

Del enchufe al ecosistema: el hogar español se convierte en territorio 'smart'



Con un 2024 claramente protagonizado por la presencia de la inteligencia artificial en todos los aspectos de nuestra vida, el sector de los electrodomésticos de gama blanca ha decidido sumarse también a esta revolución tecnológica.

En la era de la hiperconectividad, del IoT, de la tecnología al servicio de las personas, los asistentes digitales y de la inteligencia artificial (IA) sin límites, el sector de los electrodomésticos no ha querido quedarse atrás y se ha lanzado a tratar de seducir a esos consumidores locos por los últimos avances e innovaciones. Con unos años de travesía en el desierto, en los que los ingresos decrecían y el sector de la Línea Blanca no atravesaba su mejor momento, el mercado español de electrodomésticos ha experimentado cambios significativos. Impulsados, sobre todo, por la aparición de nuevos retos y de una amplia diversidad de

tendencias. Y, sin duda, uno de los principales motores que está transformando el mercado es la innovación tecnológica. Cada vez más, los consumidores españoles buscan electrodomésticos que no solo sean eficientes en el consumo de energía, sino que, además, incorporen funciones avanzadas, tales como la conexión con aplicaciones móviles o la compatibilidad con asistentes de voz. Innovaciones que se deben, en gran parte, al papel protagonista que están teniendo para el usuario y consumidor todos esos electrodomésticos y aparatos que permitan la comodidad y la eficiencia en el hogar. Así, por ejemplo, el informe *Consumo Espa-*

ña 2024 | El consumidor del sector electro en España, del Observatorio Cetelem, pone de manifiesto que los electrodomésticos inteligentes de línea blanca -como frigoríficos, lavadoras, lavavajillas, hornos o secadoras-, están experimentando una transformación significativa gracias a la conectividad y la IA. Según dicho informe, el 30 % de los consumidores españoles compraron productos de gama blanca en el último año, mientras que un 26 % tiene intención de adquirirlos en los próximos 12 meses. También se pone de relieve el creciente interés por modelos conectados que ofrecen funciones avanzadas como control remoto, la programación auto-

mática y eficiencia energética, optimizada por medio de la IA. Otro punto del informe destaca que los compradores valoran especialmente la comodidad y el ahorro energético, lo que impulsa la demanda de lavadoras, frigoríficos y lavavajillas inteligentes. Además, el canal online se consolida como una vía clave para estos productos, especialmente entre los consumidores más jóvenes y digitalizados. Asimismo, el gasto medio en gama blanca también ha aumentado, lo que sugiere una mayor disposición a invertir en tecnología de valor añadido. A su vez, el estudio del Observatorio Cetelem concluye que el 43 % de los hogares españoles ya dispone de, al menos, un electrodoméstico inteligente, lo que confirma una tendencia al alza en la adopción de este tipo de tecnología en el hogar. Este dato viene a confirmar el crecimiento sostenido respecto a años anteriores, impulsado por el interés en estas innovaciones tecnológicas. Esta cifra sitúa a España en una posición intermedia respecto a nuestros vecinos europeos, con una adopción sólida pero aún con margen de crecimiento frente a mercados como el británico (en donde el 48 % de los hogares tiene, al menos, un electrodoméstico inteligente), o el francés, con una penetración del 45 %.

Comodidad y ahorro

Y entre todos esos electrodomésticos, los que más destacan son los televisores inteligentes, los conocidos como Smart TVs. Según el *Estudio de Televisión Conectada 2025*, de IAB Spain, estos productos tienen una alta penetración en los hogares españoles, ya que se han consolidado como el principal medio para consumir contenido audiovisual en plataformas digitales. De tal manera que la Smart TV no solo domina como dispositivo, sino que también está transformando los hábitos de consumo y las estrategias publicitarias.

Pero si atendemos a tipo de producto, se prevé que las lavadoras inteligentes experimenten un crecimiento especialmente significativo en los últimos años, debido, principalmente, a factores como el acceso cada vez más extendido a Internet de alta velocidad y el uso masivo de smartphones en todo el mundo. Además, los últimos modelos de lavadoras no solo permiten el control remoto desde aplicaciones móviles, sino que también ofrecen ciclos de lavado y secado optimizados que ahorran tiempo, agua y electricidad.

