



El confinamiento y la pandemia propician el crecimiento del PAE Cocina

El PAE de Cocina sin duda ha sido una de las categorías estrella en el año 2020. Su demanda ha crecido como la espuma, aupada por el confinamiento y la pandemia, que nos ha obligado a estar más en casa, y de paso a cogerle el gustillo al arte culinario y a comer más sano.

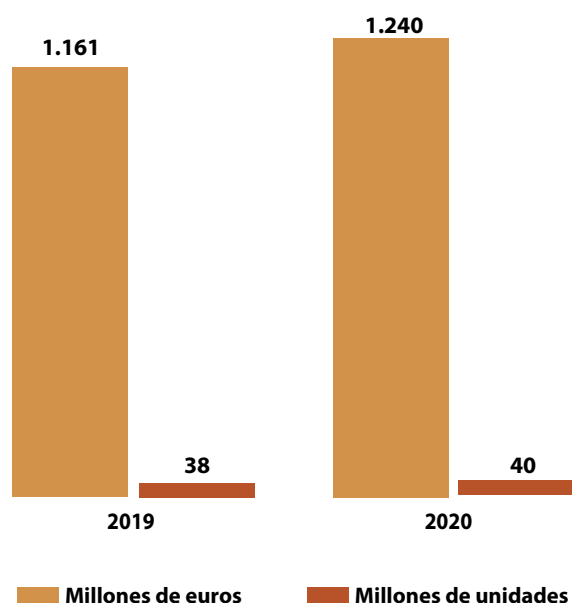
Las cifras corroboran esta tendencia creciente, y si bien los resultados que tenemos corresponden a la categoría global de PAE (Hogar, Belleza y Cocina), podemos confirmar que el segmento de cocina ha sido el más demandado en 2020 dentro del Pequeño Aparato Electrodoméstico. Todos y todas, durante las largas semanas de encierro que duró el confinamiento, y luego a lo largo de todo este periodo en el que aún seguimos pasando la mayor parte del tiempo en casa, hemos comprobado como comer, y cocinar mejor y más saludable, han escalado puestos en los placeres que forman parte del día a día.

En la cocina se han juntado toda una serie de ventajas que cubren necesidades en muchos ámbitos de nuestra vida, y que se han hecho más evidentes en esta larga temporada que llevamos desde que la pandemia irrumpió en nuestras vidas. Por un lado, entretenernos y ocupar el tiempo en alguna actividad productiva que podemos hacer en casa sin estar sentados en el sofá, evitando el sedentarismo, por otro lado, disfrutar de una comida más rica, saludable, elaborada con tiempo, y por si fuera poco compartir toda esta labor con los que más queremos, aprovechando para pasar tiempo de calidad y en familia. En todo este proceso, se ha confirmado el auge de la demanda de productos de PAE Cocina como ayudantes y compañeros indispensables en la que puede ser muy divertida tarea de cocinar, todo tipo de aparatos que nos hacen la vida más fácil y ponen al alcance de la mano numerosas técnicas de cocina reservadas antes únicamente a los chefs.

En tendencia

Los resultados provisionales del ejercicio 2020 no dejan lugar a dudas, el PAE creció un 6,8% en facturación, hasta alcanzar los 1.240 millones de euros el pasado ejercicio, y en unidades aumentó las ventas un 5,3%. Unos resultados fantásticos que confirman la tendencia imparable de este segmento.

