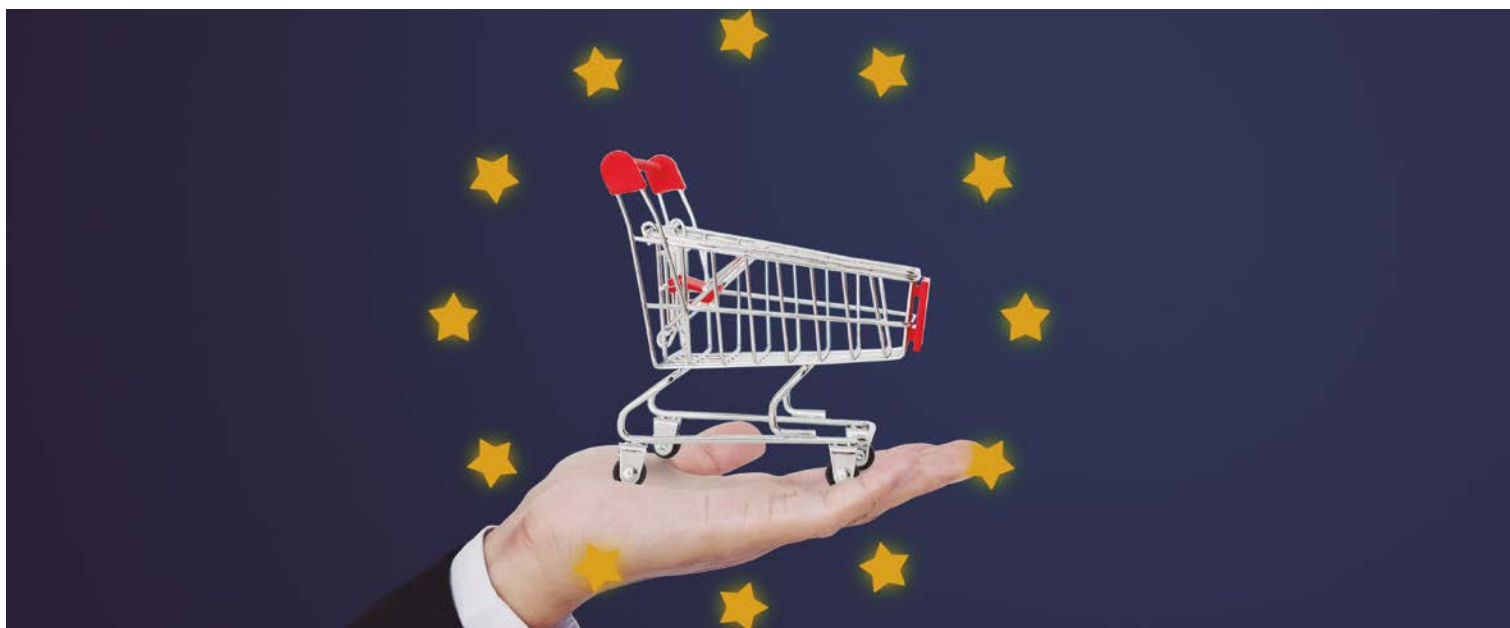


Europa emprende el camino del crecimiento sostenido



Las previsiones elaboradas por Statista reflejan que este mercado no tocará techo, al menos de aquí a los próximos cinco años, con un crecimiento anual del 4,1 % hasta 2030.

2023 fue el año de la recuperación para la industria de electrodomésticos europea. Después de tocar suelo el año anterior con unos ingresos de 93.560 millones de dólares estadounidenses (aproximadamente 80.000 millones de euros), la facturación se incrementó un 4,28 % más hasta alcanzar los 97.650 millones de dólares estadounidenses (83.500 millones de euros). El año pasado este patrón se volvió a repetir, de acuerdo a los datos aportados por *Statista Consumer Market Insights*. Así pues, el segmento de los grandes electrodomésticos recaudó 56.570 millones de dólares, que sumado a los 45.080 millones de dólares de

los pequeños electrodomésticos hacen un total de 101.650 millones dólares. Superada la cifra redonda de los 100.000 millones de 2024, la industria de electrodomésticos en Europa parece haber tomado con fuerza la senda del crecimiento sostenido. Por lo pronto, en el 2025 se proyectó que los ingresos del mercado alcancen los 105.960 millones de dólares, con un crecimiento anual del 4,1 % hasta 2030. Por categorías, se espera que el segmento de electrodomésticos grandes genere 59.070 millones de dólares en 2025 y el de los pequeños electrodomésticos, 46.890 millones de dólares. Siguiendo la tendencia al alza, Statista calcula

