

# 2020, el año en el que la Informática Doméstica rompió esquemas



**Los resultados del mercado del electro hogar en el último ejercicio confirman que la buena racha continúa por séptimo año consecutivo. Con 10.026 millones de euros de facturación y un crecimiento del 6,2%, esta industria celebra los mejores datos de la última década.**

Nadie se hubiese tomado en serio, hace apenas un año y medio, la remota posibilidad de que una pandemia azotara sin miramientos a todos los países del mapamundi, como si fuese el guion de una superproducción de ciencia ficción filmada en Hollywood; menos aún, que al irse dejaría tras de sí una serie de transformaciones a gran escala, y la certeza de que nuestra capacidad de resiliencia como sociedad ha superado todas las expectativas por demostrar ser excepcionalmente inquebrantable ante la adversidad.

Con una quinta ola del virus coleando en España, si bien esta vez contrarrestada por un proceso de vacunación que avanza a muy buen ritmo, lo cierto es que aún no llegamos a palpar la luz al final del túnel,

aunque sí a visualizarla. Pero con la perspectiva que da el largo camino andado estos meses, no es solo posible, sino también conveniente, pararse a reflexionar sobre las numerosísimas lecciones que hay que aprender de este episodio que se recordará durante generaciones, así como analizar qué cambios que a priori eran circunstanciales han venido para quedarse.

**La calidad, la innovación y la conectividad de todos los segmentos es una máxima generalizada en el sector**

## Un buen año para el electro hogar

En este sentido, las necesarias restricciones de movilidad interpuestas hasta hace poquísimo, han sido el germen de nuevas formas de vida como ciudadanos y como consumidores. Tanto es así que han abierto nuevos horizontes a algunos sectores económicos, como es el caso del mercado del electro hogar.

Contra todo pronóstico, los resultados logrados por el Sector Híper Electro Hogar en el ejercicio de 2020 continúa con una buena racha de bonanza que va ya por el séptimo año consecutivo. 6,2% es el crecimiento de esta industria con respecto a 2019, alcanzando los 10.026 millones de euros de facturación. Es el mejor dato de la última década, y por tanto, la prueba de que los fabricantes están siendo hábiles a

la hora de conectar con las necesidades del consumidor actual y del mercado.

Más allá de las circunstancias específicas de la pandemia, la calidad, la innovación y la conectividad de todos los segmentos es, desde hace años, una máxima generalizada en el sector. En un escenario en el que la tecnología no para de ganar protagonismo, y además está en continua evolución, el sector de la electrónica de consumo y de los electrodomésticos solo puede asegurarse su competitividad apostando por la I+D. No en vano, el comportamiento de los consumidores en cuanto a compras de equipamiento doméstico antes y después del coronavirus ha ido, a priori, muy en consonancia con ejercicios anteriores.

Así pues, se viene observando una progresión en el incremento de las categorías relacionadas con las nuevas tecnologías en detrimento de los segmentos tradicionales. Sigue teniendo este último el mayor peso, con un 52,9% del volumen de ventas, pero en relación a 2019 ha bajado casi un 1%; al contrario de lo que ha ocurrido con las tecnologías, que con su tendencia al alza ha pasado del 46,2% al 47,1%.

Asimismo, el subsector de Línea Blanca vuelve a ser desbancado por segunda vez como el que más factura dentro del electro hogar. Sucede, no obstante, un fenómeno a tener en cuenta. Si en 2019 las Telecomunicaciones Domésticas ocuparon la primera posición en la cuota de mercado (con un 19,6% y 1.850 millones de euros), el 'año covid' retrocedieron, hasta el punto de catalogarse como uno de los dos únicos segmentos del Híper Sector en obtener un porcentaje de variación negativo (-3,2) y una facturación a la baja: 1.790 millones de euros. Es ya el tercero.

