

2022: el Sector Híper ElectroHogar entra en recesión



La buena racha se ha parado, tal y como advertían las alarmas. Detrás de los 10.294 millones de euros que facturó el Sector Híper ElectroHogar en 2022 hay un pequeño retroceso del 0,3%. La Línea Blanca, el PAE, el Aire acondicionado doméstico y la Fotografía digital tiraron del carro.

Los augurios se han cumplido. A pesar de que el hogar es un centro neurálgico de nuestras vidas, aunque con matices, el Sector Híper ElectroHogar entró en recesión en 2022. Tras ocho años de crecimiento, éste se frenó. Se alcanzaron los 10.294 millones de euros de facturación, un 0,3% menos que en 2021, cuando se había crecido un 3%. Ya había sido un ejercicio en el que el ritmo se aminoró y las alarmas ya estaban disparadas sobre lo que pudiera suceder. El fin de la pandemia provocada por la Covid-19 marca nuestras vidas. Hemos vuelto a disfrutar de un ocio más puertas afuera y tenemos, como quien dice, nuestros dispositivos recién comprados, en garantía. Habrá que esperar un tiempo a que su desgaste y obsolescencia nos

haga renovarlos. También a que las previsiones económicas mejoren y a que los efectos de la inflación vivida, en parte por la guerra de Ucrania, con los que hemos perdido poder adquisitivo, queden atrás.

La Línea Blanca, arriba

No obstante, los aparatos electrodomésticos mantienen su importancia. La Línea Blanca, que se puso de nuevo la corona y fue la reina en 2021, mantuvo en 2022 el liderazgo. Con 2.061 millones de euros y un crecimiento del 2,3% (en 2021 fue del 9%), este subsector fue el de mayor peso por facturación. Tuvo un 20% de la tarta, ganando medio punto de terreno. La categoría de Telecomunicaciones domésticas, que en 2019 ocupaba la primera posición, se quedó en su segundo

puesto en 2022, con un 18,7% de la tarta y con una facturación de 1.920 millones de euros. El año anterior, dicha facturación había crecido un 9,7%, teniendo un excelente comportamiento, pero en el último ejercicio cedió un 2,2%.

Por su parte, la Informática doméstica, que en 2020 rompía esquemas, es la categoría que más facturación se dejó por el camino, con un descenso del 7,6% y una facturación de 1.687 millones. Eso sí, retuvo el tercer puesto, con un 16,4% de la tarta (bajó desde el 17,7%).

La Línea Marrón, en cuarto lugar, con 1.420 millones de euros, fue otro subsector que perdió facturación en 2020. Consiguió un 3,1% menos (el año anterior perdió más) y se quedó con un 13,8% de la tarta (venía de un 14,2%).

Los subsectores con buenas evoluciones fueron el Aire acondicionado doméstico (+24,25), la Fotografía digital (+5,2%), el PAE (+4%) y la Línea Blanca (+2,3%). Fueron los que tiraron del carro. Llama la atención de nuevo la tendencia del Aire acondicionado doméstico, impulsado obviamente por el calentamiento global y las olas de calor que estamos viviendo. Facturó 739 millones de euros. Ya había vivido un importante ascenso en 2021, con una subida entonces del 13,8%. Su cuota de mercado pasó del 5,8% al 7,2%. De esta manera, volvió a ser el que más creció en porcentaje.

El de la Fotografía digital fue el otro subsector que mejor evolucionó, con 165 millones de euros facturados y un incremento del 5,8%. Posee un 1,6% de la tarta. Tras un 2020 desastroso, recuperó la positividad en 2021. Es curioso que el de los Videojuegos, que fue el segundo subsector que mejor se comportó en 2021, pierda ahora un 5,7% de su facturación, siendo además el segundo que más la cede. Su trozo de tarta es del 8,1% (antes era del 8,5%). El PAE creció en 2022 un 4%, con 1.300 millones de euros facturados.

