

# PAE: sin prisa, pero sin pausa



*2020, el año de la pandemia, fue un buen año para el pequeño aparato electrodoméstico, que cosechó unos resultados más que notables aupados por el confinamiento y por sus necesidades derivadas. Unos resultados que, aunque tímidamente, han seguido creciendo en 2021.*

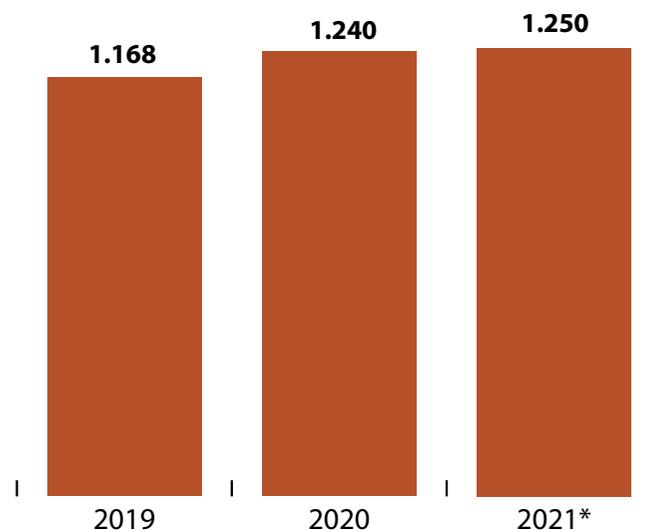
En 2020, la vivienda se convirtió en un refugio en el que mantenernos a salvo de lo que nos esperaba en el exterior, un virus del que poco o nada se sabía en esos momentos. La cocina se convirtió en un centro de operaciones en el que experimentar nuevas recetas y elaboraciones, hizo de gimnasio, de colegio, de locutorio y, en algunas casas, hasta hizo de oficina o punto de reunión laboral. Con el baño pasó un poco lo mismo, llegando a convertirse en un pequeño salón de autocuidados en el que se reforzaba la higiene y en ocasiones pasaba a ser una peluquería o barbería. Los usuarios se dieron cuenta de que tenían que cambiar sus costumbres, adquirir hábitos más saludables, hacer lo que estuviese en su mano para preservar el medioambiente y mejorar la calidad del aire interior de sus domicilios. El Pequeño Aparato Electrodoméstico (PAE) fue vital para conseguirlo: a pesar de que las tiendas físicas estaban cerradas y con las restricciones en marcha, los consumidores encontraron una vía de escape en el comercio online, las plataformas sociales y las videoconferencias con familiares y amigos. Se podría decir que se produjo un antes y un después en el mercado de este tipo de productos, ya que se pasó de los 1.168 millones de euros recaudados en 2019 a los 1.240 obtenidos durante el año del coronavirus. Una tendencia positiva que se mantuvo en 2021, cuya facturación estimada se sitúa en los 1,250 millones de euros, anotando un crecimiento del 0,8%. Pero la evolución interanual de los tipos de producto que conforman esta categoría ha sufrido variaciones destacables. Es el caso, por ejemplo, de las máquinas de coser, que batieron todos los récords en 2020, cuando se vendieron un 30% más de unidades que en 2019. Sin embargo, en 2021 han disminuido un 35% en unidades y un 33% en valor, volviendo, así, a la marcha habitual de antes de la pandemia. Algo parecido ha ocurrido con las barbacoas, de las cuales se han vendido un 15% menos de unidades en 2021 y su valor ha caído un 12%. Y las básculas de cocina, que también se beneficiaron del confinamiento y de las ganas de cocinar derivadas de ello, han lamentado, este 2021, una caída del 16% en unidades y del 20% en valor. Se cocinó más y se redujo la actividad deportiva, una combinación peligrosa a la hora de mantener el peso bajo control. Por ello, las ventas de básculas de baño crecieron un 33% en unidades y un 32% en valor en 2020, pero regresaron a la 'normalidad' en 2021, acusando un descenso del 12% en unidades y del 15% en valor. Siguiendo esta línea, y debido al cierre de las peluquerías durante los meses de confinamiento, los cortapelos y las afeitadoras de hombre aumentaron el número de unidades vendidas en 2020 un 17 y un 12%, respectivamente. Unas cifras que en 2021 han descendido un notable 28% en el caso de los cortapelos y un 1% en el caso de las afeitadoras.