Le cede la corona a la que sin duda ha sido la categoría más beneficiada por las restricciones de movilidad, el confinamiento, los nuevos hábitos de teletrabajo y la limitación de la vida social. A la Informática Doméstica le ha pasado lo contrario que las Telecomunicaciones, recuperando el terreno perdido en 2019. Entonces, con una facturación de 1.535 millones de euros, perdió un 0,5% de cuota de mercado respecto a 2018. Nada que ver con el panorama del año pasado, que le ha valido para recaudar 1.991 millones de euros y ocupar el primer puesto del mercado español de electro hogar con un impresionante 29,7%. Aguanta el tipo en segunda posición la Línea Blanca, con 1.848 millones de euros de facturación y una cuota de mercado del 1,3%. Son cifras muy similares al año

## MERCADO ESPAÑOL ELECTRO HOGAR 2019-2020

### VALOR MERCADO

Millones de euros

	2019	2020	Variación %
<b>Línea Blanca</b>	<b>1.824</b>	<b>1.848</b>	<b>1,3</b>
Grupos de Compra	675	684	1,3
Cadenas	456	444	-2,7
Grandes Superficies Generalistas	456	462	1,3
Especialistas	146	166	14
Otros	91	92	1
<b>Línea Marrón</b>	<b>1.410</b>	<b>1.520</b>	<b>7,8</b>
Grupos de Compra	479	517	7,8
Cadenas	761	790	3,8
Grandes Superficies Generalistas	127	152	19,8
Especialistas	28	46	61,7
Otros	14	15	7,8
<b>PAE</b>	<b>1.168</b>	<b>1.240</b>	<b>6,2</b>
Grupos de Compra	304	347	14,3
Cadenas	420	409	-2,7
Grandes Superficies Generalistas	432	471	9,0
Especialistas	0	0	0,0
Otros	12	12	6,2
<b>Menaje</b>	<b>128</b>	<b>131</b>	<b>2,3</b>
Grupos de Compra	37	38	2,3
Cadenas	31	30	-1,9
Grandes Superficies Generalistas	52	55	4,8
Especialistas	2	4	96,5
Otros	4	4	2,3
<b>Aire Acondicionado Doméstico</b>	<b>512</b>	<b>523</b>	<b>2,1</b>
Grupos de Compra	210	214	2,1
Cadenas	200	209	4,8
Grandes Superficies Generalistas	51	47	-8,1
Especialistas	51	52	2,1
Otros	0	0	0
<b>Calefacción Eléctrica</b>	<b>39</b>	<b>41</b>	<b>5,1</b>
Grupos de Compra	16	16	5,1
Cadenas	12	12	5,1
Grandes Superficies Generalistas	9	9	5,1
Especialistas	0	0	0
Otros	1	1	5,1
<b>Fotografía Digital</b>	<b>221</b>	<b>152</b>	<b>-31,2</b>
Grupos de Compra	27	18	-31,2
Cadenas	73	47	-35,4
Grandes Superficies Generalistas	22	17	-24,3
Especialistas	99	70	-29,7
Otros	0	0	0
<b>Telecomunicaciones Domésticas</b>	<b>1.850</b>	<b>1.790</b>	<b>-3,2</b>
Grupos de Compra	278	269	-3,2
Cadenas	352	358	1,8
Grandes Superficies Generalistas	426	448	5,2
Especialistas	796	734	-7,7
Otros	19	18	-3,2
<b>Informática Doméstica</b>	<b>1.535</b>	<b>1.991</b>	<b>29,7</b>
Grupos de Compra	154	199	29,7
Cadenas	522	717	37,3
Grandes Superficies Generalistas	230	299	29,7
Especialistas	629	776	23,4
Otros	0	0	0
<b>Videojuegos</b>	<b>754</b>	<b>790</b>	<b>4,8</b>
Grupos de Compra	113	119	4,8
Cadenas	121	126	4,8
Grandes Superficies Generalistas	106	111	4,8
Especialistas	407	427	4,8
Otros	8	8	4,8
<b>TOTAL MERCADO</b>	<b>9.441</b>	<b>10.026</b>	<b>6,2</b>