Canales de compra

En cuanto a las ventas por canal, todos los agentes cerraron 2021 en positivo, aunque este último ejercicio la cosa ha tenido de todo. Las Cadenas y los Grupos de Compra aumentaron su facturación respecto al año pasado, mientras que los Grupos de compra y el grupo denominado Resto, la descendieron. Así, entrando más en detalle, en primer puesto encontramos el denominado grupo Resto, con una facturación de 3.359 millones de euros, cifra inferior a la del año anterior (3.406 millnes). Se redujo levemente su porcentaje de tarta, pasando del 32,9% de 2021 al 32,6% de 2022. El segundo puesto es para las Cadenas, cuyas ventas crecieron un 2,6%, facturando 3.130 millones, siguen siendo las que mayor cuota de mercado tuvieron, con un 30,4%. Ganaron casi un punto respecto al año pasado (venían del 29,6%).

Los Grupos de compra, con una facturación de 2.117 millones de euros, redujeron su peso, con un 20,6% del total (venían del 21,4%). Las Grandes superficies generalistas, con una facturación de 1.688 millones de euros, aumentaron su facturación en un 1,7%. Con un 16,4% de la tarta, siguen están en cuarta posición.

Profundizando por subsectores; para los Grupos de Compra, al igual que un año

Mercado español ElectroHogar · 2021-2022

Valor mercado

Millones de euros

	2021	2022	Variación %
Línea Blanca	2.015	2.061	2,3
Grupos de compra	746	742	-0,5
Cadenas	463	515	11,2
Grandes superficies generalistas	484	474	-2
Resto	322	330	2
Línea Marrón	1.465	1.420	-3,1
Grupos de compra	498	469	-5,9
Cadenas	791	781	-1,3
Grandes superficies generalistas	132	128	-3,1
Resto	44	43	-3,1
PAE	1.250	1.300	4
Grupos de compra	350	351	0,3
Cadenas	413	442	7,2
Grandes superficies generalistas	475	494	4
Resto	13	13	0
Menaje	132	130	-1,5
Grupos de compra	38	38	-1,5
Cadenas	30	30	-1,5
Grandes superficies generalistas	57	55	-3,8
Resto	7	8	18,2
Aire acondicionado doméstico	595	739	24,2
Grupos de compra	232	303	30,6
Cadenas	238	288	21,1
Grandes superficies generalistas	54	67	24,2
Resto	71	81	13,9
Calefacción eléctrica	42	40	-4,8
Grupos de compra	16	15	-7,2
Cadenas	16	15	-7,2
Grandes superficies generalistas	5	6	9,9
Resto	4	4	0
Fotografía digital	156	165	5,8
Grupos de compra	19	18	-3
Cadenas	47	51	9,3
Grandes superficies generalistas	16	18	16,3
Resto	75	78	3,6
Telecomunicaciones domésticas	1.963	1.920	-2,2
Grupos de compra	294	250	-15,2
Cadenas	393	422	7,6
Grandes superficies generalistas	432	403	-6,6
Resto	844	845	0,1
Informática doméstica	1.825	1.687	-7,6
Grupos de compra	183	169	-7,6
Cadenas	675	540	-20,1
Grandes superficies generalistas	274	270	-1,4
Resto	694	709	2,2
Videojuegos	882	832	-5,7
Grupos de compra	123	116	-5,7
Cadenas	150	141	-5,7
Grandes superficies generalistas	123	125	1,1
Resto	485	466	-7,4
TOTAL MERCADO	10.325	10.294	-0,3

Evolución por subsectores · 2021-2022

Millones de euros

	2021	Variación %	2022	Variación %
Línea Blanca	2.015	9	2.061	2,3
Línea Marrón	1.465	-3,6	1.420	-3,1
PAE	1.250	0,8	1.300	4
Menaje	132	0,8	130	-1,5
Aire acondicionado doméstico	595	13,8	739	24,2
Calefacción Eléctrica	42	2,4	40	-4,8
Fotografía Digital	156	2,6	165	5,8
Telecomunicaciones Domésticas	1.963	9,7	1.920	-2,2
Informática Doméstica	1.825	-8,3	1.687	-7,6
Videojuegos	882	11,6	832	-5,7
TOTAL MERCADO	10.325	3	10.294	-0,3