MERCADO ESPAÑOL DE PAE 2019-2020



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket *previsión

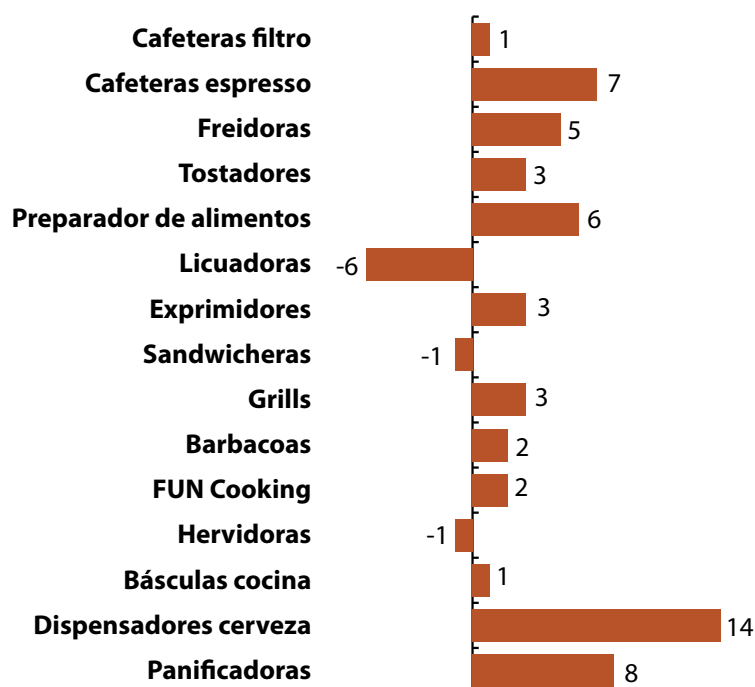
Si nos fijamos detalladamente en los productos, observamos que las básculas de cocina fueron las grandes estrellas, con unas ventas que aumentaron un 31% en facturación y un 30% en unidades, siendo el aparato que mejores resultados obtuvo en 2020. Le siguen las freidoras, que crecieron un 28% en valor y un 21% en unidades. Los preparadores de alimentos también experimentaron un crecimiento muy significativo, con aumentos del 23% en facturación y del 16% en valor. Barbacoas, sandwicheras, grills, panificadoras o cafeteras también obtuvieron muy buenos resultados, en un año que fue generalmente bueno para toda la categoría de PAE.

Las costumbres durante la cuarentena por el Covid-19 han cambiado. Personas que nunca habían pisado una cocina, se han convertido en auténticos chefs caseros. Uno de los productos alimenticios más demandados durante el confinamiento fue la levadura para hacer bollos, pasteles y tartas. Caminamos por desescalada con unos kilos de más, pero con más dotes culinarias y menos miedo a los fogones. Los blogs y los vídeos de YouTube que nos enseñan las mejores recetas suman miles de visitas. La cocina ha pasado a ser uno de los hits de esta nueva época.

Si algo nos ha enseñado este parón que supuso el confinamiento es que comer bien es una necesidad básica de salud y que, además, no cuesta tanto trabajo y es mejor para el bolsillo. Los pequeños electrodomésticos facilitan mucho la labor, ya que cada vez son más eficientes en cuanto al consumo energético y tiempos de cocción, y al mismo tiempo utilizan una tecnología que mantiene intactos los nutrientes de los alimentos, un valor incuestionable.

PAE COCINA. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS MEDIOS 2019-2020

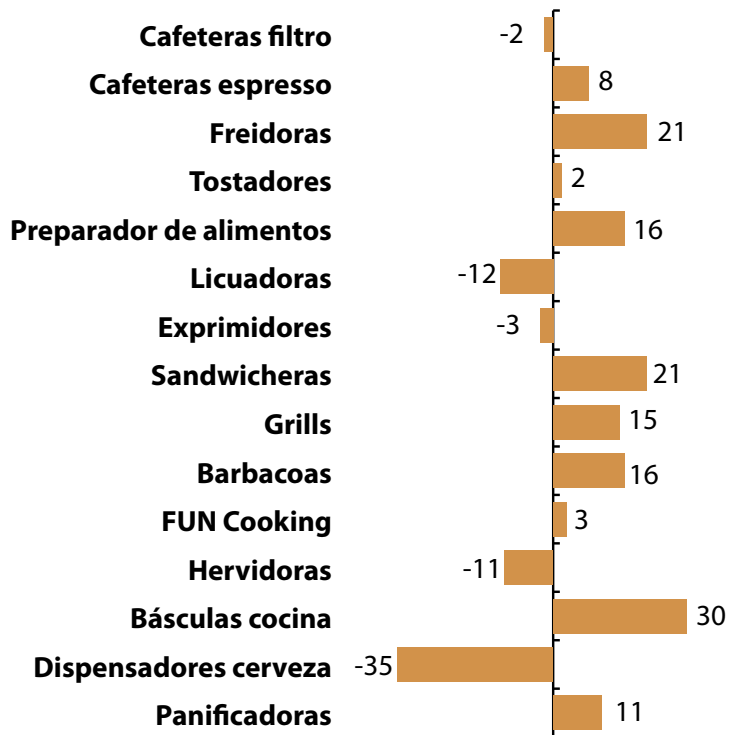
• Precio medio (%)