## MERCADO ESPAÑOL ELECTRO HOGAR 2019-2020 EVOLUCIÓN POR SUBSECTORES

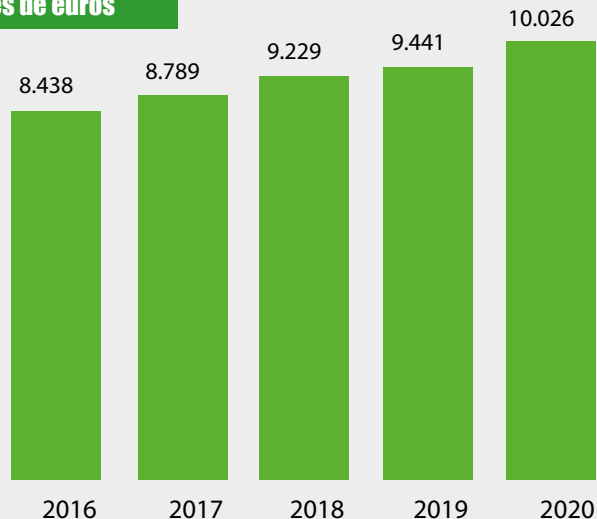
Millones de euros

	2019	Variación %	2020	Variación %
Línea Blanca	1.824	1,4	1.848	1,3
Línea Marrón	1.410	-1,9	1.520	7,8
PAE	1.168	8,7	1.240	6,2
Menaje	128	2,4	131	2,3
Aire Acondicionado Doméstico	512	3,4	523	2,1
Calefacción Eléctrica	39	8,3	41	5,1
Fotografía Digital	221	-3,9	152	-31,2
Telecomunicaciones Domésticas	1.850	12,9	1.790	-3,2
Informática Doméstica	1.535	-0,5	1.991	29,7
Videojuegos	754	-11,3	790	4,8
<b>TOTAL MERCADO</b>	<b>9.441</b>	<b>2</b>	<b>10.026</b>	<b>6,2</b>

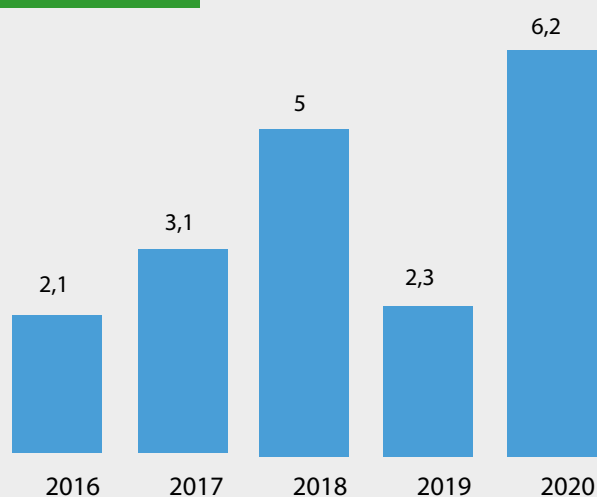
Fuente: Equipo de Estudios de Electromarket

## Evolución mercado español Electro Hogar 2016-2020

Millones de euros

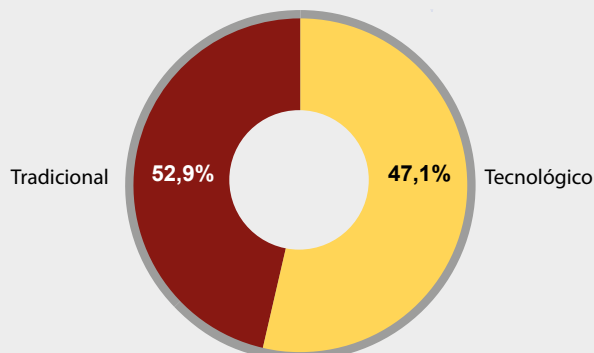


Variación %



Fuente: Consultores. Elaboración: Electromarket.

