

El PAE mantiene el pulso gracias a la innovación



El mercado español del PAE confirma que el sector continúa avanzando, aunque con un comportamiento muy diferente entre categorías. Mientras algunos productos alcanzan una fase de madurez, otros encuentran nuevas oportunidades.

Después de varios años marcados por cambios profundos en los hábitos de consumo, el mercado español del PAE parece haber encontrado un nuevo punto de equilibrio. La compra de estos productos ya no responde solo a la necesidad de sustituir un aparato averiado o antiguo, sino que cada vez está más vinculada a la incorporación de nuevas funciones, al ahorro de tiempo y a la mejora de la experiencia dentro del hogar. El incremento de la facturación hasta los 1.464 millones de euros en 2025, junto con el aumento de las unidades comercializadas, evidencia que el consumidor continúa apostando por esta categoría incluso en un contexto en el

que mantiene un control mucho más exhaustivo sobre el gasto doméstico. La evolución resulta especialmente significativa porque el crecimiento del mercado no se produce como consecuencia de un incremento generalizado de los precios. De hecho, numerosas categorías registran descensos en el precio medio, una circunstancia que pone de manifiesto la fuerte competencia existente entre fabricantes y distribuidores y la constante búsqueda de una mejor relación entre prestaciones y coste. La incorporación de funciones inteligentes, programas automáticos, diseños más compactos y eficientes, así como una mayor conectividad, contribuye a renovar el interés del

consumidor por categorías ya consolidadas. Al mismo tiempo, los fabricantes han apostado por ampliar las gamas y segmentar su oferta para adaptarse a perfiles de usuario muy diferentes, desde quienes buscan soluciones básicas hasta aquellos dispuestos a invertir en equipos de mayor valor añadido.

Esta diversificación explica que el crecimiento ya no dependa exclusivamente de uno o dos productos estrella, como sucedió hace apenas unos años con las freidoras de aire. El mercado presenta ahora un comportamiento mucho más equilibrado, donde conviven categorías plenamente maduras con otras que todavía mantienen un importante recorrido comercial.

El hogar gana protagonismo

La creciente preocupación por la comodidad, el ahorro de tiempo y la automatización de las tareas domésticas ha favorecido el buen comportamiento de numerosos productos destinados a la limpieza y al cuidado de la vivienda.

Las aspiradoras vuelven a situarse entre las categorías más dinámicas del ejercicio. Especialmente destacable resulta la evolución del grupo de "otros aspiradores", que incrementa sus ventas un 33 % en unidades y un 43 % en valor. El planchado vertical, por su parte, confirma la tendencia observada durante los últimos ejercicios y registra uno de los mayores avances del mercado, con un crecimiento del 28 % en unidades y del 25 % en valor. Su facilidad de uso, la rapidez con la que permite eliminar arrugas y la comodidad para tratar prendas delicadas explican que cada vez más hogares incorporen este tipo de soluciones.

Las vaporetas mantienen igualmente una evolución positiva, favorecidas por el creciente interés hacia sistemas de limpieza que permiten reducir el uso de productos químicos y simplificar las tareas domésticas. Esta preferencia conecta con un consumidor que busca soluciones prácticas, eficientes y alineadas con una mayor sensibilidad hacia la sostenibilidad. Uno de los datos más llamativos corresponde a las máquinas de coser. Lejos de tratarse de una categoría residual, vuelven a crecer con fuerza gracias al auge del 'hazlo tú mismo', la personalización de prendas y la recuperación de actividades vinculadas a la creatividad doméstica. Su incremento del 19 % en unidades confirma que determinados productos encuentran nuevas oportunidades cuando logran conectar con estilos de vida más centrados en el aprovechamiento de los recursos y la reparación frente a la sustitución.

No todas las categorías relacionadas con el hogar evolucionan al mismo ritmo. Los limpiaventanas mantienen un comportamiento más moderado, mientras que las aspiradoras de trineo continúan perdiendo protagonismo frente a formatos mucho más versátiles y ligeros.

La cocina entra en una nueva fase

Durante los últimos cinco años, la cocina ha sido el gran espacio de innovación del pequeño electrodoméstico. La pandemia impulsó el interés por cocinar en casa y favoreció el despegue de numerosos aparatos que pasaron a formar parte de la rutina diaria de millones de consumidores. Sin embargo, la evolución de 2025 muestra un mercado mucho más maduro, donde ya no todas las categorías crecen al mismo ritmo.

