Reiniciar, actualizar, reconectar: así ha vuelto a crecer el mercado del ElectroHogar

La facturación del mercado ElectroHogar experimenta una recuperación notable. En 2024, creció un 4 %, hasta los 10.556 millones de euros. La Línea Marrón (+15,6 %) y las Telecomunicaciones Domésticas (+13,7 %) lideraron los repuntes. Este último subsector se convierte en el de mayor peso dentro del sector.

Tras un 2023 en el que la facturación descendió un 1,4 %, hasta los 10.150 millones de euros, el mercado español ElectroHogar volvió a la senda del crecimiento en 2024. Se registró un repunte del 4 %, alcanzando los 10.556 millones. Esta evolución positiva rompe una racha de dos años en retroceso, que no fue muy abrupto, y refleja un cambio de tendencia tanto en la demanda como en la oferta.

¿Qué ha pasado para que se haya producido este giro? La reactivación del consumo privado ha sido uno de los motores fundamentales. En un contexto de menor inflación, con tipos de interés más moderados a los que veníamos asistiendo, y un mercado laboral con creación sólida de empleo, con niveles de ocupación similares a los previos a la pandemia, las familias vuelven poco a poco a invertir en bienes duraderos y tecnología. El empuje del turismo, la mejora de la confianza y la contención de los precios energéticos han propiciado una recuperación gradual de la renta disponible. Habrá que observar si la política arancelaria anunciada por la Administración Trump en 2025, basada en nuevos aranceles a productos tecnológicos asiáticos, puede tener impacto en las importaciones.

Además, después de dos años de contención, parte de la demanda congelada ha comenzado a materializarse. Muchos consumidores que pospusieron la renovación de sus dispositivos durante 2022 y 2023, ahora están sustituyendo sus televisores, portátiles o móviles. Hay subsectores concretos que han funcionado muy bien por sus propias dinámicas internas. La Línea Marrón, por ejemplo, creció un 15,6 %, después de años en caída. Las Telecomunicaciones Domésticas, con una subida del 13,7 %, y la Informática Doméstica, con un 8,6 % más, también han sorprendido positivamente. Todo apunta a que los hogares han vuelto a apostar por el ocio en casa y la conectividad. El año pasado escribíamos lo contrario, que los que más habían sufrido

eran la Línea Marrón y la Informática Doméstica por su vinculación precisamente al ocio dentro del hogar, porque la gente quería disfrutarlo fuera de casa. Aparte de esto, vivimos un momento de empezar a tener que renovar los dispositivos comprados en tiempos de Covid-19 y justo posteriores.

La Línea Blanca pierde la corona

El subsector más relevante, con un 19,4 % de peso, en estos momentos es el de Telecomunicaciones Domésticas, con 2.047 millones de euros de facturación. No sólo protagonizó una notable evolución en 2024, sino que adelantó a la Línea Blanca. No hay que olvidar que nuestro país acaba de completar el apagado de la red de cobre, con una migración masiva a fibra óptica. Esta transición ha exigido nuevos terminales, rúters, *set-top boxes* y otros dispositivos de conectividad. El 5G y el aumento del gasto en conectividad y plataformas también han jugado su papel en todo esto.

Esta evolución del subsector no se entiende sin la revolución silenciosa de la inteligencia artificial generativa aplicada a los smartphones. En la práctica, los nuevos terminales no solo mejoran en rendimiento o cámara, sino que se convierten en asistentes personales. La posibilidad de editar imágenes en tiempo real, transcribir llamadas, traducir conversaciones o automatizar tareas domésticas, como el control del robot aspirador o la configuración del hogar conectado, han otorgado al móvil una nueva dimensión de utilidad. La telefonía es sinónimo de productividad, bienestar y control del entorno, lo que conlleva el aumento del valor percibido por el consumidor y su disposición a renovar dispositivos incluso sin una avería de por medio.