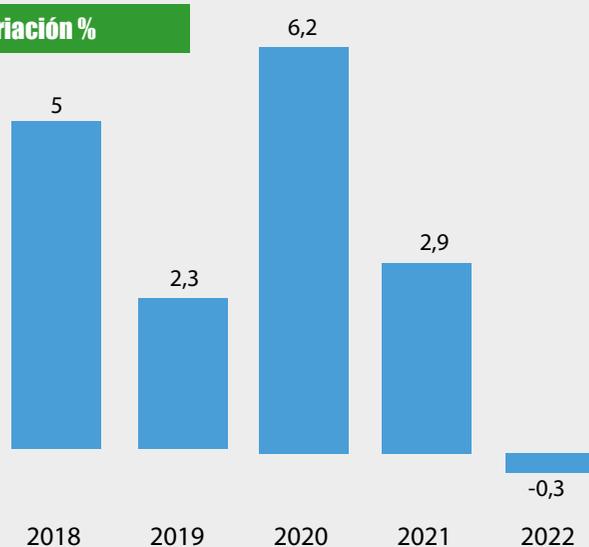
Fuente: Equipo de Estudios de Electromarket

Evolución mercado español ElectroHogar · 2018-2022

Millones de euros

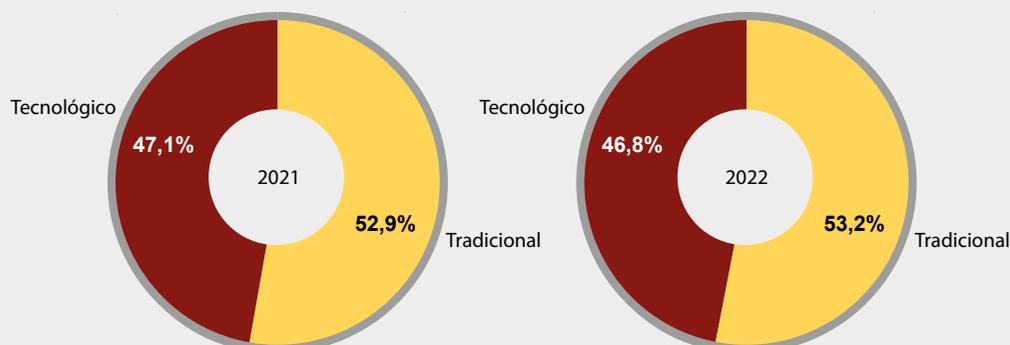


Variación %



Fuente: Consultoras

Peso de los sectores tradicional y tecnológico · 2021-2022



La categoría de Telecomunicaciones domésticas, que en 2019 ocupaba la primera posición, se quedó en un segundo puesto en 2022

El subsector del Aire acondicionado doméstico volvió a ser el que más creció en porcentaje, con un 24,25 más de facturación

antes, la Línea Blanca se mantiene como su piedra angular, siendo el canal de venta de 742 millones de euros de los 2.061 obtenidos por esta categoría. La Línea Marrón volvió a ser la predominante en las ventas de las Cadenas, que aportaron 781 millones de euros de facturación de los 1.420 de este tipo de productos.

Las Grandes superficies generalistas fueron, otra vez, donde los usuarios más adquieren el PAE, como ya es tradicional: 494 millones de los 1.300 de facturación.

Los denominados como Resto fueron fuertes en las categorías más tecnológicas: Telecomunicaciones domésticas (845 millones de euros de facturación), Informática doméstica (709) y Videojuegos (449).

Dudas

Hay que advertir de cómo se puede comportar en 2022 el Sector Híper ElectroHogar. Ya avisamos de que su buena marcha se había ralentizado en 2021 y, en estos momentos, que en 2022 entró en recesión. Nuestra principal amenaza son los tipos de interés, que han anotado varias subidas consecutivas.

El último Informe trimestral y proyecciones macroeconómicas de la economía española. Segundo trimestre de 2023, del Banco de España, publicado el 19 de junio, apunta que la actividad económica global ha mostrado un comportamiento relativamente favorable en el tiempo transcurrido de 2023. "Los rasgos positivos de la evolución de la actividad observados en el primer semestre del año incluyen un retroceso notable de los precios energéticos y una disminución de las alteraciones en las cadenas globales de valor, así como un vigor considerable en las ramas de servicios, que han seguido viéndose favorecidas por el retorno a la normalidad tras el final de la crisis sanitaria. Adicionalmente, la fortaleza de los mercados de trabajo y el apoyo de las políticas fiscales nacionales han amortiguado el impacto de la elevada inflación sobre las rentas de los hogares y han contribuido a mantener el dinamismo de la actividad agregada", analiza.