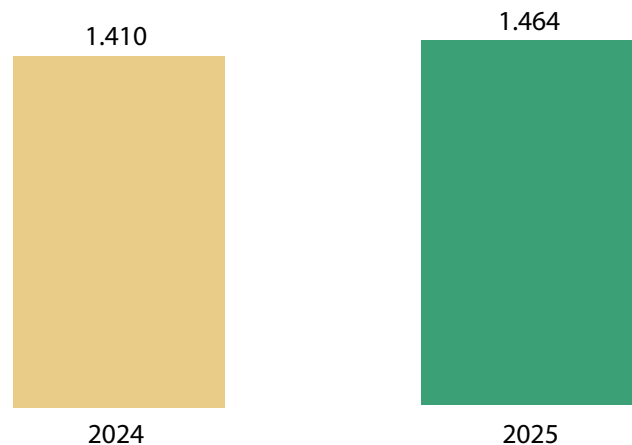
El mejor ejemplo son las freidoras de aire. Después de protagonizar uno de los mayores fenómenos comerciales del sector, las ventas retroceden un 16 % en unidades y un 19 % en valor. Más que interpretarse como una pérdida de interés, este descenso refleja que la mayoría de los hogares interesados en esta tecnología ya dispone de un equipo, reduciendo considerablemente el potencial de nuevas compras.

Las cafeteras espresso tradicionales incrementan sus ventas un 14 % en unidades y un 23 % en valor, mientras que las cafeteras automáticas mantienen un crecimiento del 26 % en unidades. Ambas categorías muestran la importancia que ha adquirido la experiencia del café dentro del hogar, donde muchos consumidores buscan resultados comparables a los de una cafetería sin necesidad de salir de casa.

Las batidoras de vaso también protagonizan uno de los avances más destacados del ejercicio. Su crecimiento responde tanto al auge de la alimentación saludable como a la creciente preparación de batidos, cremas, smoothies y recetas rápidas dentro del hogar. Por el contrario, otros pequeños electrodomésticos de cocina muestran síntomas de

MERCADO ESPAÑOL DE PAE · 2024-2025

Millones de euros



Millones de unidades



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

agotamiento. Los procesadores de alimentos, las panificadoras o las sandwicheras registran descensos que evidencian cómo determinadas categorías, tras experimentar un importante crecimiento durante los años posteriores a la pandemia, vuelven a estabilizar su demanda conforme cambian las prioridades del consumidor.

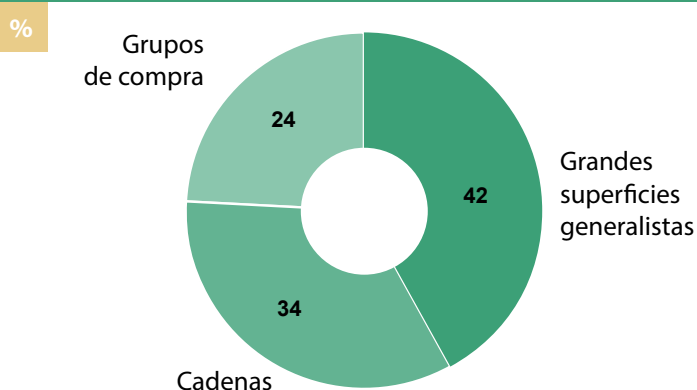
Aun así, el conjunto del segmento cocina continúa siendo uno de los pilares del mercado del PAE, aunque ahora con un reparto mucho más equilibrado entre las distintas familias de producto y con un consumidor mucho más exigente a la hora de valorar las prestaciones, la eficiencia energética y la durabilidad de cada equipo.

La innovación seguirá marcando el rumbo del sector

Más allá de la evolución de las distintas categorías, el pequeño aparato electrodoméstico continúa inmerso en un proceso de transformación impulsado por la tecnología y por un consumidor que espera mucho más de estos dispositivos que hace apenas unos años. La conectividad, la automatización y la eficiencia energética han dejado de ser elementos diferenciadores para convertirse en características cada vez más habituales en las nuevas gamas de producto, mientras que la IA comienza a abrir nuevas posibilidades para mejorar la experiencia de uso.