## Peso por sectores 2020



anterior, en el que los usuarios gastaron en electrodomésticos vinculados a la cocina y limpieza del hogar 1.824 millones de euros. Le sigue a esta categoría la de Telecomunicaciones Domésticas, como hemos comentado anteriormente. Después, muy de cerca, se encuentra la Línea Marrón (con 1.520 millones de facturación y un 7,9%), y el PAE (1.240 millones de euros y 6,2% es la aportación de las ventas de pequeño aparato electrodoméstico). Cabe remarcar igualmente la tendencia de otros dos segmentos cuya evolución parece ser consecuencia directa del escenario pandémico: Fotografía Digital y Videojuegos. Si bien de formas opuestas, en las ventas de ambas categorías parecen haber impactado las condiciones especiales de estos meses. Para mal, en el caso de la primera; favorablemente en la segunda. De hecho, los productos relacionados con la fotografía han sido los más perjudicados, hasta el punto de que su variación ha sido de

-31,2%, y la facturación se ha reducido de 221 millones de euros a 152. Por razones obvias, la afición por los videojuegos de los usuarios españoles se ha disparado, pasando este subsector de ser en 2019 el peor situado (-11,3%) a obtener una cuota de mercado del 4,8% con unas ganancias de 790 millones de euros.

### Estabilidad en las tendencias de los distintos canales de compra

En cuanto a las ventas por canal, todos los agentes cierran 2020 en positivo, excepto las Cadenas, cuyas ventas han descendido un 6,2 con respecto a 2019 (han pasado de facturar 3.354 millones de euros a 3.146). Con todo, siguen siendo las que mayor cuota de mercado ostentan, con el 31,4%. El segundo puesto lo ocupan los Especialistas, con un total de 3.025 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 16,3% con respecto al ejercicio anterior (2.602). También han ganado cuota de mercado en 2020, hasta situarse en el 30,2% (27,6 en 2019).

Por su parte, los Grupos de Compra han cerrado el último año con un crecimiento del 3,8% en su facturación, pasando de los 1.996 millones de euros cosechados en 2019 hasta los 2.073. Sin embargo, su cuota de mercado ha descendido ligeramente, hasta el 20,7% (21,1 en 2019). Y, como veremos a continuación, 2020 ha sido un año favorable para las Grandes Superficies Generalistas, que han visto como sus ventas aumentaban un 14,6%, hasta lograr un total de 1.475 millones de euros (1.287 en 2019) y un 14,7% de cuota de mercado (13,6% en 2019).

Profundizando más en los resultados de cada uno de los canales, se deduce que todo sigue más o menos igual. Para los Grupos de

**Cabe remarcar la tendencia de dos segmentos cuya evolución parece ser consecuencia directa del escenario pandémico: Fotografía Digital y Videojuegos**

Compra, la Línea Blanca es su piedra angular, siendo el canal de venta de 881 de los 1.848 millones de euros obtenidos por esta categoría. Por su parte, la Línea Marrón sigue siendo la predominante en las ventas de las Cadenas, pues estas aportan a este tipo de productos 836 millones de euros de los 1.520 conseguidos por este subsector en 2020.

A la vez, las Grandes Superficies Generalistas son las elegidas por la mayoría de los usuarios para hacerse con sus PAE, en la misma línea que los últimos años. 496 de la recaudación de esta categoría parte de ese canal.

Es en las categorías más tecnológicas donde los Especialistas crecen y han encontrado su punto fuerte, con un especial protagonismo de las Telecomunicaciones Domésticas (1.056 millones de euros), la Informática Doméstica (816) y los Videojuegos (419). De manera que se puede afirmar que estamos experimentando un estado de disrupción tecnológica sin precedentes, donde la digitalización tiene un efecto transversal que afecta a toda la economía, al igual que a cualquier actividad. Día a día vemos cómo condiciona nuestra manera de trabajar, de disfrutar del ocio, de hacer deporte, de vivir las relaciones sociales, de realizar una gestión administrativa, de usar un medio de transporte.