Una comodidad tecnológica que se ha traducido en una mayor adopción por parte de consumidores, puesto que valoran aspecto como la eficiencia y la automatización de las tareas diarias.

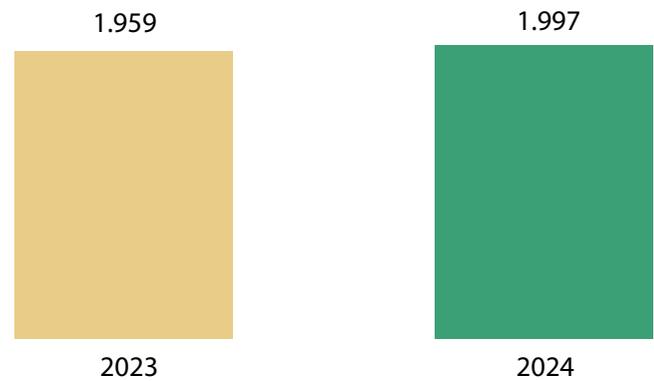
Respecto al tipo de conectividad, sin duda la tecnología wifi lidera claramente el mercado de los electrodomésticos inteligentes debido a su facilidad de integración en redes domésticas, su alcance y su capacidad para permitir el control total del dispositivo desde cualquier lugar. Además, los fabricantes lo han elegido tanto por ser una vía sencilla y fiable para actualizar el *software* del dispositivo de manera remota como por la posibilidad de recopilar datos de uso, con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente.

Ya en nuestro día a día

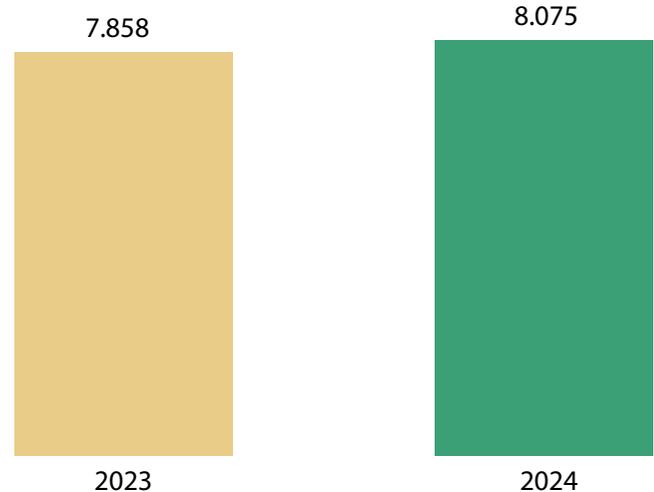
Asimismo, el estudio de Haier *Informe sobre los electrodomésticos conectados* destaca que el 29 % de los hogares en España ya dispone de al menos un electrodoméstico inteligente, lo que supone un notable aumento respecto a 2021. Una tendencia que no es exclusiva de nuestro país: a nivel mundial, el mercado de estos dispositivos alcanzó en 2024 un valor de 34.980 millones de dólares y se estima que crecerá un 53 % en los próximos cinco años, llegando a los 53.610 millones.

MERCADO ESPAÑOL DE LÍNEA BLANCA 2023-2024

Millones de euros



Miles de unidades



Fuente: Consultoras

EL 30 % DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES COMPRÓ PRODUCTOS DE GAMA BLANCA EN EL ÚLTIMO AÑO, MIENTRAS QUE UN 26 % TIENE INTENCIÓN DE ADQUIRIRLOS EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

Esta evolución refleja cómo estos aparatos se han integrado rápidamente en el día a día de los consumidores, poniendo de relieve el papel clave de la conectividad y la personalización en la vida doméstica. El informe también destaca que el 55 % de los españoles considera que la conectividad influye en su decisión de compra, y la mitad estaría dispuesta a pagar más por un modelo inteligente.

Esto sitúa a España en la media en cuanto a la adopción de electrodomésticos inteligentes, por detrás de Italia (46 %) y ligeramente por encima de Alemania (31 %). En cuanto a las funciones más valoradas siguen siendo el ahorro energético (59 %), la comodidad (43 %) y el ahorro de tiempo (38 %). Mientras que, por aparatos, los robots aspiradores y pequeños electrodomésticos multifunción (como freidoras de aire o cafeteras programables) son los que más han crecido en penetración, aunque su uso aún está por debajo del 15 %.

Gasto sí, pero moderado

La Línea Blanca registró en 2024 unos resultados positivos, situándose en los 1.997 millones de euros de facturación, algo por encima de los 1.959 millones de euros logrados en el año anterior. A su vez, los datos del número de unidades vendidas también fueron superiores en el año 2024: 8.075 millones respecto a las 7.858 unidades del pasado 2023. Esto se debe a que el gasto de los hogares españoles ha sido un motor clave del crecimiento económico reciente, ya que, en 2024, el consumo final alcanzó los 1,12 billones de euros, representando aproximadamente el 75 % del PIB, que cerró el año en 1,49 billones.

De esa cifra, el gasto de las familias supuso 814.116 millones de euros, es decir, un 54,3 % de la riqueza generada en el país. De hecho, el Banco de España ha confirmado que los hogares mantienen una situación financiera sólida, con un descenso del pago por intereses desde el 8 % al 2,6 % de su renta disponible.

A pesar de ello, se ha producido una contención en el gasto por parte de los consumidores a la hora de adquirir y renovar sus electrodomésticos de gama blanca. Así, la categoría que siempre ha sido la más demandada, la de los frigoríficos, registró un precio medio de -4 % y un valor del -2 %. Tendencia similar siguen los frigoríficos de dos puertas tipo combi. Su valor decreció un -3 %, al igual que el precio medio que adquieren, que se situó en un -4 %, algo inferior respecto a lo que costaban hace un año. Eso sí, en cuanto a las ventas por unidades, los valores son positivos, con un 2 % respecto al mismo periodo del año anterior. A pesar de estos números, una reciente encuesta mundial de consumidores de Statista señala que la industria de frigoríficos alcan-

CUOTA DE MERCADO POR CANALES · 2024



EVOLUCIÓN INTERANUAL DE LAS VENTAS · 2023-2024 (%)

	Unidades	Valor	Precio medio
Lavadoras	6	3	-2
Lavavajillas	6	5	-2
Secadoras	24	24	-1
Frigoríficos	1	-2	-4
Combi (2/3 puertas)	2	-3	-4
Americano (4 puertas)	-12	-25	-17
Congeladores	4	-3	-7
Cocinas	-22	-22	-1
Hornos	8	4	-4
Encimeras	5	1	-4
Campanas	4	-1	-5
Vinotecas	2	-7	-11

Fuente: Consultoras

zará unos ingresos cercanos a los 166.350 millones para 2028, mientras que para el periodo que comprende entre 2023 y 2028, augura un crecimiento de hasta un 25 %. Mención aparte requieren las secadoras, que se han erigido como las principales protagonistas del mercado, ya que han registrado datos positivos tanto en ventas por unidades (24 %), como por valor (24 %), mientras que han decrecido en precio medio, con un registro de -1%. Algo parecido ha ocurrido con el dato de valor promedio de lavadoras (3 %) y lavavajillas (5 %), si bien el precio medio ha descendido un -2 %, en ambos casos. El resto de los indicadores son negativos para otros

frigoríficos (tipo americano de 4 puertas, -25 %), congeladores (-3 %), vinotecas (-7 %), y campanas (-1 %). Si bien el mayor batacazo lo han sufrido cocinas, con un descenso muy acentuado del -22 % en valor. Por lo que respecta a la cuota de mercado por canales destaca el incremento del 24 % en el caso de las grandes superficies generalistas y las cadenas.

En un mercado cada vez más exigente y tecnológicamente avanzado, los electrodomésticos inteligentes ya no son una opción futurista, sino una realidad cotidiana que marca el ritmo de los hogares españoles... y de la industria que quiere seguir siendo parte de ellos. ■