



2024 encauza las cifras del hiper sector Electrohogar

Tras dos años marcados por el descenso de la facturación, el mercado ha resurgido con una subida del 5,4 %, hasta alcanzar los 10.700 millones de euros. La Línea Blanca continúa siendo el buque insignia del hiper sector, si bien todos los segmentos, salvo dos, han acabado el año al alza.

Nuevo giro de guion en el sector Electrohogar. Y, en este caso, favorable para sus integrantes. Después de ocho años de crecimiento ininterrumpido, en 2022 el mercado registraba una pequeña caída de la facturación del 0,3 %, y en 2023 saltaban las alarmas al perder un 1,4 % respecto al año anterior. Este escenario apuntaba a un cambio de ciclo. Sin embargo, la evolución ha roto los esquemas en 2024 en tanto que se cerró el ejercicio con 5,4 puntos porcentuales al alza, viendo aumentada la facturación de 10.150 a 10.700 millones de euros. Desde 2011 no se veía en una situación similar.

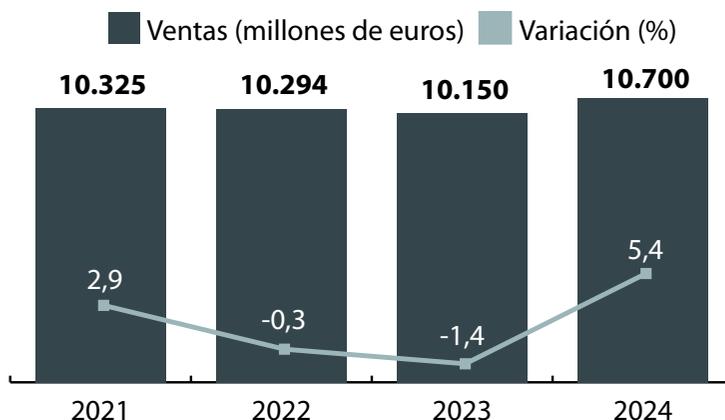
La Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización (AFEC) profundiza en ello en el informe de mercado y coyuntura sectorial de la climatización y HVAC correspondiente al año 2024. Así, el análisis ahonda en las principales claves que marcaron el sector, incluyendo el impacto del entorno económico, los efectos de uno de los años más cálidos de la historia, la necesaria transición a tecnologías limpias, la importancia de la CAI (calidad de aire interior), el aumento de la demanda de centros de datos, las iniciativas de AFEC del Plan de promoción de bomba de calor y la campaña de comunicación sobre regulación y control inteligente, climatización eficiente, el mercado desafiante, aspectos de la transición justa, la tendencia de fusiones y adquisiciones, el valor del 'zero', el cumplimiento de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), etc.

Destaca, además, la contribución de la nueva guía *'La bomba de calor en la rehabilitación energética de edificios'*, elaborada por AFEC junto con el IDAE (Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía) y que confirma que *"la industria HVAC está preparada para la descarbonización de la climatización (calor y frío), incluyendo ventilación y mejora de la calidad de aire interior, recuperación de calor, conectividad, regulación y control, etc. Aunque la tasa de rehabilitación ha visto un repunte, está aún muy lejos del porcentaje necesario para cumplir los objetivos de descarbonización, por lo que esta guía es una magnífica referencia para apoyar la aceleración de actuaciones con bomba de calor en edificios existentes"*.

El documento también repasa el entorno legislativo 2024-2025, *"con una clara urgencia en consolidar el mercado único, a armonizar y simplificar la legislación, la Plataforma aceleradora de bombas de calor de la Unión Europea, las obligaciones sobre ventilación, calidad de aire o regulación, o la evolución de los nuevos refrigerantes en el marco de la nueva F-Gas (reglamento de gases fluorados)"*; manifiesta.

En resumidas cuentas, indica el informe, *"a finales de 2024 el mercado español HVAC ha conseguido superar parcialmente la preocupación que se palpaba a lo largo de la segunda mitad del año 2023"*, preocupación que se trasladó durante los primeros seis meses de 2024, *"aunque ha sido a costa de un tremendo esfuerzo por parte de las empresas fabricantes y todos los agentes del sector"*. Un escenario influenciado directamente por la economía española, que mostró un ritmo creciente, y a lo largo del año superó las expectativas iniciales del PIB con un crecimiento del 3,2 %, impulsado en parte por el turismo y la demanda interna. Ambas favorecieron la creación de empleo. Asimismo, la realidad rebajó las previsiones de inflación, al alza durante buena parte del año, cuando disminuyeron los precios de algunos bienes básicos y de la energía.