### MERCADO ESPAÑOL ELECTRO HOGAR 2019-2020 PESO POR SUBSECTORES POR FACTURACIÓN

%			
	2019	2020	Variación %
Línea Blanca	19,3	18,4	-0,9
Línea Marrón	14,9	15,2	0,2
PAE	12,4	12,4	0
Menaje	1,4	1,3	-0,1
Aire Acondicionado Doméstico	5,4	5,2	-0,2
Calefacción Eléctrica	0,4	0,4	0,4
Fotografía Digital	2,3	1,5	-0,8
Telecomunicaciones Domésticas	19,6	17,9	-1,7
Informática Doméstica	16,3	19,9	3,6
Videojuegos	8	7,9	-0,1

### El futuro es sostenible

En el caso específico del sector de la electrónica de consumo y de los electrodomésticos, el progreso ha ido acompañado de una innovación imparable con nuevas tecnologías, diseños y materiales, a fin de ofrecer productos que sean cada vez más ecológicos, más eficientes y más confortables, en consonancia con las preferencias de cada vez más consumidores por reducir el consumo energético en el hogar. La sostenibilidad gana terreno en los hogares, en muchos de ellos casi como un mantra.

### MERCADO ESPAÑOL ELECTRO HOGAR 2019-2020 PESO POR CANAL

%		
	2019	2020
Grupos de Compra	21,1	20,7
Cadenas	35,5	31,4
Grandes Superficies Generalistas	13,6	14,7
Especialistas	27,6	30,2
Otros	2,1	3,1

### MERCADO ESPAÑOL ELECTRO HOGAR 2019-2020 FACTURACIÓN POR CANAL

Millones de euros			
	2019	2020	Variación %
Grupos de Compra	1.996	2.073	3,8
Cadenas	3.354	3.146	-6,2
Grandes Superficies Generalistas	1.287	1.475	14,6
Especialistas	2.602	3.025	16,3
Otros	202	307	52
<b>TOTAL MERCADO</b>	<b>9.441</b>	<b>10.026</b>	<b>6,2</b>





Es por eso que España avanza en la transición hacia un modelo de economía circular, promoviendo la sostenibilidad en los procesos de producción y consumo y contribuyendo a los principios del Plan de Economía Circular de la Comisión Europea y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La reciente aprobación del I Plan de Acción de Economía Circular (PAEC), con un presupuesto de 1.529 M€ y 116 medidas que la Administración General del Estado pondrá en marcha a lo largo del trienio 2021-2023, sienta las bases de un cambio de modelo productivo.

Habrà que seguir observando las tendencias una vez podamos cerrar definitivamente el capítulo del Covid-19, si bien la normalidad que perdure después de la 'nueva normalidad' no parece que vaya a distanciarse mucho de los derroteros actuales de las sociedades occidentales en este punto de transición, al menos en lo que al sector del electro hogar se refiere. El ejemplo más evidente es el del teletrabajo. El 65% de las empresas españolas están optando o planean elegir un modelo híbrido de entre dos y tres días de teletrabajo a la semana y el resto en la oficina, ¿Anecdótico, o solo la punta del iceberg de un año que marcará un punto de inflexión en la historia, la economía y la sociedad, como en su día lo fue la electricidad, las revoluciones industriales o las guerras mundiales? En unos años lo tendremos la respuesta. ■

## MERCADO ESPAÑOL ELECTRO HOGAR 2019-2020 VALOR MERCADO

Millones de euros

	2019	2020	variación %
Línea Blanca	1.824	1.848	1,3
Línea Marrón	1.410	1.520	7,8
PAE	1.168	1.240	6,2
Menaje	128	131	2,3
Aire Acondicionado Doméstico	512	523	2,1
Calefacción Eléctrica	39	41	5,1
<b>TOTAL MERCADO TRADICIONAL</b>	<b>5.081</b>	<b>5.303</b>	<b>4,4</b>

Fuente: Equipo de Estudios de Electromarket

## MERCADO ESPAÑOL ELECTRO HOGAR 2019-2020 SECTORES TECNOLÓGICOS VALOR MERCADO

Millones de euros

	2019	2021	Variación %
Fotografía Digital	221	152	-31,2
Telecomunicaciones Domésticas	1.850	1.790	-3,2
Informática Doméstica	1.535	1.991	1,3
Videojuegos	754	790	4,8
<b>TOTAL MERCADO TECNOLÓGICO</b>	<b>4.360</b>	<b>4.723</b>	<b>8,3</b>

Fuente: Equipo de Estudios de Electromarket