



Las cuatro claves del textil para el hogar en la era covid-19

Pilar Gracia, directora de Ventas de Risart, nos da su visión sobre los cambios que está viviendo el sector tras la llegada de la pandemia de covid-19.

Este 2020 está siendo, sin duda, un año de cambios: la pandemia no solo ha traído situaciones inesperadas, a las que nos hemos ido adaptando, sino que también ha contribuido a que se aceleren transformaciones que veníamos anticipando pero a las que aún les faltaban años para consolidarse. El modo de relacionarnos, la movilidad e incluso el qué, el cuándo, el dónde y el cómo consumimos son algunos ejemplos. El mundo del textil para el hogar no se ha quedado al margen y también está viviendo su pequeña *revolución*, que se puede resumir en cuatro grandes cambios.

1. Renovarse o morir, aplicado al hogar

La pandemia nos ha convertido a todos en más hogareños y ha hecho que renovemos nuestra ropa de casa: desde hace 30 años no se había visto un incremento en ventas como el que se ha experimentado después del confinamiento; productos como toallas, juegos de sábanas, mantas o paños de cocina, entre otros, se han colocado como los mejor vendidos durante semanas. Lo cierto es que la sociedad ha pasado tres meses en casa, seguidos de un verano con actividad social reducida. Parece seguro que, a corto plazo, esa será la tónica de la llamada nueva normalidad. Así, todos hemos mirado al interior, evaluado lo que teníamos y decidido que, si vamos a estar en casa, vamos a “acompañarnos” de productos nuevos, que nos gusten y nos hagan sentir bien.

2. Volvemos a lo de antes: como en casa, en ningún sitio

No solo se está comprando para el hogar en un volumen superior al de antes de la pandemia, sino que también se está invirtiendo en una mayor calidad. Tras muchos días sin salir de casa, nos hemos acordado de que nuestras abuelas (¡cuánto sabían!) le daban más importancia a la ropa del hogar que a la de calle. Ahora estamos entendiendo que si hasta hace medio año era aceptable gastarnos una cantidad considerable de dinero en un buen traje o vestido (darnos un capricho, lo llamábamos), cuánto más necesario es hacerlo en la ropa que te acompaña toda la vida; porque los demás tal vez no lo verán, pero tú sí lo disfrutas. En definitiva, nos vuelve a importar vivir en un lugar agradable y para ello buscamos prendas de gran calidad, que duren y que nos recuerden quiénes somos.

3. La sostenibilidad ambiental ha llegado para quedarse

Acostumbrado a ser el hermano pequeño de la moda por volumen de ventas, el textil para el hogar ha tenido que competir en la última década en un mercado mundializado y tremendamente agresivo, focalizado en el consumo rápido; casi un usar y tirar que ha desterrado la calidad en favor de la cantidad. Sin embargo, muchas marcas están lanzando



campañas y mensajes para que el consumidor haga un ejercicio de compra responsable que resulte lo menos dañino posible para el planeta. Y los meses que hemos vivido nos han terminado de convencer de que la sostenibilidad debe ser otro requisito a la hora de adquirir productos: comprar menos y pagar *más* para que dure *más* y, por supuesto, lo disfrutemos *más*. Por otro lado, se va incrementando el número de fabricantes que se preocupan por utilizar los recursos *estrictamente* necesarios, reduciendo los *packagings* o renunciando al doble etiquetado de productos. Y los consumidores están en posición de *exigirle* a las marcas que mantengan esa senda que tan positiva resulta para todos.

4. La vía *on line*: en la distancia física, pero muy cerca

Las restricciones de movimiento que ha impuesto la pandemia han dado el impulso definitivo a realizar todo tipo de gestiones *on line*, también para pequeñas empresas que no se habían animado aún a dar ese salto. Y todo ello se ha hecho manteniendo la cercanía, aunque sea de manera virtual. En Risart hemos pasado incluso a enseñar colecciones en videollamada, algo impensable hace unos meses, y nos hemos dado cuenta de que la clave para que el cliente se sienta seguro respecto a lo que está comprando pasa por poner todo tipo de facilidades: envío de muestras, posibilidades de devolución, mostrar disponibilidad en todo momento... unido a contar con buenas herramientas digitales

que permitan realizar cómodamente todas estas acciones, como la web que hemos relanzado recientemente.

Estas son las principales claves que tener en cuenta en esta era covid pero no hay que olvidar que, precisamente una de las cosas que nos ha enseñado la pandemia, es que algunos cambios se producen a gran velocidad y sin previo aviso, por lo que no hay que descartar nuevas tendencias que nos pueden llegar en un futuro próximo. Lo importante será que nos encontremos preparados para, rápidamente, amoldarnos a esos cambios y así seguir adelante en los tiempos actuales, y en los venideros.

TEXHABITAT, S.L.

Edifici Workinn · C/ Figueres, 12, P2.03
Polígon Sot dels Pradals · 08500 VIC (Barcelona)
Tel. +34 933 803 631
Comercial: risart@risart.net
Administración: admin@risart.net
Pedidos: pedidos@risart.net

www.risart.net