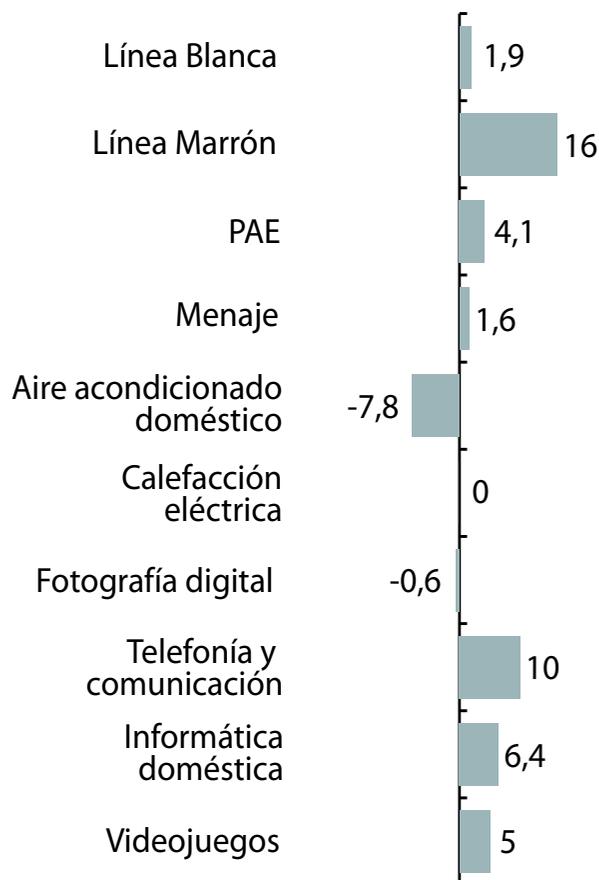
EVOLUCIÓN ELECTROHOGAR



EVOLUCIÓN POR SUBSECTORES MILLONES DE EUROS

	2023	2024	Variación (%)
Subsectores tradicionales	5.649	5.872	3,9
Subsectores tecnológicos	4.501	4.828	7,3

EVOLUCIÓN POR SEGMENTOS 2023-2024 VALOR (%)



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

EVOLUCIÓN POR SEGMENTOS 2022-2024. MILLONES DE EUROS

	2022	Variación (%)	2023	Variación (%)	2024	Variación (%)
Línea Blanca	2.061	2,3	1.959	-4,9	1.997	1,9
Línea Marrón	1.420	-3,1	1.250	-12,0	1.450	16,0
PAE	1.300	4	1.355	4,2	1.410	4,1
Menaje	130	-1,5	126	-3,1	128	1,6
Aire acondicionado doméstico	739	24,1	922	24,8	850	-7,8
Calefacción eléctrica	40	-4,8	37	-7,5	37	0,0
Fotografía digital	165	5,8	167	1,2	166	-0,6
Telefonía y comunicación	1.920	-2,2	1.800	-6,3	1.980	10,0
Informática doméstica	1.687	-7,6	1.496	-11,3	1.592	6,4
Videojuegos	832	-5,7	1.038	24,8	1.090	5,0
Total	10.294	-0,3	10.150	-1,4	10.700	5,4

Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

La Línea Blanca, reina del Electrohogar

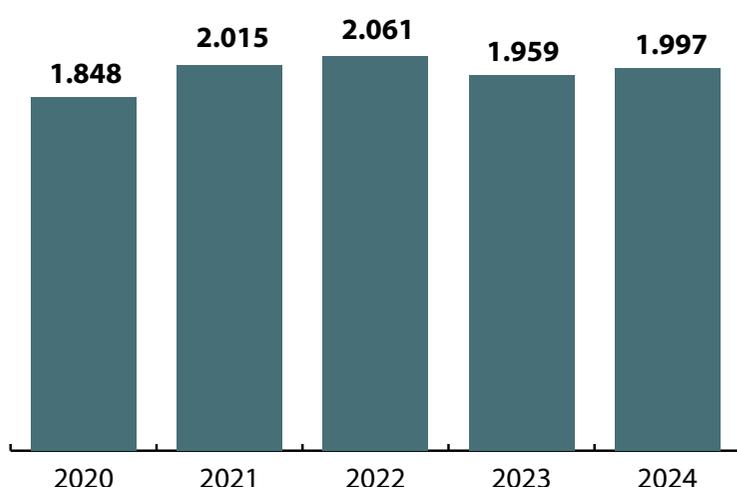
Así las cosas, los 10.700 millones de euros facturados por el Electrohogar el año pasado devuelven al sector una bonanza insólita en la última década. De hecho, esta cifra es la mejor desde 2010. Aunque cabe señalar que la evolución, como suele ocurrir, no fue la misma para todas las categorías. Después de casi un 5 % de descenso, la Línea Blanca no solo se mantuvo, con 1.997 millones, como la que más factura de todas, sino que recuperó en parte el terreno perdido anotando un 1,9 % más que el año anterior. Respecto al volumen comercializado, el mercado de Línea Blanca logró también revertir la tendencia negativa y terminar el ejercicio con un crecimiento del 2,76 % (-7,47 % en 2023), de acuerdo a los datos de la Asociación Española de Fabricantes e Importadores

de Electrodomésticos (AppliA). Entrando en detalle, las secadoras reinaron en el mercado, con una crecimiento del 24 % en valor. El resto de productos que forman el segmento se mantuvieron más o menos estables, a excepción de dos, que sufrieron un batacazo considerable: los frigoríficos americanos de +4 puertas (-29%) y las cocinas (-24%).