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket *previsión

PAE COCINA. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2019-2020

• Unidades (%)



compras del sector. La venta a través de internet es una realidad con la que los fabricantes y las tiendas del sector deben convivir. Internet ha cambiado la forma de comprar. Y en esta tipología de productos no iba a ser menos. Seguramente, el punto de venta físico tiene todavía la ventaja de que puedes tocar y probar el producto, pero hay que tener en cuenta que la mayoría de las veces el precio es uno de los elementos decisivos de compra. En ese sentido, la venta por internet lleva ventaja con respecto al comercio tradicional.

A pesar de todo, hay que tener en cuenta que los dos canales son importantes, cada uno destinado a un tipo de público. El canal tradicional, destinado a personas con tiempo, que les gusta visitar y comprobar in situ los productos y hacer una selección, tocando y revisando el producto con sus manos y pidiendo consejo a los vendedores. Y hay otro público, más tecnológico, acostumbrado a gastar comprando por internet, donde puede encontrar también recomendaciones de la comunidad internauta, que dan garantías a la hora de decidir la compra. En ambas opciones, las condiciones de devolución son las mismas y no hay problema en atender cualquier incidencia o cambio que pudiera derivarse. En cuanto al precio, habrá que consultar todas las opciones, dado que cada negocio tiene sus estrategias y hay amplias ofertas en el mercado tanto online como offline.

Un buen surtido es fundamental para reforzar el posicionamiento de la tienda física

El auge de Internet

Otra de las cosas que ha venido para quedarse a raíz de la pandemia y el confinamiento ha sido el auge del comercio online, y el PAE Cocina no se queda fuera de esta tendencia. Amazon o las tiendas online de comercios físicos tradicionales acaparan buena parte de las

Las tiendas físicas pueden y deben apoyarse en la capacidad de comunicación de sus respectivos soportes online, aportando la inmediatez y la confianza en el asesoramiento del producto como aspectos diferenciales. Salvo en productos muy específicos y de compra meditada, gran parte del producto PAE es susceptible de



decisión final de compra en la última etapa, es decir, frente al lineal, guiado por el consejo, la comparativa física, la atracción del diseño, el asesoramiento y, por supuesto, el precio. Muchos de estos elementos son claramente ventajas que ofrece la tienda física y que, potenciados, ayudarán a equilibrar las ventas con o frente a las tiendas online, ante la fuerte competencia.

Innovaciones

La familia de robots de cocina es una de las que más interés está despertando con la pandemia y el confinamiento. Los nuevos aparatos ofrecen hasta 31 funciones de cocina: pulverizan, trituran, rallan, montan, amasan, hierven, sofríen, cocinan al vapor, licuan, hacen cocción lenta, fermentan, pesan o cocinan al baño maría, entre otras funciones. Ofrecen al consumidor todo lo que necesita para su cocina en un único producto. También en esta familia de productos, nuevos aparatos incluyen conexión WiFi mediante una app. Los españoles se están animando a preparar platos más elaborados, por lo que buscan aparatos que agilicen el trabajo, interesándose en los procesadores de alimentos que permiten hacer casi de todo, ya que incluyen disco de corte y rallado, amasador y disco para preparar cremas.