### En positivo

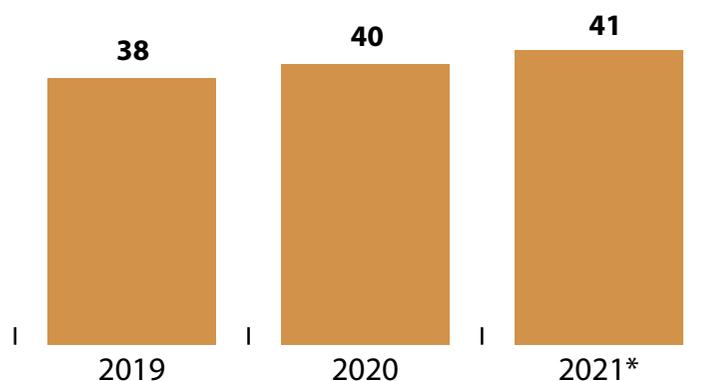
Pero no todo son malas noticias. Entre los productos que más se han vendido en 2021 destacan las freidoras, que han anotado un crecimiento del 65% en unidades y han visto como su valor aumentaba hasta un estratosférico 115%. Por su parte, las planchas de vapor verticales han registrado un 21% más de unidades vendidas y su recaudación ha aumentado un 7% con respecto a 2020. Siguiendo en el segmento de PAE Hogar, se han vendido un 12% más de mantas eléctricas y el valor de las mismas ha crecido un 16% en 2021, mientras que las planchas tradicionales han crecido un 4% tanto en unidades como en valor.

Entrando ahora en el terreno del PAE Cocina, y una vez mencionado

### Millones de euros



### Millones de unidades



\*Previsión

Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

el aumento de las freidoras, es destacable el papel de las cafeteras con filtro, de las cuales se han vendido un 10% más de unidades que en 2020 y han anotado un crecimiento del 30% en valor. Los grills y las hervidoras también han anotado resultados positivos tanto en unidades (11% y 10%, respectivamente) como en valor (19% y 11%, respectivamente). Los productos agrupados dentro del segmento *Fun Cooking*, por su parte, han seguido cosechando resultados positivos en 2021: concretamente, se han vendido un 6% más de unidades y su valor ha aumentado un 6%. Y las sandwicheras y los tostadores han cerrado el año 2021 con resultados positivos: mientras que las primeras han aumentado sus unidades y valor un 4 y un 8%, respectivamente, de los segundos se han vendido un 1% más de unidades y su valor ha aumentado un 3%.

Cierra el análisis de la evolución interanual el segmento dedicado al PAE de Cuidado Personal. Una vez reseñados los productos que han cosechado variaciones negativas, vale la pena destacar el caso de los moldeadores, de los cuales se han vendido un 15% más de unidades en 2021 y su valor ha ascendido un 13%. Los secadores también están de enhorabuena, pues han registrado un aumento del 12% en

unidades y del 15% en valor. Por su parte, las opciones destinadas al cuidado dental no han sufrido cambios en unidades con respecto a 2020, pero sí en valor, alcanzando un aumento del 10% en ventas.

### Variaciones en el precio medio

Tal y como acabamos de reseñar, las cifras correspondientes a las unidades vendidas y al valor recaudado en todos los productos que conforman la categoría del Pequeño Aparato Electrodoméstico (PAE) han sufrido variaciones notables al hacer la comparación entre 2020 y 2021. Unas variaciones que, por supuesto, también se han visto reflejadas en su precio medio. Empezando por PAE Hogar, destaca el aumento del 27% en el precio de los limpiaventanas, algo que, sin embargo, no ha frenado la intención de los compradores para adquirir estos productos. También se ha detectado un aumento de precio medio en la calefacción eléctrica (7%), en las mantas eléctricas (4%) y en las máquinas de coser (4%). El resto de productos englobados dentro de este segmento han visto como su precio medio se reducía en 2021, siendo el de los productos de tratamiento de aire el más acusado con un -15%. El precio medio de los artículos de limpieza a vapor cayó un 13%, seguido muy de cerca por el planchado a vapor vertical, que fue un 12% más barato que en 2020. Por su parte, el precio medio de las aspiradoras disminuyó un 3% y el de las planchas lo hizo un 1%.

