

PAE que enamora al consumidor un año más



El PAE volvió a crecer en 2016, y se mantiene como uno de los subsectores que obtienen mejores resultados de todo el Hiper Sector Electro Hogar. Su extraordinario valor añadido, su coste moderado y su enorme utilidad se han hecho un hueco imprescindible en los hogares.

El Pequeño Aparato Electrodoméstico (PAE) se ha mostrado como un gran superviviente de los años de crisis. Puede decirse que resistió como pocos los años de la caída en picado del consumo, reinventándose y apoyándose en el diseño, la innovación, la practicidad y el ingenio para cautivar a un consumidor que, a pesar de recortar sus gastos en casi todo, seguía encontrando la manera de invertir en PAE. Se trata de un sector que ha conseguido seguir manteniendo sus cifras en positivo en años en los que todos los demás caían en picado, y pasito a pasito, ha ido consolidando un crecimiento que se han merecido a pulso. En el año 2016, el mercado de PAE alcanzó un valor de 957 millones de euros; lo que supone un notable crecimiento del 7,92%.

De hecho, es el crecimiento más alto de todos los segmentos que conforman el Hiper Sector Electro Hogar. En 2015 este crecimiento fue aún más espectacular, un 13%, una cifra de dos dígitos que nos daba la medida del éxito de un sector que supo crecer y reinventarse en tiempos difíciles. La Asociación Española de Fabricantes de Pequeños Electrodomésticos (fape) habla

El mercado de PAE alcanzó un valor de 957 millones de euros en 2016; lo que supone un notable crecimiento del 7,92%

de un crecimiento que merece la enhorabuena; y de cómo el pequeño electrodoméstico es, cada día más, un aliado para todos los hogares españoles, deseando que siga ampliando su importancia para todas las familias y usuarios, tanto en el hogar como en la cocina o el cuidado personal. Además ofrecen otro dato que muestra la importancia del PAE en la economía doméstica, y es que estos aparatos ya suponen un 19,9% del mercado global de las tecnologías del hogar.

Productos

El universo PAE engloba una enorme variedad de productos que agrupamos en tres segmentos: hogar, cocina y cuidado personal. Los fabricantes diseñan y crean, en estos tres campos, infinidad de pro-

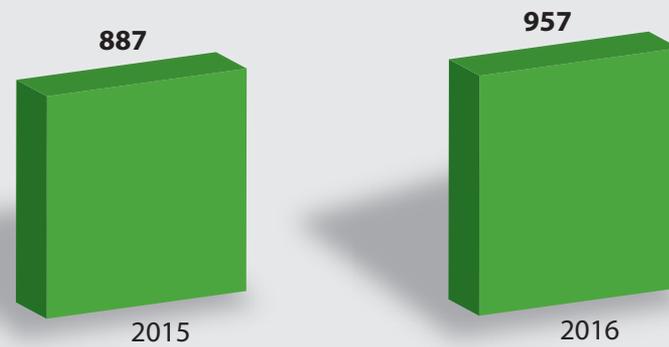
ductos que cubren las necesidades de un consumidor cada vez más centrado en el bienestar, la sostenibilidad y un estilo de vida saludable.

Dentro del Pequeño Aparato Electrodoméstico encontramos todo tipo de dispositivos pensados para hacer más confortable la vida en el hogar, y ayudar con las tareas domésticas; para servir de ayuda y herramienta imprescindible en una cocina cada vez más creativa, y orientados al cuidado del cuerpo, la salud, la belleza y el bienestar físico, que sin duda también se encuentra asociado al bienestar mental. En una sociedad acelerada, con cada menos tiempo, que quiere aprovecharlo al máximo y a la vez crear sus espacios e instantes de relax y ocio, y que éstos estén ligados en gran medida al hogar, el PAE se convierte en un gran aliado.

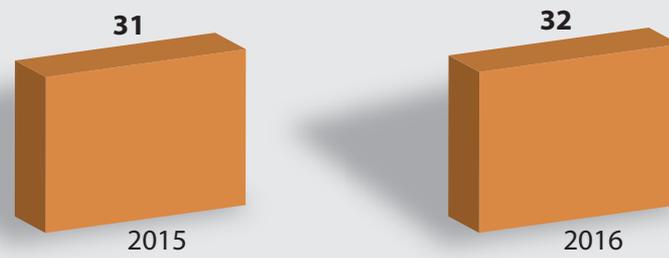
Al margen de los dispensadores de cerveza, un producto que aún no tenía demasiada penetración y ha experimentado un increíble incremento del 86% en valor y del 114% en unidades; los productos que siguen a la cabeza en cuanto a ventas en el área del hogar son planchas y aspiradoras, con una evolución positiva con respecto al ejercicio anterior del 14% en valor y del 9% en unidades para ambos productos. En el apartado de cuidado personal, son los secadores de pelo los reyes de la tabla, aumentando un 18% en valor y un 11% en unidades; seguidos de la categoría de cuidado dental, cada vez más valorada por el consumidor, que creció un 10% en unidades y un 5% en valor. Los precios medios oscilaron, en general, ligeramente en 2016; situándose a la cabeza de los incrementos las licuadoras, que subieron un 13% sus precios, seguidos de las básculas de baño (8%), y los exprimidores (7%). En el ex-

Mercado español de PAE 2015-2016

Millones de euros



Millones de unidades



tremo opuesto, las panificadoras vieron caer sus precios un 13%; seguidos de los sistemas de depilación, que bajaron un 7%, y las afeitadoras de hombre (5%). El resto de productos se mantuvo en un rango de precios muy similar al del ejercicio 2015.