Pero todavía más destacable fue la recuperación del segmento de la Telefonía y Comunicación, que permanece en segundo lugar: tras desplomarse en más de un 6 % en 2023, un año más tarde, en cambio, la variación dio un giro en positivo hasta el 10 %, con unas cifras de 1.980 millones de euros. Los smartphones (11 %) y los auriculares para móviles (10 %) compensaron la caída de productos como la telefonía del hogar (-14 %) o los e-boards (-10 %).

2024 cerró el ejercicio con 5,4 puntos porcentuales al alza, viendo aumentada la facturación de 10.150 a 10.700 millones de euros

MERCADO ESPAÑOL DE LÍNEA BLANCA
MILLONES DE EUROS



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

MERCADO ESPAÑOL DE LÍNEA BLANCA
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2023-2024 (%)

Producto	Valor (%)
Lavadoras	3
Lavavajillas	4
Secadoras	24
Frigoríficos	-3
Combi 2/3 puertas	-3
Americano +4 puertas	-29
Resto frigoríficos	-6
Congeladores	-4
Microondas	0
Cocinas	-24
Hornos	3
Encimeras	0
Campanas	-2
Vinotecas	-9

Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

La Informática Doméstica es otro de los segmentos que más se vio favorecido por los vaivenes del mercado. 1.592 millones de euros anotaron los fabricantes, un 6,4 % más que los recaudados en 2023, donde anotó una caída de más del 11 %. Esta vez solo cinco productos de los más de 20 que lo componen involucraron de 2023 a 2024: proyectores (-12 %), webcams (-7 %), portátiles gaming y discos duros externos (ambos -4%), así como SSD total (-3 %). Los e-readers, en el otro lado de la balanza, superaron cualquier expectativa al registrar un aumento de la facturación del 51 %.

La Línea Marrón y los descodificadores de TDT, un suceso insólito

El cuarto segmento en términos de facturación siguió los mismos pasos, si bien subió la apuesta. Se trata de la Línea Marrón, que ha pasado de perder el 12 % a ver cómo su facturación se disparaba un 16% por encima en el último ejercicio, ingresando 1.450 millones de euros, es decir, 200 más. En este caso, las ventas de descodificadores de TDT son las claras responsables, con una espectacular crecimiento del 1.118 %.

Muy de cerca la sigue el segmento de PAE (Pequeño Aparato Electrodoméstico), cuya facturación fue de 1.410 millones de euros. Mantiene más o menos la misma senda de crecimiento, con un 4,1 % de variación. En cuanto a los productos más demandados, sobresalen las aspiradoras, cuyo crecimiento total alcanzó el 70 %. Las siguen las cafeteras espresso (44 %), y los moldeadoras de pelo (38 %). Contrarrestan así la tendencia negativa de otras herramientas, como los procesadores de alimentos, cuya facturación descendió en un -22 %. Y, aunque en 2024 el valor recaudado de las freidoras de aire disminuyó un -16 %, la FECE (Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos) destaca que *“es una evidencia que uno de los pequeños aparatos electrodomésticos que en España ha experimentado el mayor crecimiento sostenido en los últimos años han sido las freidoras de aire caliente, con unas ventas de 1,6 millones de unidades anuales”*, según su subsecretario general, **Alfredo Gosálvez**. Añade que todos los meses del año se venden freidoras en torno a las 100.000/ 110.000 unidades, teniendo un pico de 200.000 unidades (incluso algo más) en los meses de noviembre, diciembre y enero, especialmente en el Black Friday y en la precampaña de Navidad.

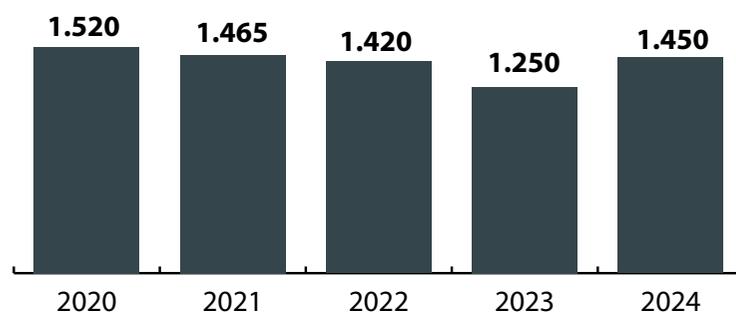
Otro segmento con marcha positiva fue el de los Videojuegos, que facturó 1.090 millones de euros. Sin embargo, el crecimiento fue significativamente menor al del ejercicio de 2023 (5 %), cuando rozó el 25%. El Menaje, con un 1,6 % de subida y 128 millones de euros, cerró la lista de categorías que terminaron 2024 con tendencia positiva.