La Línea Blanca, como decimos, ha perdido la corona del mercado español ElectroHogar. Es cierto que mejoró su desempeño. Facturó 1.997 millones de euros, por lo que logró una discreta subida del 1,9 %, pero su peso porcentual en el total del sector ha bajado ligeramente, hasta un 18,9 %, y ha descendido al segundo puesto. Si bien cede el liderazgo en cuota de mercado, ha intensificado su apuesta por la conectividad inteligente. De acuerdo con datos del Observatorio Cetelem, un 30 % de los consumidores adquirió productos de este tipo en 2024, y un 26 % manifiesta intención de hacerlo próximamente. Electrodomésticos como lavadoras, frigoríficos o lavavajillas incorporan ya funciones avanzadas como con-

MERCADO ESPAÑOL ELECTROHOGAR · 2023-2024
VALOR MERCADO
Millones de euros

	2023	2024	Variación (%)
Línea Blanca	**1.959**	**1.997**	**1,9**
Grupos de compra	686	679	-1,0
Cadenas	470	499	6,2
Grandes superficies generalistas	470	459	-2,3
Resto	333	339	2
Línea Marrón	**1.250**	**1.445**	**15,6**
Grupos de compra	413	491	19,1
Cadenas	675	795	17,7
Grandes superficies generalistas	100	101	1,2
Resto	63	58	-7,5
PAE	**1.355**	**1.410**	**4,1**
Grupos de compra	352	324	-7,9
Cadenas	474	494	4,1
Grandes superficies generalistas	524	592	12,9
Resto	4	1	-65,3
Menaje	**126**	**129**	**2,4**
Grupos de compra	35	34	-4,9
Cadenas	30	31	2,4
Grandes superficies generalistas	52	54	4,9
Resto	9	10	17,0
Aire acondicionado doméstico	**922**	**850**	**-7,8**
Grupos de compra	369	323	-12,4
Cadenas	369	357	-3,2
Grandes superficies generalistas	74	51	-30,9
Resto	111	119	7,6
Calefacción eléctrica	**37**	**37**	**0**
Grupos de compra	14	13	-8,1
Cadenas	14	13	-2,7
Grandes superficies generalistas	6	7	18,8
Resto	4	4	10,0
Fotografía digital	**167**	**166**	**-0,6**
Grupos de compra	18	15	-18,7
Cadenas	48	50	2,8
Grandes superficies generalistas	18	17	-9,6
Resto	82	85	3,5
Telecomunicaciones domésticas	**1.800**	**2.047**	**13,7**
Grupos de compra	234	225	-3,8
Cadenas	414	450	8,8
Grandes superficies generalistas	396	471	18,9
Resto	756	901	19,1
Informática doméstica	**1.496**	**1.625**	**8,6**
Grupos de compra	120	114	114
Cadenas	479	536	536
Grandes superficies generalistas	239	244	244
Resto	658	731	731
Videojuegos	**1.038**	**850**	**-18,1**
Grupos de compra	145	94	-35,7
Cadenas	187	136	-27,2
Grandes superficies generalistas	156	145	-7,2
Resto	550	476	-13,5
TOTAL MERCADO	**10.150**	**10.556**	**4,0**

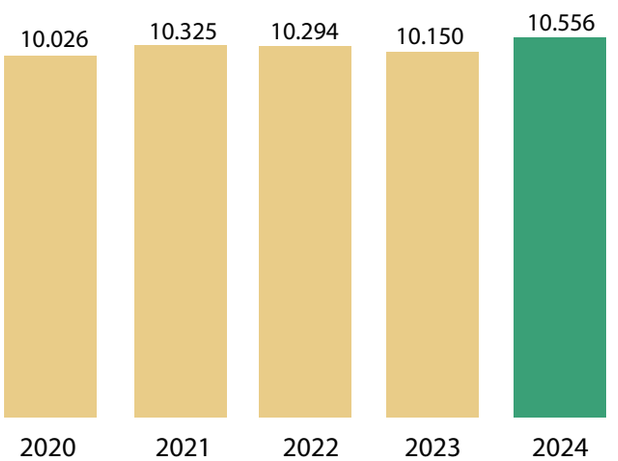
EVOLUCIÓN POR SUBSECTORES · 2023-2024
Millones de euros

	2023	Variación (%)	2024	Variación (%)
Línea Blanca	1.959	-4,9	1.997	1,9
Línea Marrón	1.250	-12,0	1.445	15,6
PAE	1.355	4,2	1.410	4,1
Menaje	126	-3,1	129	2,4
Aire acondicionado doméstico	922	24,8	850	-7,8
Calefacción eléctrica	37	-7,5	37	0,0
Fotografía digital	167	1,2	166	-0,6
Telecomunicaciones domésticas	1.800	-6,3	2.047	13,7
Informática doméstica	1.496	-11,3	1.625	8,6
Videojuegos	1.038	24,8	850	-18,1
TOTAL MERCADO	**10.150**	**-1,4**	**10.556**	**4,0**

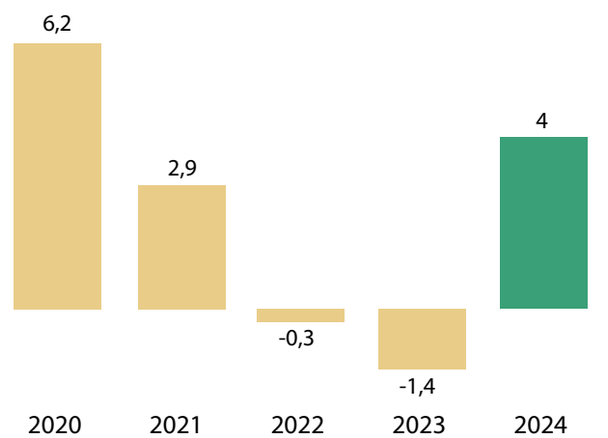
Fuente: Equipo de Estudios de Electromarket

EVOLUCIÓN MERCADO ESPAÑOL ELECTROHOGAR · 2020-2024

Millones de euros



Variación %



Fuente: Equipo de Estudios de Electromarket

trol remoto, ciclos personalizados por IA y diagnóstico predictivo.
Por su parte, la Informática Doméstica, que en 2020 rompía esquemas, sigue en el Top 3, con la medalla de bronce. Su evolución positiva en 2024 fue de un crecimiento del 8,6 %, hasta facturar 1.625 millones de euros. Retiene este tercer puesto por cuota de mercado gracias a varios factores: el auge sostenido del teletrabajo y el estudio en casa, que han convertido al portátil y al monitor en bienes esenciales; el repunte del *software* de productividad, *gaming* y servicios en la nube, que exige ordenadores más potentes; y el abaratamiento relativo de ciertos dispositivos, lo que ha facilitado su renovación.
Esta tendencia se ha visto reforzada por una recuperación progresiva de periféricos y dispositivos complementarios, como monitores (+12 % en unidades), teclados (+8 %) y ratones (+7 %). Es destacable, asimismo, el sorprendente auge del *e-reader*, con un crecimiento del 30 % en ventas y del 51 % en valor. A pesar del avance de otros formatos, este tipo de dispositivo ha recuperado protagonismo en el hogar como alternativa sostenible, saludable para la vista y compatible con los nuevos hábitos de consumo cultural digital.
La Línea Marrón ha vuelto al cuarto puesto, arrebatándoselo al PAE, que a su vez se lo había quitado en 2023, gracias a su avance del 15,6 % y a una facturación de 1.445 millones de euros. Ha ejecutado una auténtica remontada. Su fuerte incremento se explica por la reposición de televisores, barras de sonido y equipos de imagen tras años de contención, el auge del *streaming* y los eventos deportivos internacionales de 2024 que empujaron la venta de grandes pantallas. Igualmente, ha influido la evolución tecnológica, con modelos más eficientes, conectados y atractivos en precio, junto a un renovado interés por mejorar la experiencia audiovisual en casa, por la ya mencionada apuesta por el ocio en el hogar. La necesidad de adaptar los televisores a las emisiones en UHD ha generado un boom en la venta de descodificadores, cuyas cifras resultan espectaculares: un crecimiento del 1.190 % en unidades y del 1.118 % en valor.

A pesar de que haya descendido al quinto puesto, la facturación del PAE, 1.410 millones de euros, creció un 4,1 % en 2024, en línea con la media del sector entero. Sigue fuerte porque el consumidor percibe el PAE como productos de inversión accesible que mejoran su bienestar del día a día; desde cafeteras hasta robot-aspiradores cada vez más inteligentes, pasando por freidoras de aire o robots de cocina. Por otro lado, porque su ritmo de innovación y su capacidad de viralización en redes sociales ha sido superior al de otros segmentos. Del mismo modo; la alta rotación, los ciclos de vida más cortos y las decisiones de compra menos racionalizadas que en otros grandes electrodomésticos favorecen su dinamismo. Se consolida, así, como un subsector resiliente, conectado a las nuevas formas de vida y consumo.

Otro subsector con tendencia positiva es el del Menaje, con 129 millones de euros facturados, un 2,4 % más que en 2023. Aunque se sitúa en penúltima posición por peso, su evolución demuestra una cierta recuperación tras años de estancamiento. Esta mejora puede darse por una mayor atención al detalle en el hogar, la influencia de la cocina creativa promovida en redes sociales y una creciente preocupación por el diseño y la funcionalidad en utensilios cotidianos. Tampoco hay que obviar que la renovación de baterías de cocina y pequeños accesorios se produce con frecuencia superior a la de otros grandes productos.

En el último puesto se ubica el segmento de Calefacción Eléctrica, que vendió en 2024 los mismos 37 millones de 2023. La estabilidad en este subsector refleja tanto la competencia de otras tecnologías más eficientes como el impacto de unos inviernos más suaves, que reducen la necesidad de soluciones adicionales de calefacción.

En el lado de los retrocesos: los Videojuegos (nada menos que un -18,1 %), el Aire Acondicionado Doméstico (-7,8 %) y la Fotografía Digital (un leve -0,6 %). El ajuste de los videojuegos se explica por la saturación del mercado tras el fuerte impulso de la pandemia, el retraso de