Aunque todavía no se trata de una tecnología plenamente implantada en todas las familias de producto, cada vez son más los fabricantes que incorporan funciones capaces de adaptar automáticamente el funcionamiento del aparato a las necesidades del usuario. Desde cafeteras que

CUOTA DE MERCADO POR CANALES · 2025



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

memorizan las preferencias hasta robots aspiradores que optimizan sus recorridos mediante sistemas de navegación inteligentes o aparatos de cocina capaces de ajustar automáticamente tiempos y temperaturas, el objetivo es simplificar las tareas cotidianas y ofrecer un uso más intuitivo. Paralelamente, la conectividad continúa ganando terreno. Controlar un electrodoméstico desde el teléfono móvil, programar su funcionamiento a distancia o recibir avisos sobre mantenimiento y consumo energético son funciones que poco a poco dejan de estar reservadas a las gamas más altas. Otra de las grandes tendencias continúa siendo la eficiencia. El consumidor presta cada vez más atención al consumo energético y a la durabilidad de los productos, especialmente en un contexto en el que el ahorro sigue condicionando muchas decisiones de compra. Como consecuencia, los fabricantes trabajan para desarrollar motores más eficientes, materiales más resistentes y programas que reduzcan el consumo de electricidad sin comprometer el rendimiento.

La sostenibilidad también ha adquirido un peso creciente dentro de las estrategias de innovación. Además de reducir el impacto ambiental durante el uso del producto, las marcas avanzan hacia diseños más reparables, embalajes con menor presencia de plásticos y una mayor utilización de materiales reciclados. Se trata de una evolución que responde tanto a las nuevas exigencias regulatorias como a una mayor sensibilidad del consumidor hacia criterios medioambientales.

Igualmente, el diseño continúa desempeñando un papel decisivo. Los pequeños electrodomésticos ya no se conciben únicamente como herramientas funcionales, sino como elementos que forman parte de la estética del hogar. A estas tendencias se suma un cambio en la forma de comprar. El consumidor dedica más tiempo a comparar características, consultar opiniones y analizar la relación calidad-precio antes de tomar una decisión. Esta mayor información favorece la demanda de productos especializados y con un valor añadido claro, mientras reduce el peso de las compras impulsivas.

El mercado español del PAE afronta los próximos ejercicios con perspectivas favorables. El crecimiento registrado en 2025 demuestra que el sector continúa siendo uno de los más dinámicos dentro del equipamiento del hogar, aunque ahora sustentado sobre bases diferentes. Más que grandes fenómenos puntuales, la evolución vendrá determinada por una innovación constante, una oferta cada vez más segmentada y un consumidor que busca soluciones capaces de ahorrar tiempo, mejorar el bienestar y adaptarse a un estilo de vida cada vez más conectado. De este modo, el pequeño electrodoméstico consolida su papel como uno de los grandes protagonistas del hogar moderno. ■

EVOLUCIÓN INTERANUAL DE LAS VENTAS 2024-2025 (%)

	Unidades	Valor	Precio medio
Planchas tradicionales	1	-1	-2
Sistema planchado	1	-1	-2
Resto planchas	15	7	-8
Planchado vapor vertical	28	25	-2
Aspiradores trineo	-5	-7	-2
Aspiradores escoba	1	-2	-3
Aspiradores robot	3	5	2
Otros aspiradores	33	43	8
Vaporetas	7	12	4
Limpiaventanas	20	19	-1
Mantas eléctricas	1	0	-2
Máquinas de coser	19	21	2
Tratamiento aire	6	9	3
Cafeteras filtro	5	1	-4
Cafeteras espresso cápsulas	-5	0	5
Cafeteras espresso bomba tradicional	14	23	8
Cafeteras espresso automáticas	26	25	-1
Freidoras aceite	8	5	-3
Freidoras aire	-16	-19	-3
Tostadores	0	-2	-2
Procesador alimentos	-15	-22	-8
Robot	-4	4	8
Batidoras brazo	3	0	-3
Batidoras vaso	19	15	-4
Licadoras	-2	-5	-3
Exprimidores	3	-4	-7
Sandwicheras	-12	-16	-4
Grills	1	4	3
Barbacoas	7	6	-1
Fun Cooking	5	2	-3
Hervidoras	6	4	-2
Balanzas cocina	11	2	-9
Dispensadores cerveza	-2	18	21
Panificadoras	-27	-6	29
Afeitadoras masculinas	5	4	-1
Depiladoras arranque	5	5	0
Depiladoras IPL	-5	-1	4
Cortapelos	10	-1	-10
Cuidado dental	16	11	-4
Secadores	9	1	-7
Moldeadores	1	7	6
Básculas baño	13	12	-1

Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.