Centrándonos ahora en el segmento de PAE Cocina, fueron los dispensadores de cerveza los que acusaron una subida de precio más destacada, con un 31%, seguidas por las freidoras (29%), las cafeteras espresso (20%) y las cafeteras con filtro (18%). A más distancia, los otros productos que anotaron un aumento de su precio medio en 2021 fueron los exprimidores (9%), los grills (6%), las sandwicheras y las barbacoas (ambas con un 3%) y los tostadores y las hervidoras (con un 2%, respectivamente). Por su parte, los productos que vieron disminuir su precio son muchos menos y la variación es menos acusada. Así, las básculas de cocina y las opciones destinadas a la preparación de alimentos registraron una disminución del 5% en su precio medio durante 2021. Les siguieron las panificadoras (-4%), las licuadoras y el *Fun Cooking*, con una disminución del 1%. Tampoco ha sido muy acusada la variación del precio medio durante este periodo de tiempo para los productos de PAE de Cuida-

Entre los productos que más se han vendido en 2021 destacan las freidoras, que han anotado un crecimiento del 65% en unidades

do Personal, aunque es reseñable el aumento del 9% entre las opciones destinadas al cuidado dental. Los secadores, por su parte, también han visto como su precio medio crecía hasta un 3% en comparación con el año 2020. El resto de productos que conforman el segmento han anotado una disminución en su precio medio: las básculas de baño lo han hecho un 4%, los sistemas de depilación un 3%, los moldeadores y las afeitadoras de hombre un 2% y los cortapelos han registrado la disminución del 1% en su precio medio. ▶

### EVOLUCIÓN INTERANUAL MERCADO PAE 2020-2021

| Producto                 | Unidades | Valor | Precio medio |
|--------------------------|----------|-------|--------------|
| Planchas                 | 4%       | 4%    | -1%          |
| Planchado vapor vertical | 21%      | 7%    | -12%         |
| Aspiradoras              | -2%      | -6%   | -3%          |
| Limpieza a vapor         | 8%       | -5%   | -13%         |
| Limpiaventanas           | 12%      | 44%   | 27%          |
| Calefacción              | 3%       | 10%   | 7%           |
| Mantas eléctricas        | 12%      | 16%   | 4%           |
| Máquinas de coser        | -35%     | -33%  | 4%           |
| Cafeteras filtro         | 10%      | 30%   | 18%          |
| Cafeteras espresso       | -6%      | 12%   | 20%          |
| Freidoras                | 65%      | 115%  | 29%          |
| Tostadores               | 1%       | 3%    | 2%           |
| Prep. Alimentos          | -7%      | -12%  | -5%          |
| Licuadoras               | -5%      | -6%   | -1%          |
| Exprimidores             | -14%     | -7%   | 9%           |
| Sandwicheras             | 4%       | 8%    | 3%           |
| Grills                   | 11%      | 19%   | 6%           |
| Barbacoas                | -15%     | -12%  | 3%           |
| Fun Cooking              | 6%       | 6%    | -1%          |
| Hervidoras               | 10%      | 11%   | 2%           |
| Básculas cocina          | -16%     | -20%  | -5%          |
| Dispensadores cerveza    | -59%     | -46%  | 31%          |
| Panificadoras            | -28%     | -30%  | -4%          |
| Afeitadoras hombre       | -1%      | -3%   | -2%          |
| Sistemas depilación      | -7%      | 0%    | -3%          |
| Cortapelos               | -28%     | -27%  | -1%          |
| Cuidado dental           | 0%       | 10%   | 9%           |
| Secadores                | 12%      | 15%   | 3%           |
| Moldeadores              | 15%      | 13%   | -2%          |
| Básculas baño            | -12%     | -15%  | -4%          |
| Tratamiento de aire      | 9%       | -7%   | -15%         |

Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket