

# El deporte y el autocuidado impulsan el PAE de Cuidado Personal



*Esta categoría engloba un gran número de productos que ya no se ciñen a la belleza y la estética, sino que tienen mucho que ver con un estilo de vida sano, ayudando al consumidor a cuidar de su salud. Esto lo convierte en un sector con grandes posibilidades de crecimiento.*

La familia que incluye el PAE Cuidado Personal es muy amplia. Además de los tradicionales productos de belleza, cuidado del cabello, depilación o afeitado, con una larga trayectoria, se suman en los últimos tiempos un sinnúmero de productos relacionados con la salud y el bienestar, desde cepillos de dientes eléctricos hasta equipos de medición de parámetros como básculas, pulsómetros o tensiómetros. Las pulseras de actividad o todo tipo de masajeadores son ejemplos de cómo los nuevos hábitos de la sociedad, relacionados con una mayor preocupación por el autocuidado y la promoción de estilos de vida más saludables, empujan a un mercado en el que cada vez se incluyen un mayor número de productos con funciones diversas.

El PAE en general siempre ha sido una categoría imprescindible en la tienda de electrodomésticos, ocupando un lugar destacado dentro de la exposición por su atractivo, el amplio surtido con precio moderado y el tráfico que genera, impulsado por las constantes novedades. Como fruto del interés que despierta en el consumidor, sus crecimientos en facturación año tras año son constantes, y en 2018 fue de nada menos que un 5,39% hasta alcanzar los 1.075 millones de euros. Los productos que más crecieron en facturación fueron los moldeadores (7%), las básculas de baño (3,5%) y cuidado dental y secadores, que crecieron un 2,5%. El precio medio de secadores y moldeadores también creció considerablemente, un 8% y 7% respectivamente, aupados por el crecimiento de la demanda.

En cuanto a los canales de venta, cabe hacer un apunte, y es que el bajo precio y tamaño de los productos que conforman esta categoría, además de la competición de precios, ha hecho que el canal online sea el único que creció en el 2018, un 4%, viendo los demás (hipermercados, cadenas, asociados e independientes) cómo sus ventas descendían en favor de la venta por Internet.

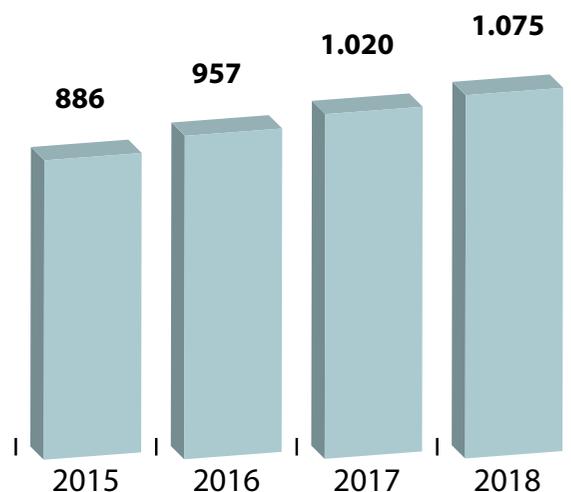
## Demanda

Uno de los puntos fuertes del PAE es la importancia que tiene la compra por impulso o como regalo, motivo por el cual las ventas se disparan en momentos de alto consumo, como es el caso de las navidades, o los días del padre y de la madre, así como la temporada primavera y verano en el caso de los productos de belleza. La categoría de Cuidado Personal es especialmente adecuada en estas épocas, en las que está de moda regalar salud y bienestar, momentos de placer y autocuidado. Esta demanda viene en parte condicionada por la edad, y si en los consumidores mayores de 40 años observamos una mayor preocupación por la belleza y la estética, las preferencias se relevan en torno a los 60 años hacia productos más enfocados al cuidado de la salud y la prevención de la enfermedad. En cualquier caso, la categoría de PAE Cuidado Personal tiene productos para todos los gustos y necesidades. Algunos son productos necesarios, pero muchos de ellos son productos caprichosos, con un gran componente emocional, y por lo general se disfruta del proceso de compra.

Gran parte del tráfico de personas que acude a la tienda pasa por la zona de belleza para ver qué novedades hay, lo cual es muy importante, ya que es una compra con alto contenido de impulso, menos reflexiva que la compra de un aspirador, por ejemplo. Además, muchos de los productos de esta categoría generan una visita adicional al comercio, para el suministro de accesorios, cremas, lámparas, etc. y el tráfico de visita de repetición es uno

## EVOLUCIÓN DEL MERCADO DEL PAE 2015-2018

• (Millones de euros)



Fuente: Consultoras Elaboración: Electromarket



Al PAE Cuidado Personal se le suman un sinnúmero de productos relacionados con la Salud y el bienestar

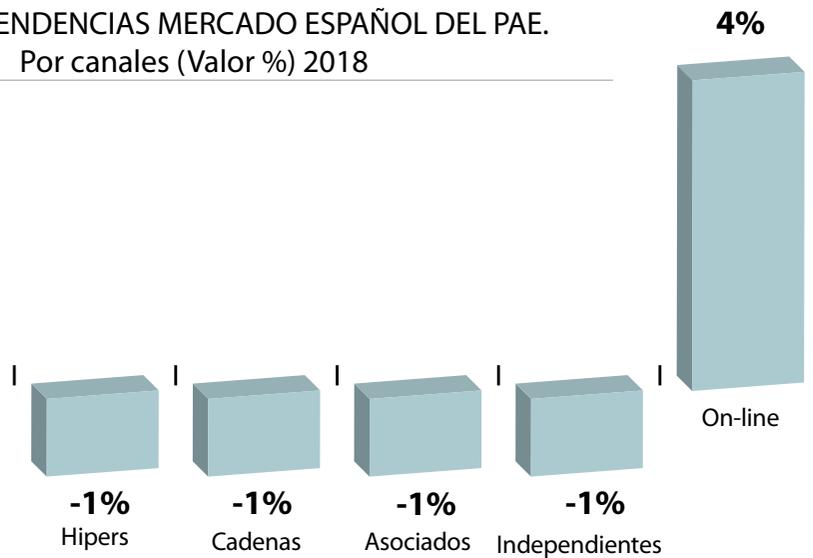
de los más codiciados por los comerciantes.

El sector trabaja continuamente para reforzar la venta fuera de esos momentos concretos, atenuando dicha estacionalidad. Y parece que lo está logrando. Cada año se detecta menos incidencia en ventas de las tradicionales campañas de fecha, si bien es cierto que marcan un pico de ventas. Observamos una proliferación de campañas en toda la distribución, muchas de ellas orienta-

das a sorprender a la clientela con atractivos descuentos en fechas no tradicionalmente señaladas como grandes campañas. Hoy en día se induce al cliente a esperar el próximo 'día sin IVA' cada dos meses y, coincidiendo o no, con una fecha especial. Esto ha suavizado y repartido sensiblemente los picos de ventas. No obstante, la primavera/verano sigue siendo muy importante para la belleza; mientras que el otoño/invierno lo es para el cuidado personal y el masaje. La renovación en diseños, la innovación en productos, y las promociones son los

TENDENCIAS MERCADO ESPAÑOL DEL PAE.

- Por canales (Valor %) 2018



Fuente: Consultoras Elaboración: Electromarket

elementos más relevantes para apoyar las ventas en los meses más bajos.

En el caso de los productos relacionados con el cuidado de la salud, la medición de parámetros, etc. normalmente ofrecen márgenes superiores a los comercios y atraen compradores de edad media, consiguiendo una mayor especialización del establecimiento y constituyendo un reclamo en la tienda, ayudando a generar un tráfico que también se puede traducir en ventas de otras familias. En cualquier caso, el punto de venta debe adaptar sus lineales a la participación que

tiene el Cuidado Personal en el PAE, incorporando las principales novedades del sector, los productos únicos y diferenciales, así como las referencias más vendidas de su categoría. Se trata de un segmento que crece a un ritmo muy superior a los tradicionales, atrayendo a una clientela que desea encontrar un espacio dedicado a belleza y cuidado personal amplio, donde pueda tomar la decisión de comprar. Para ello, necesita disponer de un amplio surtido, donde pue-

da comparar las características y los precios y, como resultado, el cliente se sienta seguro de la compra que ha realizado.

Productos tradicionales

El cuidado del cabello siempre ha sido uno de los pilares del PAE Cuidado Personal, son cada vez más las personas que le dan importancia al cuidado del cabello, y a tenerlo sano y nutrido. Los fabricantes se adaptan a estos cambios para poder facilitar las herramientas que el cliente está buscando según sus necesidades. Existen varias gamas de producto en esta categoría, para que el cliente pueda encontrar exactamente aquello que busca, desde productos con microacondicionadores y aceites para nutrir y fortalecer el cabello hasta productos con sensores de temperaturas para prevenir los daños ocasionados por los constantes cambios en la estructura del pelo provocados por los tintes, el sol, etc.

Además, las personas buscan resultados profesionales en casa y es por eso que los productos para el cuidado del cabello también se adaptan a estos cambios, como con los secadores con motores profesionales AC o las boquillas con características especiales. Asimismo, las modas y los diferentes estilos que hay hoy en día en el mercado, como llevar el pelo completamente liso, con ondas, cabellos muy rizados, etc., hacen que la demanda de los moldeadores y las planchas de cabello haya aumentado estos años. Cada vez se desarrollan productos de gama más alta, más eficientes y profesionales y que respetan el cabello.

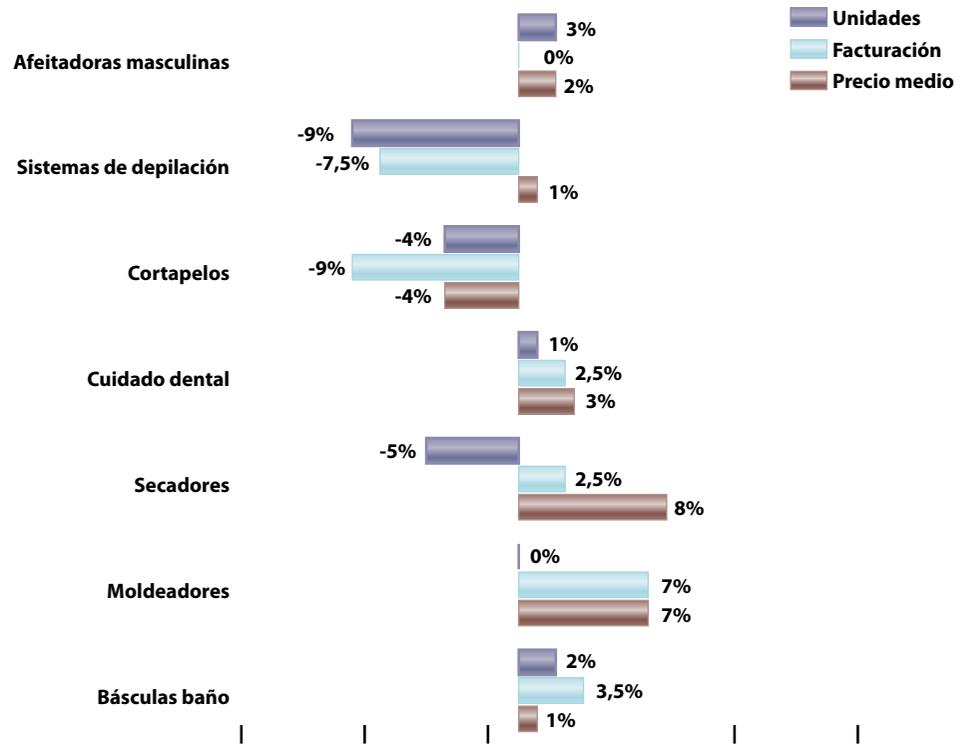
Deporte

Los 'gadgets' relacionados con la práctica deportiva han experimentado un gran crecimiento en los últimos años. Tienen una gran aceptación entre los usuarios y la tendencia es positiva en cada ejercicio.

Existen en el mercado diversas gamas de producto centradas en la salud y la práctica deportiva, tanto dispositivos de fitness -monitores de actividad, relojes deportivos para running, multideporte, dispositivos para ciclismo, buceo, etc.- como wearables -relojes y pulseras centradas en la mejora de hábitos saludables o la monitorización de determinados datos a lo largo del día. Cualquier usuario puede encontrar el producto que se adapte a sus objetivos, ya sea mejorar en el ámbito deportivo, prepararse alguna prueba, dar un cambio a sus hábitos o mantener un control más exhaustivo sobre sus métricas y valores. Estos dispositivos constituyen una gran ayuda, tanto para la práctica deportiva como para ser conscientes del estado físico en el que se encuentra el usuario y comenzar a implementar aquellos cambios que le hagan mejorar y evitar una vida sedentaria. Inteligencia, conectividad, eficiencia, ligereza, ergonomía, simplicidad y control son las premisas que guían la innovación en este ámbito. Existe un amplio surtido de dispositivos intuitivos y cada vez más completos, con el objetivo de aportar datos esenciales y avanzados sobre la actividad que practiquen o relacionados con sus hábitos, además de conectividad de última generación para estar en contacto con familiares y amigos o recibir información de interés en tiempo real.