No obstante, "también se han apreciado algunas señales de debilidad, especialmente en el período más reciente". Dichas señales han sido particularmente evidentes en las manufacturas y en China y el área del euro, donde los últimos indicadores coyunturales disponibles han venido sorprendiendo consistentemente a la baja. En el caso particular de la Unión Económica y Monetaria (UEM), las cifras de Contabilidad Nacional más recientes publicadas por Eurostat llevan a una leve contracción del PIB de la región en los tres primeros meses del año, al tiempo que las previsiones de crecimiento para el segundo trimestre en curso fueron flexionando a la baja en las últimas semanas. Un posible factor explicativo de estos desarrollos sería el considerable tensionamiento de la política monetaria que se ha producido a lo largo de los últimos trimestres. Éste

Peso de los subsectores por facturación 2021-2022

	2021	2022	Variación %
Línea Blanca	19,5	20	0,5
Línea Marrón	14,2	13,8	-0,4
PAE	12,1	12,6	0,5
Menaje	1,3	1,3	0
Aire acondicionado doméstico	5,8	7,2	1,4
Calefacción eléctrica	0,4	0,4	0,4
Fotografía digital	1,5	1,6	0,1
Telecomunicaciones domésticas	19,0	18,7	-0,4
Informática doméstica	17,7	16,4	-1,3
Videojuegos	8,5	8,1	-0,5

Peso por canal 2021-2022

	2021	2022
Grupos de compra	21,4	20,6
Cadenas	29,6	30,4
Grandes superficies generalistas	16,1	16,4
Resto	32,9	32,6

Facturación por canal 2021-2022

	2021	2022	Variación %
Grupos de compra	2.208	2.117	-4,1
Cadenas	3.051	3.130	2,6
Grandes superficies generalistas	1.660	1.688	1,7
Resto	3.406	3.359	-1,4
TOTAL MERCADO	10.325	10.294	-0,3

Fuente: Equipo de estudios de Electromarket

ha supuesto un endurecimiento muy significativo de las condiciones financieras en el conjunto de la economía, que ya estaría limitando en cierta medida el dinamismo de la actividad.

Por un lado, está "la moderación de la inflación", que ha seguido su curso en los últimos meses, como consecuencia, principalmente, del retroceso del componente energético. Con diferencias por países, esta evolución se ha visto favorecida tanto por la caída de los precios de las materias primas energéticas como

por la existencia de importantes efectos base. Sin embargo, el resto de los componentes de la inflación sólo han comenzado a mostrar señales de moderación, todavía incipientes, en algunas jurisdicciones. Por otro lado, "la incertidumbre acerca del comportamiento de la inflación no energética en los próximos trimestres continúa siendo elevada".

La economía española ha mostrado una resiliencia notable en la primera mitad del año. Por ejemplo, en el primer trimestre de 2023, el PIB español creció un 0,5%, frente a la caída del

0,1% registrada en el área del euro. Y la tasa de variación de los precios de consumo ha experimentado en nuestro país un descenso muy pronunciado en el transcurso del año. En el conjunto de 2023, "se espera que el PIB crezca a una tasa del 2,3%". Esto podría beneficiar al Sector Híper ElectroHogar en 2022. Si bien, "la incertidumbre acerca de las perspectivas macroeconómicas de la economía española a corto y a medio plazo sigue siendo muy elevada". Esto podría perjudicar. Habrá que prestar especial atención a los próximos meses. █

Valor sectores tecnológicos 2021-2022

Millones de euros

	2021	2022	Variación %
Fotografía digital	156	165	5,8
Telecomunicaciones Domésticas	1.963	1.920	-2,2
Informática doméstica	1.825	1.687	1,3
Videojuegos	882	832	-5,7
TOTAL MERCADO TECNOLÓGICO	4.826	4.604	-4,6

Valor sectores tradicionales 2021-2022

Millones de euros

	2021	2022	variación %
Línea Blanca	2.015	2.061	2,3
Línea Marrón	1.465	1.420	-3,1
PAE	1.250	1.300	4
Menaje	132	130	-1,5
Aire acondicionado doméstico	595	739	24,2
Calefacción eléctrica	42	40	-4,8
TOTAL MERCADO TRADICIONAL	5.499	5.690	3,5

Fuente: Equipo de Estudios de Electromarket