Las freidoras de aire son un producto que ha surgido con fuerza, como alternativa saludable a las tradicionales freidoras, con sus sistemas de calentamiento por convección y nuevas tecnologías, en las que el aire caliente de alta intensidad hornea, dora y deja crujientes los alimentos fritos sin apenas aceite.

Por otro lado, los consumidores se resisten a que el cierre o las restricciones de aforo de la hostelería les priven de degustar car-

nes, pescados o verduras a la plancha en sus propias casas. Los fabricantes están desarrollando gamas de planchas de acero muy efectivas y fáciles de limpiar. Los nuevos lanzamientos de grills destacan por su avanzada tecnología de contacto y su sistema de circulación del aire, reduciendo enormemente la cantidad de humo -hasta un 87%- y el olor. Las placas cuentan con un revestimiento antiadherente tres veces más duradero y bandeja recoge grasas, completamente apta para el lavavajillas. Además, disponen de bisagra flotante, permitiendo una separación de 2,5 cm entre las placas, con el fin de facilitar el cocinado de alimentos de diferente grosor. También, están teniendo bastante éxito algunos productos como deshidratadores de alimentos, envasadoras al vacío, etc. Asimismo, los huertos domésticos de interior constituyen un nicho de mercado que está creciendo espectacularmente. Nos ayudan a comer de una manera sana al mismo tiempo que podemos ir día a día realizando tareas de jardinería doméstica, aprendiendo y disfrutando de este entorno.

Adecuada oferta

El PAE Cocina es todo un clásico en los hogares españoles. Aunque no sea un equipamiento imprescindible, se trata de productos que nos hacen la vida más fácil, por lo que nos rodeamos de ellos para asistirnos en el día a día. Así pues, todos los hogares cuentan con varios de estos aparatos: batidoras, tostadores, exprimidores, cafeteras...

Ahora, además, está creciendo el interés por algunos productos muy especializados y que aportan un alto valor añadido, como procesadores de alimentos, batidoras de repostería, etc.

Por todo ello, es indudable que el PAE de Cocina es una familia de productos de vital importancia para la tienda de electrodomésticos, así que es esencial contar con una adecuada oferta en el punto de venta. Un buen surtido es fundamental para reforzar el posicionamiento de la tienda física. Sobre todo, para mantener la competitividad frente a la gran oferta del canal online. Es importante que la tienda esté atenta a lo que el consumidor pide con mayor frecuencia y que tenga en cuenta estos productos para no perder ventas.

El beneficio que reporta a la tienda contar con un buen surtido de PAE de Cocina es la diversificación de oferta, ya que al consumidor le sigue gustando ver el producto. Un surtido diversificado en la tienda permite llegar a más consumidores a través de la oferta de productos que se adapten a cada una de sus necesidades latentes. De este modo, un consumidor puede acudir a una tienda buscando un producto en concreto, pero quizás encuentre un complemento de este o, simplemente, otro producto que desconocía y que puede cumplir la misma funcionalidad, o incluso tener mayores prestaciones y cubrir al mismo tiempo otras necesidades.

Generar tráfico es clave para la tienda, y el PAE es de uso constante y necesario en nuestra cocina, además de que crea la oportunidad de enseñar otros artículos al consumidor que se acerca. Asimismo, las cafeteras exprés y los procesadores de alimentos están en pleno auge y son los consumidores los que buscan asesoramiento y ver el producto en físico en las tiendas antes de comprarlo.

Por otro lado, tener en los lineales de las tiendas marcas reconocidas asegura una imagen de confianza y calidad de cara a los consumidores. En este mismo sentido, la oferta de productos en un segmento de precio medio y medio-alto favorece la subida del tique medio. ▀

PAE COCINA. EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN POR PRODUCTOS 2019-2020

• Valor (%)