En tierra de nadie se encuentra el de la Calefacción Eléctrica que, tras perder el -7,5 % de su valor en 2023, las cifras de 2024 coincidieron con el año precedente, es decir, 37 millones de euros.

Los dos restantes, Fotografía Digital y Aire Acondicionado Doméstico, son los únicos que perdieron facturación de un ejercicio a otro. Eso sí, de muy diversa consideración. Mientras que la tendencia en negativo del primer segmento fue mínima -0,6 % (lo que supuso un millón de euros menos, 166), en el segundo sí resultó más significativo. Y es que, además de tratarse de un segmento de producto que encadenaba resultados en positivos desde al menos 2018, los dos últimos años la variación superó el 24 %. En 2024, sin embargo, se tuvo que conformar con 850 millones de euros, un montante equiparable al de 2022. Asimismo, hay que señalar que, dentro de la Fotografía, hubo un producto especialmente perjudicado: las

La Línea Blanca no solo se mantuvo, con 1.997 millones, como la que más factura de todas, sino que recuperó en parte el terreno perdido, anotando un 1,9% más que el año anterior

MERCADO ESPAÑOL DE LÍNEA MARRÓN
MILLONES DE EUROS



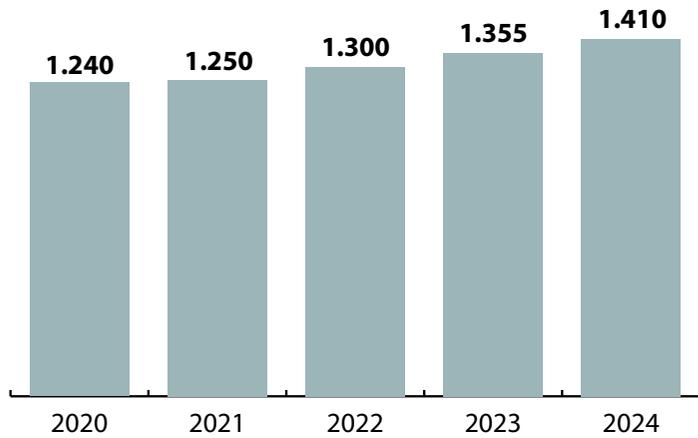
Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

MERCADO ESPAÑOL DE LÍNEA MARRÓN
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2023-2024 (%)

Producto	Valor
Soportes de TV	11
Videocámaras	15
TV total	23
TV OLED	21
TV LCD Ultra HD	17
TV LCD No Ultra HD	61
Descodificador TDT	1.118
Audio Home Systems	-18
Altavoces	5
Mini altavoces	4
Radio	-15
Sint+Ampl+Recept.	58
Car audio	-14
Car speakers	8
Car navegación	-25
Car vision	-7

Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

MERCADO ESPAÑOL DE PAE
MILLONES DE EUROS



Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

cámaras réflex. De un ejercicio a otro, estas máquinas se vendieron un 60 % menos en términos de facturación.

Por otro lado, los subsectores tradicionales crecieron el pasado ejercicio un 3,9 %, multiplicando la discreta subida de solo el 0,5 % de 2023 y superando en más de un punto los buenos resultados de 2022. Un total de 5.872 millones de euros facturaron, más de 200 respecto al año anterior. Mientras, los subsectores tecnológicos, que venían de un retroceso del 3,7 %, evolucionaron en positivo un nada desdeñable 7,3 %, hasta acrecentar la facturación en más 300 millones de euros, 4.828.

De todo ello se deduce que ni siquiera las dificultades del consumo privado y los elevados costes de la vivienda, la energía y ciertos servicios, el crecimiento de la economía española, con la bajada de tipos de interés y la estabilización económica, ha influido directamente en las decisiones de compra del consumidor, sobre todo en la segunda mitad de 2024.

El pasaporte verde y el ‘derecho a reparar’: la sostenibilidad como el gran desafío

En este contexto no se puede obviar uno de los factores, si no el que más, que influye en los usuarios cuando invierten en algún segmento del Electrohogar. A la hora de analizar los desafíos y oportunidades que marcarán el futuro de la industria y que afectarán tanto a comerciantes como a fabricantes y consumidores, se puede condensar en uno: la sostenibilidad. Y es que, casi el 90 % de los españoles, valora el certificado energético al comprar un electrodoméstico y prefiere aquel que consuma poco. Esa es una de las principales conclusiones del estudio de consumo ‘*Hábitos de uso del electrodoméstico en España*’, desarrollado por Fagor.

También uno de los temas abordados en la pasada Feria IFA en Berlín, la feria de tecnología más importante y tradicional de Europa, fue el *Green Passport* o Pasaporte Verde, un nuevo estándar que la UE pretende instaurar y que registrará el impacto medioambiental de los electrodomésticos. Este sistema busca mejorar la trazabilidad de los productos, facilitando información sobre su ciclo de vida, desde la fabricación hasta el reciclaje. El Pasaporte Verde incluirá detalles sobre la eficiencia energética, consumo de luz o agua; la huella de carbono y la sostenibilidad de los materiales utilizados,

MERCADO ESPAÑOL DE PAE
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2023-2024 (%)

Producto	Valor
Planchas	-2
Planchado vapor vertical	25
Aspiradoras	71
Vaporetas	18
Limpiaventanas	-16
Mantas eléctricas	-4
Máquinas de coser	13
Tratamiento de aire	3
Cafeteras filtro	-7
Cafeteras espresso	44
Freidoras aceite	-7
Freidoras aire	-16
Tostadores	-1
Procesadores alimentos	-22
Robots	-4
Batidoras brazo	1
Batidoras vaso	14
Licuadoras	-2
Exprimidores	-4
Sandwicheras	-17
Grills	6
Barbacoas	-4
Fun cooking	2
Hervidoras	8
Balanzas cocina	-2
Dispensadores cerveza	34
Panificadoras	-6
Afeitadoras masculinas	4
Depiladoras arranque	-9
Depiladoras IPL	-7
Cortapelos	-10
Cuidado dental	12
Secadores	7
Moldeadores	38
Básculas baño	12

Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

El *Green Passport* o Pasaporte Verde, es un nuevo estándar que la UE pretende instaurar y que registrará el impacto medioambiental de los electrodoméstico

lo que permitirá a los consumidores tomar decisiones a la hora de adquirir un electrodoméstico.

Sobre este asunto, FECE pide *“que este pasaporte no se convierta en una nueva carga burocrática para los comerciantes. La federación se compromete a trabajar para que la implementación del Pasaporte Verde sea lo más accesible posible para evitar que afecte a la competitividad del pequeño comercio y a su capacidad operativa”*.

El mismo objetivo persigue el ‘Derecho a Reparar’, una normativa que está preparando la Unión Europea y que tiene como objetivo facilitar la reparación de electrodomésticos por parte de los consumidores. Esta ley contempla que los usuarios puedan acceder a repuestos y manuales de reparación de manera sencilla, promoviendo la durabilidad de los productos y reduciendo el consumo innecesario.

A este respecto, los comerciantes de electrodomésticos señalan que *“la adquisición de un nuevo electrodoméstico puede ser más ventajosa en términos de sostenibilidad, en muchos casos, que la simple reparación de un aparato muy viejo y que consume mucho”*. Este equilibrio entre la reparación y la adquisición de nuevos productos será clave para maximizar los beneficios sostenibles.

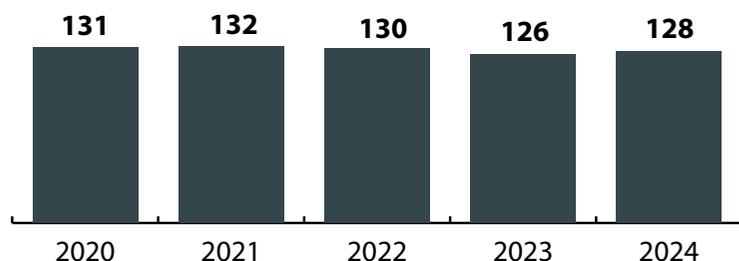
¿Qué buscan los españoles a la hora de adquirir un nuevo electrodoméstico?

Asimismo, las innovaciones tecnológicas han transformado la forma en que los usuarios interactúan con estos elementos esenciales de el hogar. Con el fin de identificar las asignaturas pendientes en la adaptabilidad de los españoles al desarrollo tecnológico del electrodoméstico, Fagor ha explorado en su estudio los hábitos de uso de estos productos en España en base a una muestra representativa de 1.004 personas de entre 30 y 65 años.

Entre los principales hallazgos, el análisis determina que la mencionada eficiencia energética, junto con la facilidad o sencillez a la hora de usar un electrodoméstico, son aspectos determinantes para los usuarios. En esta línea, cabe mencionar que la mayoría de los encuestados comprende el significado y trascendencia del certificado energético (88,94 %) y lo tiene en cuenta a la hora de equipar su hogar. Un condicionante especialmente importante en ciertas comunidades, como Canarias (71,47 %), Cantabria (84,62 %), Galicia (64,91 %), Navarra (57,14 %) y el País Vasco (58,70 %).

En cuanto al tipo de electrodomésticos, destaca que casi el 60 % de los encuestados considera la placa de cocina como el electrodoméstico más fácil de usar, además de poner de relieve su bajo consumo (21,81 %). Esta característica se valora también en la elección y utilización de la lavadora: más de uno de cada cinco encuestados considera esencial

MERCADO ESPAÑOL DE MENAJE MILLONES DE EUROS



Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

que consume poco, y casi el 60 % asegura que las funciones que suelen utilizar más son el programa Eco (58,86 %) o el programa corto para carga pequeña.

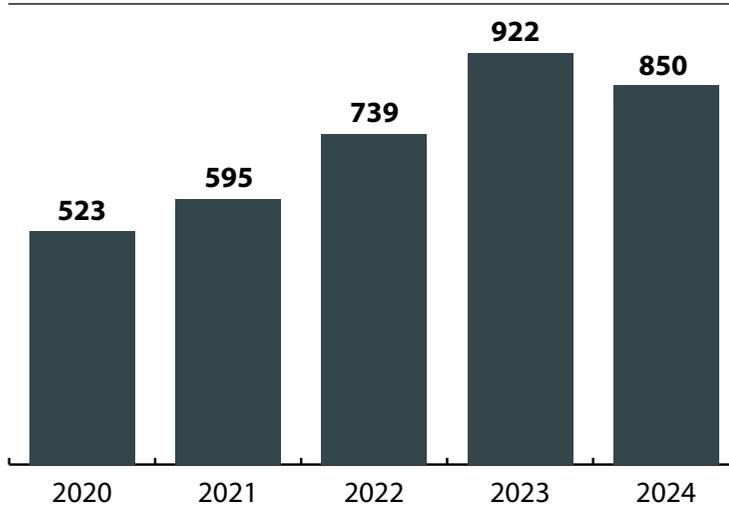
Además de la sostenibilidad, la sencillez es otro factor que casi unánimemente tienen en cuenta todos los usuarios, dado que, según la encuesta, el 90 % de las personas acaba optando por electrodomésticos fáciles de utilizar en lugar de aquellos con tecnología más complicada. De hecho, otra de las conclusiones de *‘Hábitos de uso del electrodoméstico en España’* es que más del 80 % de los consumidores no utiliza todas las funciones de las que disponen sus electrodomésticos, mientras que el 51,10 % considera que tienen demasiadas funciones. Por tanto, la simplicidad y la eficiencia son elementos fundamentales para los consumidores españoles al elegir electrodomésticos.

Inteligencia artificial, una revolución que ha llegado para quedarse

La feria tecnológica IFA 2024 también confirmó todas las sospechas: la inteligencia artificial (IA) domina las tecnologías de consumo. Compañías del sector, como Lenovo, Microsoft, Qualcomm, AMD, Intel o Samsung, presentaron productos y soluciones que integran la IA en todos los niveles, desde ordenadores hasta electrodomésticos inteligentes.

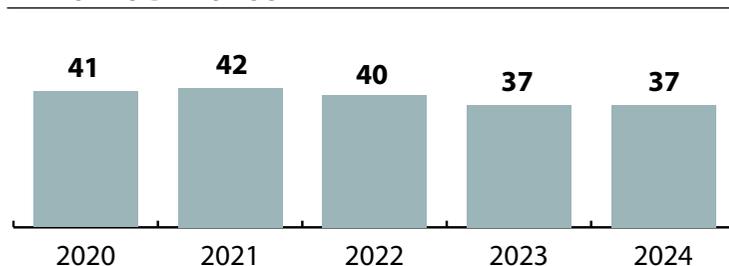
El más reciente lanzamiento ha llegado de la mano de Samsung. La compañía coreana ha presentado en Seúl, en el evento de

MERCADO ESPAÑOL DE AIRE ACONDICIONADO MILLONES DE EUROS



Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

MERCADO ESPAÑOL DE CALEFACCIÓN ELÉCTRICA MILLONES DE EUROS



Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

lanzamiento mundial *Welcome to Bespoke AI*, su nueva estrategia *AI Home* y una innovadora gama de electrodomésticos con inteligencia artificial.

Durante el evento, Samsung ha presentado su línea 2025 de electrodomésticos *Bespoke AI*, que ofrece características nuevas e innovadoras para resolver los difíciles problemas de los usuarios. En el centro de la visión de la compañía se encuentra la pantalla *AI Home*: tras la innovación de la primera presentación de la pantalla *AI Home* el año pasado, ahora, con nuevas opciones de tamaño, ha empezado a utilizarse en una amplia variedad de productos nuevos, como los refrigeradores *Bespoke AI*, la *Bespoke AI Laundry Vented Combo*, las lavadoras y las secadoras. Entrando en detalle, la pantalla *AI Home* de 9 pulgadas de la línea de refrigeradores aumenta las opciones de los consumidores: con *AI Vision Inside* actualizada, es posible, por ejemplo, controlar mejor los alimentos con nuevas funciones, como el reconocimiento automático de alimentos procesados. Por otro lado, gracias a la pantalla *AI Home* de 7 pulgadas en la *Bespoke AI Laundry*, los usuarios pueden controlar intuitivamente los ciclos de lavado y secado, así como monitorear y controlar otros dispositivos conectados.

En otro ámbito, un reciente estudio sobre el uso de la inteligencia artificial en dispositivos móviles realizado también por Samsung e

Ipsos en España, ha revelado que casi el 80 % de los usuarios considera que la IA mejora significativamente la experiencia con su teléfono.

Pero más allá de la percepción general del usuario, la IA también juega un papel clave en la realización de tareas diarias. A nivel general, el 59 % de los usuarios valora la integración de la IA en sus actividades, destacando su capacidad para optimizar procesos y mejorar la eficiencia.

El estudio pone de manifiesto que más del 60 % de los usuarios utilizan con frecuencia herramientas como la búsqueda visual *Circle to Search with Google* (función que permite a los usuarios buscar cualquier imagen, vídeo o texto en la pantalla con una simple pulsación prolongada y un movimiento circular) y *Nightography* (modo nocturno que permite capturar fotos nítidas y altamente optimizadas incluso en la oscuridad), mientras que otras, como el estudio de retratos (45 %) y la cámara lenta instantánea (38 %), son menos populares.

A la hora de evaluar las funciones que más facilitan el día a día, los encuestados consideran que las tres herramientas más importantes son la traducción simultánea (73 %), el intérprete (76 %) y *Circle to Search with Google* (80 %). Estas funcionalidades facilitan la comunicación, el acceso a información y la llamada a la acción,

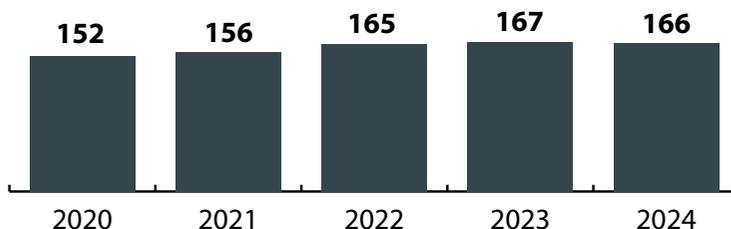
El 80 % de los usuarios considera que la IA mejora significativamente la experiencia con su teléfono

MERCADO ESPAÑOL DE FOTOGRAFÍA DIGITAL EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2023-2024 (%)

Producto	Valor
Cámaras lente intercambiable réflex	-60
Cámaras lente intercambiable compacta	9
Cámaras lente fija	16
Tarjetas de memoria	7
Objetivos	-9
Accesorios	2

Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

MERCADO ESPAÑOL DE FOTOGRAFÍA DIGITAL MILLONES DE EUROS



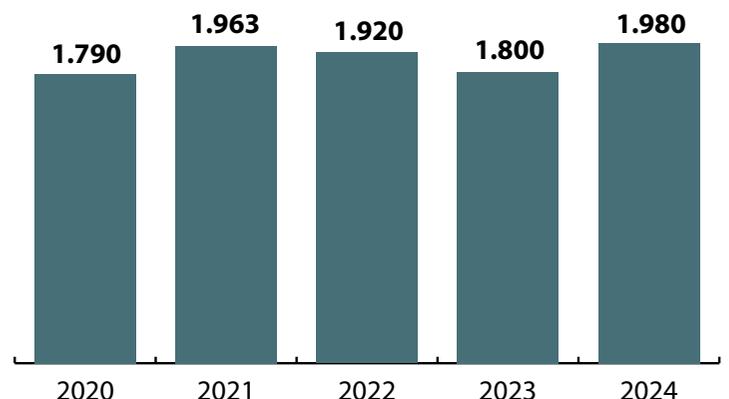
Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

MERCADO ESPAÑOL DE TELEFONÍA Y COMUNICACIÓN EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2023-2024 (%)

Producto	Valor
Telefonía hogar	-14
Smartphones SIM free	11
Smartphones no SIM free	-4
Móviles (no smart)	-7
Accesorios móviles	7
Auriculares para móviles	10
Core wearables	7
Drones	3
E-boards	-10

