

La pandemia nos convirtió a la fuerza en peluqueros y cocineros



Las ventas del pequeño electrodoméstico en su evolución de 2020 respecto a 2019 ha estado fuertemente marcada por la incidencia de la pandemia. Con parte del año confinados o con salidas limitadas, y con muchas empresas aún en teletrabajo, dejamos de planchar la ropa pero nos convertimos en grandes amantes de la cocina.

La pandemia del Covid-19 no solo nos arrebató personas, negocios y amistades, también cambió nuestros comportamientos sociales, delegó los abrazos y cambió nuestros hábitos de consumo. Las compras, como las reuniones y gran parte del trabajo, pasaron a ser digitales, y añadimos a la cesta de la compra guantes, extra de papel higiénico, gel hidroalcohólico y múltiples mascarillas. Pero por lo demás, ¿hemos seguido comprando las mismas cosas? ¿O han cambiado nuestras necesidades?

En muchos sectores, la inversión ha disminuido, algunos como el ocio o el turismo quedaron en jaque; sin embargo, en otros el impacto fue positivo. Como en el inmobiliario, donde las personas comenzaron a

darle más valor a sus hogares, e incluso tras el primer confinamiento, muchas familias decidieron cambiarse a casas más espaciales y con alguna estancia al exterior, ya fuera con terraza o, al menos, un balcón. Las casas con más espacio también hicieron hueco, a su vez, a los electrodomésticos. En el caso del PAE (Pequeño Aparato Electrodoméstico), ¿cómo ha sido la tendencia? ¿Qué se ha comprado más y qué menos? Ha habido grandes descensos, como el de los dispensadores de cerveza, que cayeron en un 35% sus ventas en 2020 respecto al año anterior; quizás porque parte de estas ventas se hacían en pequeños negocios o porque compartir, ya sea cervezas o plato, ha quedado eliminado con la pandemia para pasar a las unidades personalizadas: cada

uno su plato, su vaso y su cubierto para evitar la propagación del Covid-19.

Otros pequeños electrodomésticos con importantes caídas han sido las planchas, cuyas ventas cayeron en un 19%; y los secadores, en un 12%, probablemente porque el aumentar el tiempo en las casas provocaba un descenso de nuestro cuidado personal para salir a la calle: ya no era necesario planchar las blusas para ir al trabajo porque se podía teletrabajar en pantalón de deporte.

Algunos otros pequeños electrodomésticos del hogar también han sufrido un cierto descenso en sus ventas aunque no tan pronunciados: es el caso de las licuadoras, en un 12%; hervidoras (-11%); aspiradoras (-5%); limpiaventanas (-4%); exprimido-

res (-3%); cafeteras filtro (-2%) -pese a que las cafeteras espresso sí crecieron, en un 8%-, y moldeadores (-2%).

Sin embargo, del total de 31 electrodomésticos analizados, mientras que en 10 de ellos el número de unidades vendidas ha bajado, en los 21 restantes las ventas han aumentado, destacando las máquinas de coser, que se han vendido un 30% más de unidades en la evolución interanual 2019-2020. ¿Hemos vuelto a redescubrir el placer de coser?

El mismo crecimiento han sufrido las básculas de cocina, por lo que aquellas 'bromas' que circulaban en el confinamiento de que de la pandemia saldríamos más gordos y mejores 'chef' pues lo dedicamos en gran parte a comer y a cocinar, tuvo su efecto positivo en el mercado del pequeño electrodoméstico. Y es que no solo afectó a las básculas, también crecieron las ventas de freidoras (21%); las sandwicheras (21%); los preparadores de alimentos (16%); las barbacoas y grills (16 y 15%); las panificadoras (11%); los FUN Cooking (3%) o los tostadores (2%).

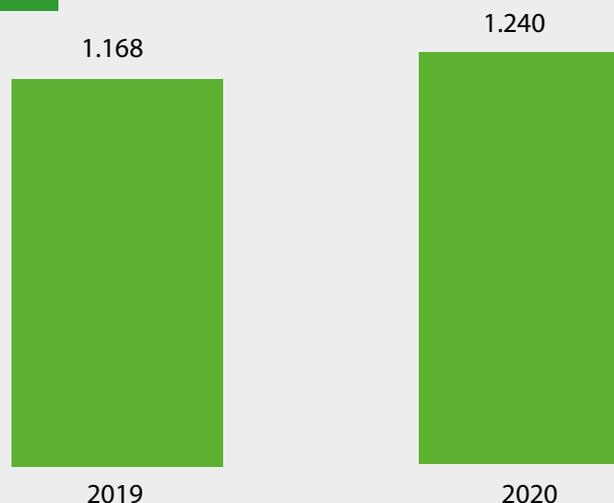
Pero el sector de la alimentación no fue el único en el que crecieron las ventas: también lo hizo el de higiene, ya que mantener limpias y desinfectadas las superficies se convirtió, literalmente, en una cuestión de vida o muerte. Los electrodomésticos de tratamiento de aire crecieron en un 55%; los de limpieza a vapor, en un 20%, y los de planchado vapor vertical en un 28%. También crecieron los cortapelos (17%); las afeitadoras de hombre (12%); los aparatos de cuidado dental (7%), y los sistemas de depilación (3%). De otros sectores, los pequeños electrodomésticos que también crecieron fueron las básculas de baño (33%); las mantas eléctricas (7%), y los vinculados a la calefacción (2%).

Impacto económico

En cuanto al impacto económico, en ocasiones mayores ventas se vincularon a una bajada de precios en el mercado. Por ejemplo, en el caso del planchado de vapor vertical, cuyas ventas subieron en un 28%, y el precio medio bajó en un 4%. Igual que en el caso de las mantas eléctricas, que subieron un 7% las ventas y bajaron un 4% los precios. En otras ocasiones, sin embargo, pese a las bajadas de precio, el mercado de las ventas cayó. Por ejemplo, los limpiaventanas: cayeron las unidades un 4%; el precio, un 2%; y el valor, un 7%. O las licuadoras, que pese a bajar los precios en un 6 %, el mercado se desplomó un 12%, bajando el valor un 19%.

Mercado español de PAE 2019-2020

Millones de euros



Millones de unidades



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket



Otros electrodomésticos crecieron sus unidades pese a que los precios habían subido. Destaca por su importante subida, en un 40% más el precio medio, los sistemas de depilación, y pese a eso, las ventas crecieron un 3%, lo que situaba a este pequeño electrodoméstico en una subida de su valor de un 42%. De una categoría similar serían los cortapelos: subida de precios del 14%, ventas un 17% más de unidades, y un valor de un 33 % más. La probable razón, un confinamiento que, del mismo modo que convirtió a muchos en cocineros, a muchos otros los convirtió en peluqueros y estilistas, pues el cabello no entiende de pandemias y siguió creciendo. De hecho, ¿cuántos flequillos mal cortados tuvieron que arreglar los especialistas en peluquería una vez nos desconfinaron?

Precios medios y valor en el mercado

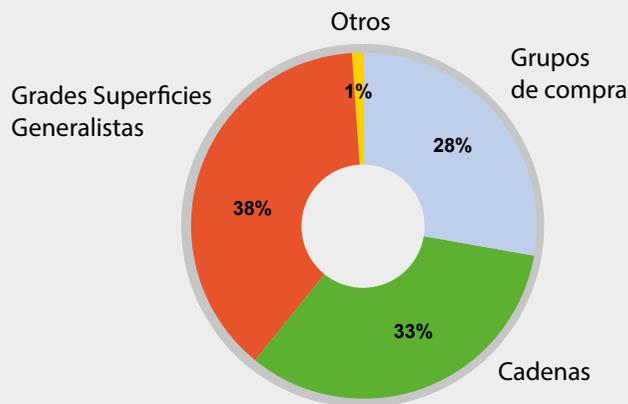
Prácticamente el único producto que no varió su precio medio en el mercado, ni subiendo ni bajando, fueron las basculas de baño. Y apenas variación sufrieron otros como limpieza a vapor (1%); cafeteras filtro (1%); sandwicheras (-1%); hervidoras (-1%) o básculas de cocina (1%).

En cuanto a la cuota de mercado por canales en 2020, los datos reflejan algunos cambios si lo comparamos con 2019. Las grandes superficies generalistas fueron las que presentaron los mejores datos, con una cuota del 38% (un 1% más que el año anterior). Le siguieron las cadenas, con el 33% (pierden 3 puntos con respecto a 2019), y los grupos de compra, con el 28% del mercado (un 2% más). Por último, el apartado que agrupa a todos los canales restantes, se quedó en el 1%, como en años anteriores.

Por último, en cuanto a las cifras del mercado español del pequeño aparato electrodoméstico en 2020, en lo que se refiere a cifras totales, las ventas crecieron en 2020 hasta los 40 millones de unidades, dos millones de unidades menos que en 2019. En resumen, el mercado de PAE en nuestro país movió 1.240 millones de euros en 2020, frente a los 1.168 millones que había alcanzado en el año anterior.

En definitiva, el mercado del pequeño aparato electrodoméstico en términos generales no estuvo negativamente afectado por la pandemia, sino más bien al contrario. Al pasar más tiempo en casa y contar con más tiempo libre, así como al tener que extremar la limpieza, el consumidor optó por tomar como aliados a múltiples pequeños electrodomésticos, que facilitaron nuestro año más hogareño. En contrapeso, parte del sector sí se vio afectado, pues mientras algunos electrodomésticos se convertían en nuestros mejores amigos, otros dejamos de verlos tan necesarios ya que nos ayudaban en nuestra faceta más social, fuertemente limitada con la pandemia del Covid-19. Por lo tanto, podemos decir que el mercado de los pequeños electrodomésticos es el reflejo de nuestros hábitos y estilo de vida. ■

Cuota de mercado por canales 2020



PAE. EVOLUCIÓN VENTAS MERCADO ESPAÑOL 2019-2020

	Unidades	Valor	Precio Medio
Planchas	-19%	-17%	3%
Planchado vapor vertical	28%	21%	-4%
Aspiradoras	-5%	-3%	4%
Limpieza a vapor	20%	21%	1%
Limpiaventanas	-4%	-7%	-2%
Calefacción	2%	5%	3%
Mantas eléctricas	7%	2%	-4%
Máquinas de coser	30%	37%	5%
Cafeteras filtro	-2%	0%	1%
Cafeteras espresso	8%	16%	7%
Freidoras	21%	28%	5%
Tostadores	2%	6%	3%
Prep. Alimentos	16%	23%	6%
Licadoras	-12%	-19%	-6%
Exprimidores	-3%	1%	3%
Sandwicheras	21%	17%	-1%
Grills	15%	16%	3%
Barbacoas	16%	18%	2%
FUN Cooking	3%	6%	2%
Hervidoras	-11%	-11%	-1%
Básculas cocina	30%	31%	1%
Dispensadores cerveza	-35%	-30%	14%
Panificadoras	11%	19%	8%
Afeitadoras hombre	12%	14%	4%
Sistemas depilación	3%	42%	40%
Cortapelos	17%	33%	14%
Cuidado dental	7%	9%	2%
Secadores	-12%	-9%	6%
Moldeadores	-2%	7%	9%
Básculas baño	33%	32%	0%
Tratamiento de aire	55%	60%	3%