

# Optimismo, crecimiento y buenas perspectivas para el PAE



*Los resultados del PAE en 2017 no defraudaron a nadie, un ejercicio más, situándose como tercera categoría en crecimiento de todo el Híper Sector Electro Hogar. El presente 2018 también se augura brillante.*

**E**l mercado del PAE creció en 2017 un 6,6% en valor, desde los 957 millones de euros de 2016 hasta los 1.020 del pasado ejercicio. En unidades, la cifra aumentó un 3,1%. Los resultados son considerados como muy positivos desde la Asociación Española de Fabricantes de Pequeños Electrodomésticos, especialmente la evolución de los segmentos de Cuidado Personal y Hogar, que se mantienen en una tendencia de crecimiento que se afianza. También destacan el aumento de la categoría de los productos estacionales, ventilación y calefacción, como consecuencia directa de la climatología del año, en esta ocasión muy beneficiosa para el sector. Ponen el acento, desde FAPE, en la gran apuesta e inversión que ha realizado el sector en la innovación, como clave en estos buenos resultados.

En cuanto a las perspectivas del sector para este 2018, anuncian una tendencia positiva para el crecimiento, valorada sobre un dígito alto en el primer trimestre del año, y que a lo largo del ejercicio se consolidará. Estos avances son, en su opinión, consecuencia de la reactivación del mercado por la apuesta que ha hecho el sector, innovando en producto y marketing. Destacan, además, la creatividad en las promociones, la mejora de la visibilidad en los puntos de venta y la información al consumidor, que origina un incremento de peso porcentual en la distribución, y actúa como elemento de atracción al comercio y dinamizador de compras en las tiendas.

### **Confianza Electro**

Al margen de los asuntos organizativos y del análisis del mercado nacional e

internacional por parte de la Asociación hay que mencionar el lanzamiento del sello Confianza Electro.

Confianza Electro es una iniciativa abierta a todos los fabricantes del sector de tecnologías del hogar, que pretende convertirse en un elemento de garantía. La iniciativa propone una opción de compra segura, mejorando la experiencia de adquisición y uso del producto. Es un sello o distintivo que se otorga a los fabricantes de electrodomésticos nacionales, que lo hayan solicitado voluntariamente, y que cumplan una serie de requisitos objetivos relativos a la legislación aplicable a estos productos, la calidad de sus servicios técnicos y el cumplimiento de políticas de gestión de la calidad, el medio ambiente y la prevención de riesgos laborales. Durante los primeros meses de vida de la iniciativa se han adherido 19 fabricantes.

### Valor añadido

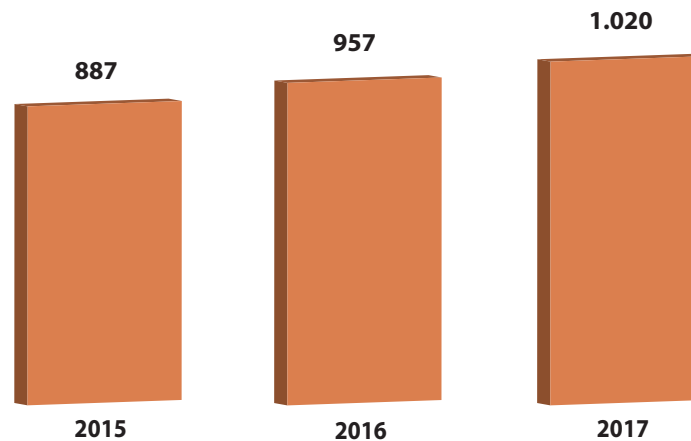
El PAE en sus tres categorías: Cuidado Personal, Cocina y Hogar es una categoría atractiva, con productos que ofrecen una buena rotación, generan tráfico a los puntos de venta, aportan un importante volumen de ingresos y se venden estupendamente en las tradicionales épocas de regalo, además de los productos específicamente estacionales; por lo que son grandes aliados de la tienda de electrodomésticos.

El Cuidado Personal es un segmento que se ve especialmente favorecido en esta época del año, las vacaciones se aproximan y el buen tiempo ya está aquí. Ahora salimos más de casa y casi todos nos miramos un poco más en el espejo. Además, cuando el frío cede, se nos van cayendo capas y capas de ropa y volvemos a mostrar más centímetros de piel. Entonces es cuando nos acordamos de depilarnos, retocar las barbas, arreglar las uñas de manos y pies, tratamos de reducir la celulitis o empezamos un 'plan de choque' para acabar con los kilos de más que hemos acumulado durante el invierno.