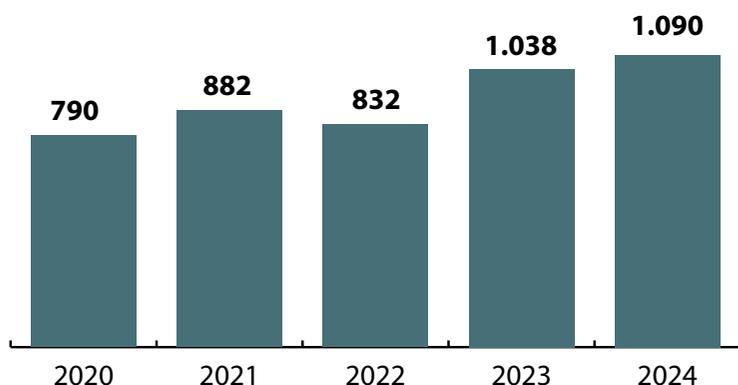
Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

MERCADO ESPAÑOL DE TELEFONÍA Y COMUNICACIÓN MILLONES DE EUROS



Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

MERCADO ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS MILLONES DE EUROS



Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

El 71 % de los jóvenes destacan que la IA les permite hacer actividades que antes no eran capaces de realizar

lo que refuerza el valor de la IA en la interacción con los dispositivos. Con todo, el 84 % de los encuestados considera que la IA les ayuda significativamente a comunicarse en otro idioma, destacando su alto impacto en la vida cotidiana.

Aunque no todos los segmentos de la población muestran el mismo interés por esta tecnología. La Generación Z y los Millennials hasta los 35 años se muestran especialmente optimistas con respecto a la inteligencia artificial: más del 80 % considera que ha llegado para revolucionar positivamente la forma en la que se hacen las cosas. Asimismo, el 71 % de los jóvenes destacan que la IA les permite hacer actividades que antes no eran capaces de realizar, aumentando su eficiencia. Además, el 73 % opina que el uso de la IA tiene un efecto positivo en la calidad de vida, un 12 % más que los encuestados entre 56 y 65 años. Por su parte, la generación Boomer muestra menos preocupación sobre la pérdida de empleos por la IA (36 %) en comparación con la Generación Z y los Millennials (46 %). Sin embargo, los Boomers creen en mayor medida que la IA aumentará las desigualdades: lo hacen un 35 % frente a un 28 % de los jóvenes.

A pesar de la creciente aceptación de la IA, el informe revela que el 90 % de los usuarios expresan preocupación por la seguridad tecnológica. La principal barrera es la incertidumbre sobre quién tiene acceso a la información (42 %) y la fiabilidad de los resultados generados por la IA (42 %). De hecho, entre los encuestados, un 29 % ha dejado de usar alguna aplicación por miedo a que comprometa su seguridad.

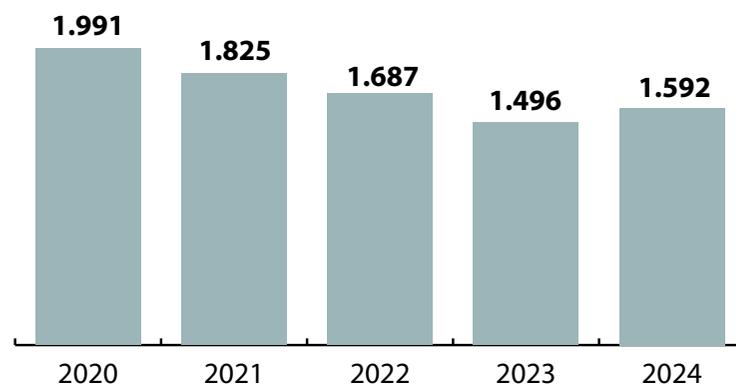
Se detecta en este aspecto también una diferencia generacional en la percepción del riesgo: los mayores de 46 años son los que más se preocupan por la privacidad (más de un 40 %), mientras

MERCADO ESPAÑOL DE INFORMÁTICA DOMÉSTICA EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2023-2024 (%)

Producto	Valor
Sobremesa Trad+AIO	3
Media PC	4
Portátiles gaming	-4
Portátiles no gaming	1
Mediatablets	10
Monitores	3
Discos duros externos	-4
Discos duros internos	4
SSD total	-3
Teclados	4
Ratones	4
Webcams	-7
Auriculares	0
Software	8
Disp. Networking	10
Impresoras+MFD Disp Impr. Tinta	2
Impresoras+MFD Disp Impr. Láser	1
Cartuchos tinta	-4
Tóners	3
Proyectores	-12
E-readers	51

Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

MERCADO ESPAÑOL DE INFORMÁTICA DOMÉSTICA MILLONES DE EUROS



Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

que los jóvenes muestran una resignación mayor ante la posibilidad de compartir sus datos en favor de una mejor experiencia de uso.

En cualquier caso, como destaca **David Alonso**, director del área de Movilidad en Samsung Electronics, "la inteligencia artificial se consolida como un elemento clave en la experiencia móvil. Y no solo eso: en sí misma, la IA es un factor determinante para la elección de un dispositivo".