PESO DE LOS SUBSECTORES POR FACTURACIÓN 2023-2024

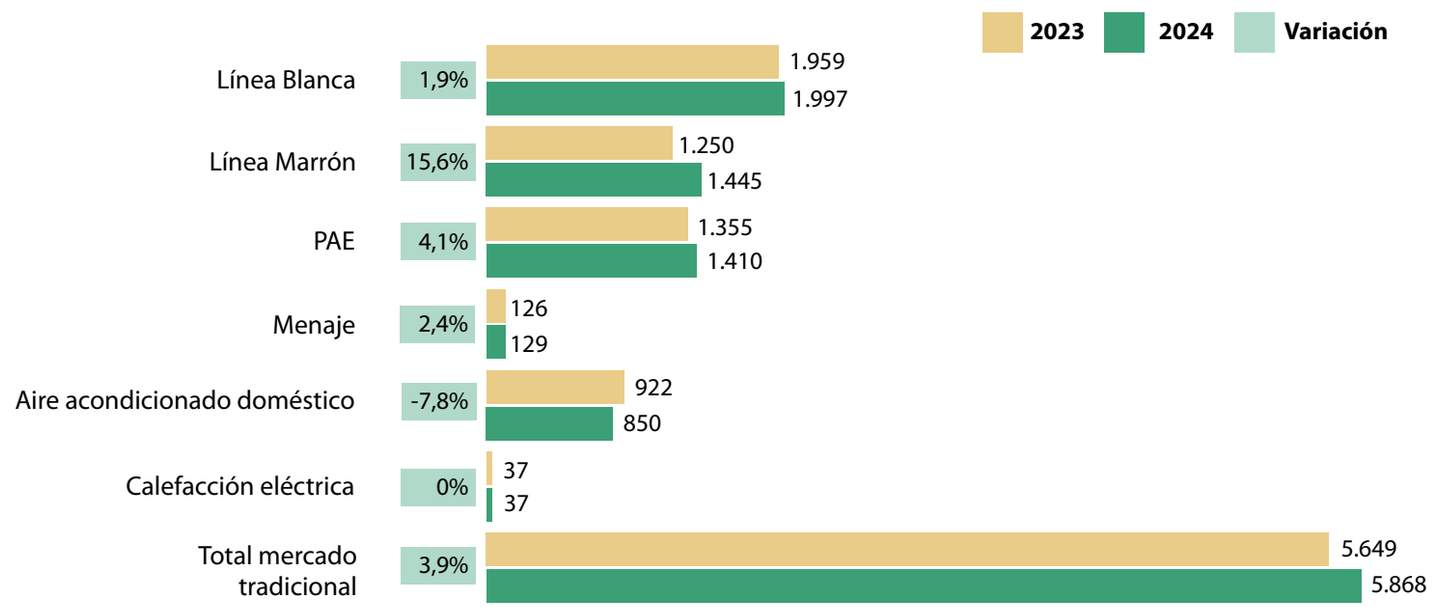
%

	2022	2023	Variación
Línea Blanca	19,3	18,9	-0,4
Línea Marrón	12,3	13,7	1,4
PAE	13,3	13,4	0,0
Menaje	1,2	1,2	0,0
Aire acondicionado doméstico	9,1	8,1	-1,0
Calefacción eléctrica	0,4	0,4	0,4
Fotografía digital	1,6	1,6	-0,1
Telecomunicaciones domésticas	17,7	19,4	1,7
Informática doméstica	14,7	15,4	0,7
Videojuegos	10,2	8,1	-2,2

EL CONSUMIDOR VUELVE A MIRAR HACIA EL HOGAR, CON MÁS OCIO DOMÉSTICO Y RENOVACIÓN TECNOLÓGICA

VALOR SECTORES TRADICIONALES · 2023-2024

Millones de euros



Fuente: Equipo de Estudios de Electromarket

lanzamientos clave y una base instalada que ya renovó recientemente sus consolas y accesorios.

La demanda del Aire Acondicionado se normalizó en 2024 al compararse con un 2023 excepcionalmente caluroso que disparó las ventas. El año pasado, se vivieron temperaturas algo más suaves y el mercado estaba más abastecido. Mientras que la Fotografía Digital se estancó por un contexto de creciente sustitución por smartphones con cámaras de alta calidad.

En conjunto, lo que muestra el comportamiento del mercado Electro-Hogar en 2024 es que el consumidor ha vuelto a mirar al hogar como un espacio de confort, conectividad e inversión. La convergencia entre ocio, tecnología y bienestar doméstico ha propiciado una recuperación que, condicionada por múltiples factores macroeconómicos e internacionales, pone en valor la importancia de entender al hogar no sólo como refugio, sino como núcleo de nuevas experiencias digitales.

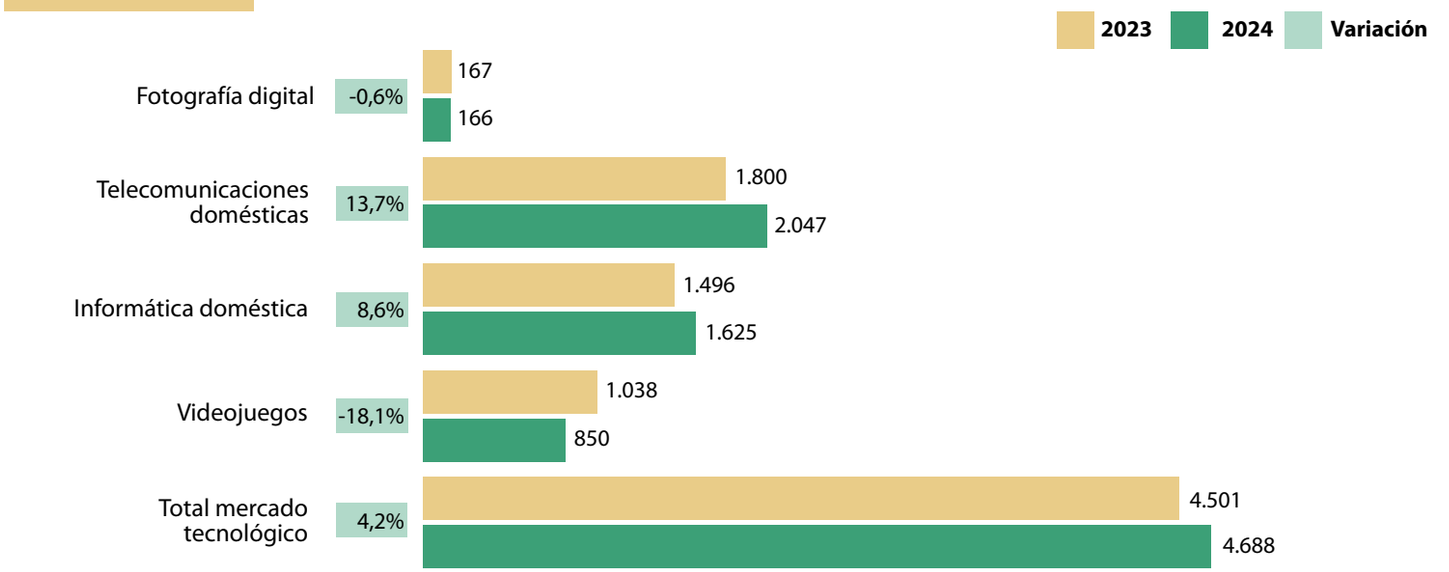
LA INFORMÁTICA DOMÉSTICA OBTIENE EL PODIO POR SU VÍNCULO CON EL TELETRABAJO, EL 'GAMING' Y LA NUBE

En fase de crecimiento moderado

La economía española, según el último informe *Proyecciones macroeconómicas e informe trimestral y de la economía española. Junio de 2025*, del Banco de España, publicado el 10 de junio, se encuentra en una fase de crecimiento moderado, pero con señales de desaceleración. El PIB avanzó un 0,6 % en el primer trimestre del año, "*una tasa que está levemente por debajo de la registrada en los dos últimos trimestres de 2024 —revisada ligeramente a la baja, hasta el 0,7 %— y que se sitúa en la parte inferior del rango de crecimiento previsto en el ejercicio de proyecciones del Banco de España de marzo —entre el 0,6 % y el 0,7 %—*". A pesar de este enfriamiento, el crecimiento se mantiene en niveles relativamente robustos, al menos en comparación con el contexto internacional.

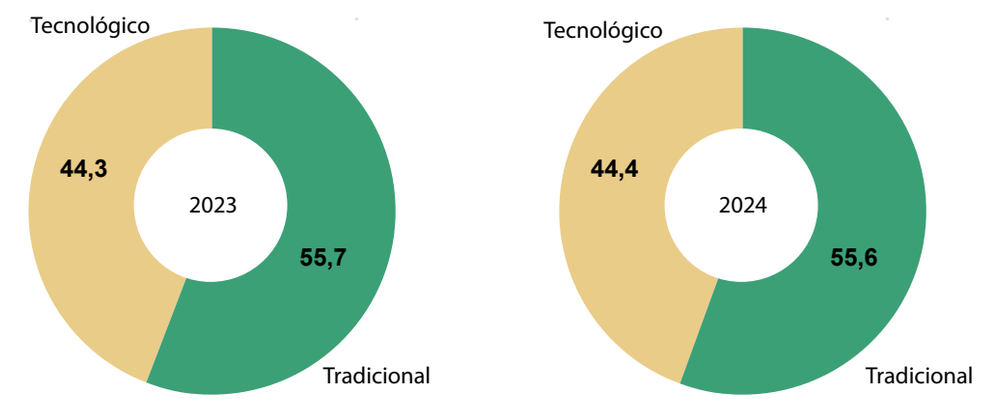
VALOR SECTORES TECNOLÓGICOS · 2023-2024

Millones de euros



PESO DE LOS SECTORES TRADICIONAL Y TECNOLÓGICO · 2023-2024

%



Fuente: Equipo de Estudios de Electromarket

LOS VIDEOJUEGOS SUFREN UN DURO AJUSTE; CAEN UN 18,1 % TRAS AÑOS DE CRECIMIENTO ACELERADO

Respecto a las previsiones del Banco de España para el conjunto del año 2025; se vaticina que la economía nacional crecerá un 2,4 %, tres décimas menos de lo estimado en marzo. Esta corrección responde, entre otros factores, al "menor dinamismo" de los mercados exteriores y al "impacto de la incertidumbre" derivada del entorno comercial global y de las tensiones políticas y económicas internacionales.

En este escenario, el consumo privado empieza a mostrar signos de debilidad. La pérdida de confianza por parte de hogares y empresas, alimentada por la volatilidad económica y la falta de visibilidad sobre la evolución futura de las políticas económicas, está pesando sobre el gasto. Así lo reflejan tanto los indicadores de confianza como las encuestas empresariales, que apuntan a una ligera caída de la facturación entre marzo y junio. Frente al dinamismo observado en 2024, el consumo evoluciona con una mayor cautela, lo que repercute directamente en el ritmo de crecimiento de la demanda interna.

En el mercado laboral, el empleo sigue creciendo, pero con menor intensidad. "*El avance del empleo parece moderarse en el segundo trimestre*", en un entorno en el que, no obstante, los flujos de salida del desempleo se encuentran "*en niveles máximos desde el inicio de la recuperación en 2013*". En el informe se considera que este buen comportamiento es generalizado por grupos demográficos y ha favorecido una reducción sostenida de la tasa de paro.

Por el lado de los precios, se consolida el proceso de desinflación. La previsión para 2025 sitúa la inflación general media en el 2,4 %, "*una décima menos de lo proyectado en marzo*", debido principalmente a la bajada de los precios energéticos. Si bien, el Banco de España advierte de que "*la inflación subyacente se mantendría por encima del 2,5 % a lo largo de 2025, con una persistencia mayor que la inicialmente prevista*".

Este entorno de precios más contenidos ha sido acompañado por una política monetaria expansiva por parte del Banco Central Europeo (BCE), que en junio volvió a bajar los tipos de interés oficiales. En consecuencia, "*el abaratamiento de la financiación bancaria ha continuado impulsando la demanda de crédito*", tanto para consumo como para inversión.

Eso sí, el contexto internacional continúa proyectando incertidumbre sobre la economía española. La escalada de tensiones comerciales entre Estados Unidos y China, que tuvo su punto álgido con el anuncio de los llamados "*aranceles recíprocos*" el pasado 2 de abril, ha generado inestabilidad en los mercados y un notable deterioro de las expectativas globales. Aunque algunas medidas arancelarias se han suspendido temporalmente, el informe avisa de que "*el escenario central contemplado en las presentes proyecciones para la economía española está sujeto a un grado de imprevisibilidad excepcionalmente elevado*".

Con todo, España afronta el segundo semestre de 2025 con una economía que resiste, pero más expuesta a los vaivenes internacionales. El reto será mantener la estabilidad y reforzar la confianza interna para que el consumo y la inversión no se resientan más de lo previsto.

EL PAE SIGUE FUERTE: PRODUCTOS ACCESIBLES, INNOVADORES Y BIEN ADAPTADOS AL ESTILO DE VIDA ACTUAL