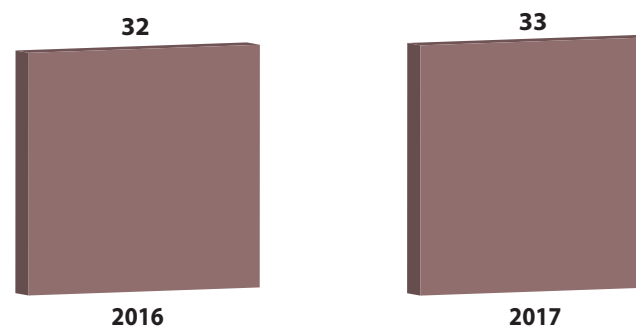
Afortunadamente, en la tienda de electrodomésticos el consumidor cuenta con todo tipo de aparatos de PAE de belleza y

## MERCADO ESPAÑOL DE PAE

• Millones de euros



• Millones de unidades



Fuente: Consultoras Elaboración: Electromarket

**La gran apuesta e inversión que ha realizado el sector en la innovación es clave en los buenos resultados**



cuidado personal, que conforman todo un abanico de armas con las que los usuarios pueden prepararse para los meses más calurosos del año. Productos de cuidado corporal, como depiladoras, masajeadores anticelulíticos y los productos de pedicura siguen teniendo una gran concentración de ventas en los meses de primavera y verano. También los productos de cuidado personal masculino, como los bodygroomer o los cortapelos, tienen mayor estacionalidad de venta en esta época del año. Los modelos compactos de viaje de secadores de pelo, planchas y demás aparatos también se benefician de las vacaciones.

### Demanda

Analicemos ahora qué productos han tenido mejores comportamientos. Por segundo ejercicio consecutivo, el producto

**EVOLUCIÓN INTERANUAL MERCADO PAE  
2016-2017**

Producto	Unidades	Valor	Precio medio
Planchas	1%	10%	0%
Aspiradoras	11%	11%	0%
Limpieza a vapor	3%	6%	3%
Calefacción	25%	32%	5%
Mantas Eléctricas	14%	9%	-3%
Cafeteras Filtro	2%	2%	-3%
Cafeteras Spresso	1%	1%	2%
Freidoras	4%	4%	-4%
Tostadores	8%	8%	-1%
Prep. Alimentos	6%	2%	-3%
Licadoras	-20%	-19%	2%
Exprimidores	19%	4%	-12%
Sandwicheras	-5%	-5%	0%
Grills	12%	10%	-2%
Barbacoas	-4%	-5%	0%
FUN Cooking	2%	5%	3%
Hervidoras	8%	5%	-3%
Básculas Cocina	5%	6%	0%
Dispensadores Cerveza	85%	50%	-18%
Panificadoras	15%	14%	0%
Afeitadoras Hombre	8%	11%	-3%
Sistemas Depilación	15%	6%	-7%
Cortapelos	-1%	4%	-3%
Cuidado Dental	13%	16%	3%
Secadores	7%	9%	2%
Moldeadores	5%	7%	2%
Básculas Baño	2%	3%	-5%

que más destaca en su crecimiento son los dispensadores de cerveza (50% en valor y un inmejorable 85% en unidades). Aunque su peso en la categoría es todavía poco significativo, estos crecimientos encadenados le auguran una relevancia mayor en los lineales.

El cuidado dental es el siguiente segmento en cuanto a incremento, un 16%, que nos muestra como el cuidado físico y de la salud también es una tendencia entre los consumidores, que como arrojaba el Observatorio Cetelem de Consumo, aumentaron un 36% en número en el área de salud dental y tenían la intención de hacerlo en 2018 un 41% más. A continuación podemos señalar los incrementos

de las panificadoras (14%), seguido de aspiradoras y afeitadoras de hombre (11%), y también los grills (10%), todos ellos en valor.

En el otro lado de la balanza, las categorías de producto que más descendieron fueron las licadoras (-19%), sandwicheras y barbacoas (ambas descendieron un 5%), siendo de los pocos productos de PAE que vieron caer su demanda. De cualquier modo, las perspectivas del PAE siguen siendo positivas para 2018, siempre de la mano de la innovación y la detección de las necesidades y gustos del consumidor.

En cuanto a los canales que eligieron los consumidores para hacer sus compras de

El PAE es una categoría atractiva, con productos que ofrecen una buena rotación y generan tráfico a los puntos de venta



PAE, el 38% se decantó por las Grandes Superficies Generalistas, mostrando que para esta categoría, probablemente el surtido variado y los precios competitivos son las características más valoradas, aunque el mercado está bastante repartido. Le siguen de cerca las Cadenas (33%), y Grupos de Compra (28%).