En el segmento de depilación, los fabricantes atienden la demanda creciente de personas que buscan la manera de no tener que depilarse, o hacerlo muy de vez en cuando, como demuestra la proliferación de centros de estética donde reducir el vello a largo plazo o de manera permanente. Muchas empresas han buscado la manera de dar un producto similar al cliente, con un aparato diseñado con el mismo fin. Es importante que los productos ofrezcan resultados duraderos, rápidos y cómodos en el hogar. El usuario de este producto también busca, de manera inexcusable, la seguridad en los tratamientos. Además, valores añadidos para los productos de depilación pueden ser aquellos como las apps de seguimiento del tratamiento, e incluso servicios de atención personalizada en caso de dudas. Los principales avances en este tipo de productos se traducen en el aumento de la potencia, el incremento de la vida útil -número de flashes- de sus lámparas, tratando de alcanzar una duración casi ilimitada de las mismas, y el desarrollo de la tecnología para hacer efectiva la fotodepilación sobre las pieles de tonos más oscuros. En cualquier caso, los equipos de depilación de arranque siguen teniendo un hueco muy importante en el mercado. Por lo que se refiere al corte de pelo y afeitado, cada vez se lanzan al mercado productos con más funciones y accesorios, debido a la

## PAE CUIDADO PERSONAL.EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS. 2018



Fuente: Consultoras Elaboración: Electromarket

tendencia actual de que el hombre se cuida más. Y hay más estilos, tanto en cortes de pelo como en diferentes estilos de barbas. Las nuevas afeitadoras cortan más cantidad de vello por cada movimiento, realizan un afeitado rápido y completo y son más delicadas con la piel. Además, las barbas largas vuelven a

estar de moda. Esto da pie al lanzamiento de productos especialmente pensados para mantener una barba larga y cuidada.

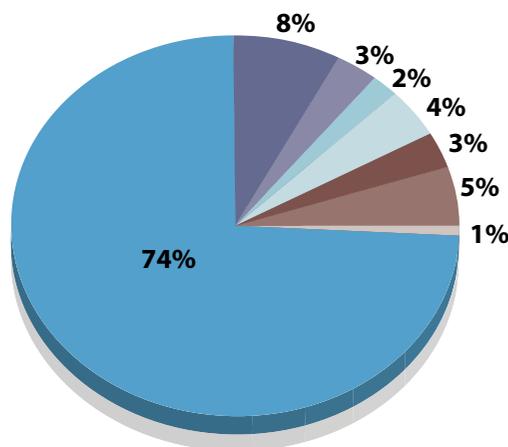
## Salud y bienestar

La salud en el hogar es un componente fundamental para las personas que se cuidan, y destaca un creciente interés por el cuidado en el tratamiento del aire. Productos como humidificadores y, sobre todo, purificadores de aire, son soluciones innovadoras para garantizar la salud personal dentro del hogar. Por otro lado, la tendencia en todas las categorías es el incremento de productos conectados para que el consumidor tenga acceso a información directamente desde la aplicación en su móvil. Los tensiómetros están evolucionando a conectables y a la exportación de datos a una app para después poder analizarlos y tener histórico de la evolución de los parámetros medidos.

Asimismo, existe una evolución en las básculas, que brindan información no sólo del peso, sino también métricas como la composición de este peso, se corresponden con un usuario más consciente de su cuerpo y que presta mayor atención al cuidado del peso. Ya no se trata únicamente de controlar el peso, sino de que el mismo sea equilibrado, resultado de una dieta y un ejercicio, que cada vez cobran más peso en la rutina. ▶

## PAE CUIDADO PERSONAL. PESO POR PRODUCTO.

• (Valor)



Fuente: Consultoras Elaboración: Electromarket