros)