Tendencias de consumo

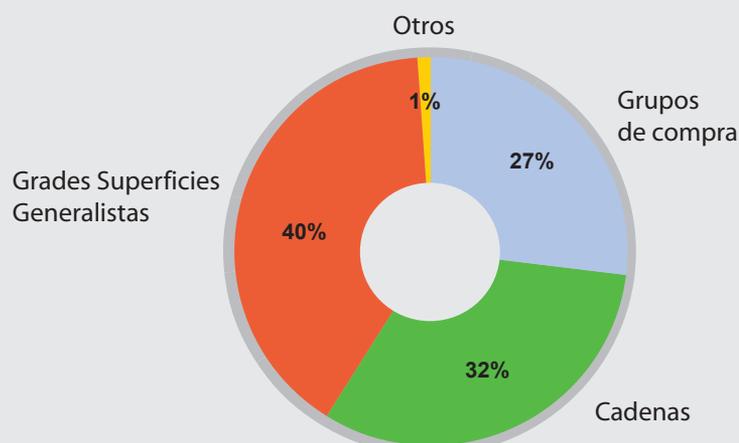
Por otro lado, si nos fijamos en la manera o el lugar en los que el consumidor adquiere los productos del segmento PAE, observamos una tendencia creciente a utilizar nuevas formas y herramientas. Según el último informe sobre eCommerce del Observatorio Cetelem, en 2016 el porcentaje de consumidores encuestados que compraron PAE por medio de Internet fue del 38%, produciéndose un crecimiento notable con respecto al 2015, año en el que ese porcentaje fue del 29%. El PAE ocupa el segundo lugar en electrohogar con respecto a compras online, sólo por detrás de los productos tecnológicos e informáticos. Cetelem nos habla en su último informe anual de consumo en España de un 59% por ciento de consumidores encuestados que en los últimos 12 meses (referidos a 2016) compró o utilizó electrodomésticos o tecnología, siendo los productos más adquiridos por los españoles frente a otras categorías. Aquellos entre 25 y 34



El porcentaje de consumidores encuestados que compraron PAE por medio de internet fue del 33%

años fueron los que más compras realizaron en este sector. De ellos, el 47% de los que compraron electrodomésticos optaron por la categoría del PAE, cinco puntos más que en el informe del año 2015. En cuanto a los datos que ya han analizado en el 2017, hemos podido comprobar en el observatorio mensual, que en las rebajas de este año, un 2% de los encuestados adquirió productos de PAE, en todas sus categorías. Podemos afirmar que la categoría, que ya superó los periodos más difíciles, sigue afianzándose en el mercado como un imprescindible para el consumidor. ■

Cuota de mercado por canales 2016



EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS MEDIOS 2015-2016

Valor

PLANCHAS	2%
ASPIRADORAS	4%
LIMPIEZA A VAPOR	0%
CALEFACCIÓN	-3%
MANTAS ELECTRICAS	-2%
CAFETERAS FILTRO	1%
CAFETERAS ESPRESSO	-3%
FREIDORAS	2%
TOSTADORES	3%
PREP. ALIMENTOS	1%
LICUADORAS	13%
EXPRIMIDORES	7%
SANDWICHERAS	2%
GRILLS	4%
BARBACOAS	3%
FUN COOKING	3%
HERVIDORAS	2%
BÁSCULAS DE COCINA	4%
DISPENSADORES DE CERVEZA	2%
PANIFICADORAS	-13%
AFEITADORAS HOMBRE	-5%
SIST. DEPILACIÓN	-7%
CORTAPELOS	1%
CUIDADO DENTAL	5%
SECADORES	5%
MOLDEADORES	1%
BÁSCULAS BAÑO	8%

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2015 -2016

Unidades

PLANCHAS	9%
ASPIRADORAS	9%
LIMPIEZA A VAPOR	-4%
CALEFACCIÓN	-5%
MANTAS ELECTRICAS	-1%
CAFETERAS FILTRO	-7%
CAFETERAS ESPRESSO	5%
FREIDORAS	-2%
TOSTADORES	3%
PREP. ALIMENTOS	3%
LICUADORAS	-1%
EXPRIMIDORES	-8%
SANDWICHERAS	-14%
GRILLS	12%
BARBACOAS	-3%
FUN COOKING	-11%
HERVIDORAS	6%
BÁSCULAS DE COCINA	-9%
DISPENSADORES DE CERVEZA	114%
PANIFICADORAS	-8%
AFEITADORAS HOMBRE	6%
SIST. DEPILACIÓN	-4%
CORTAPELOS	-6%
CUIDADO DENTAL	5%
SECADORES	11%
MOLDEADORES	1%
BÁSCULAS BAÑO	-1%

EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN POR PRODUCTOS 2015- 2016

Valor

PLANCHAS	14%
ASPIRADORAS	14%
LIMPIEZA A VAPOR	-4%
CALEFACCIÓN	-8%
MANTAS ELECTRICAS	-3%
CAFETERAS FILTRO	-9%
CAFETERAS ESPRESSO	2%
FREIDORAS	-3%
TOSTADORES	2%
PREP. ALIMENTOS	1%
LICUADORAS	2%
EXPRIMIDORES	-2%
SANDWICHERAS	-8%
GRILLS	7%
BARBACOAS	1%
FUN COOKING	-9%
HERVIDORAS	8%
BÁSCULAS DE COCINA	-2%
DISPENSADORES DE CERVEZA	86%
PANIFICADORAS	-8%
AFEITADORAS HOMBRE	2%
SIST. DEPILACIÓN	-8%
CORTAPELOS	-5%
CUIDADO DENTAL	10%
SECADORES	18%
MOLDEADORES	2%
BÁSCULAS BAÑO	7%