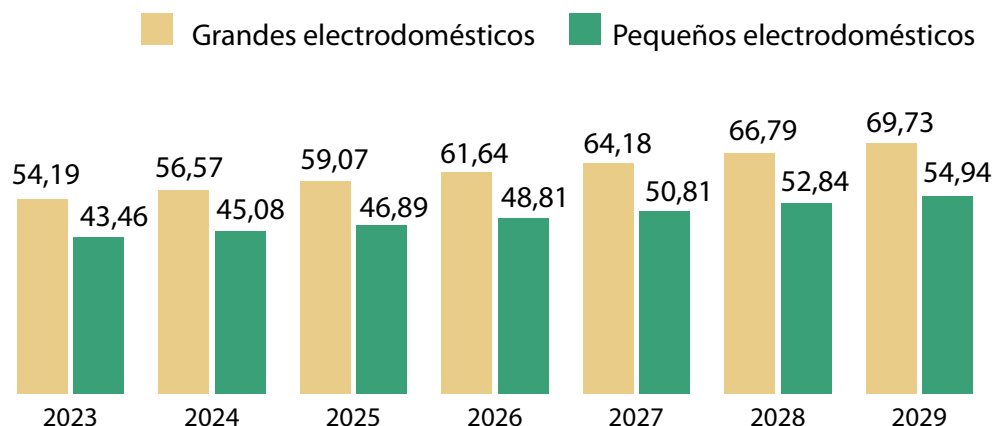
que para 2029 la facturación rondaría los 69.730 y 54.940 millones, respectivamente, con un cómputo total de más de 124.000 millones de dólares, o lo que es lo mismo, 106.000 millones de euros. Claro que, en paralelo, el precio de los aparatos irá subiendo proporcionalmente a los ingresos de la industria. Si en 2024 un gran electrodoméstico costaba unos 587 euros de media y uno pequeño, 74, en 2029 adquirir el mismo electrodoméstico valdrá, respectivamente, 676 y 90 euros.

A por la inteligencia

Los datos no engañan: el mercado de electrodomésticos en Europa está experimentan-

INGRESOS DE LA INDUSTRIA DE ELECTRODOMÉSTICOS EN EUROPA

Mil millones de dólares norteamericanos



Fuente: Statista Consumer Market Insights

do un crecimiento constante. *Statista Consumer Market Insights* relaciona este escenario a diversos factores, como la evolución de las preferencias de los clientes, las tendencias emergentes, las circunstancias locales y los factores macroeconómicos subyacentes. Por lo que se refiere a los usuarios, cada vez se están decantando más hacia productos más eficientes energéticamente y ecológicos. *“Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto ambiental de sus decisiones de compra y eligen electrodomésticos que ayudan a reducir su huella de carbono. Esto ha generado un aumento en la demanda de electrodomésticos eficientes, como refrigeradores,*

lavadoras y lavavajillas, que consumen menos energía y agua”, argumentan.

Al mismo tiempo, existe una creciente preferencia por electrodomésticos con funciones inteligentes que se pueden controlar de forma remota mediante aplicaciones móviles, proporcionando comodidad y eficiencia a los usuarios. Es por eso que aumenta la demanda de electrodomésticos con tecnología avanzada y conectividad, que ofrecen funciones como monitorización remota, seguimiento del consumo de energía y configuraciones personalizadas. La tecnología del Internet de las Cosas (IoT) desempeña un papel fundamental en el impulso de esta

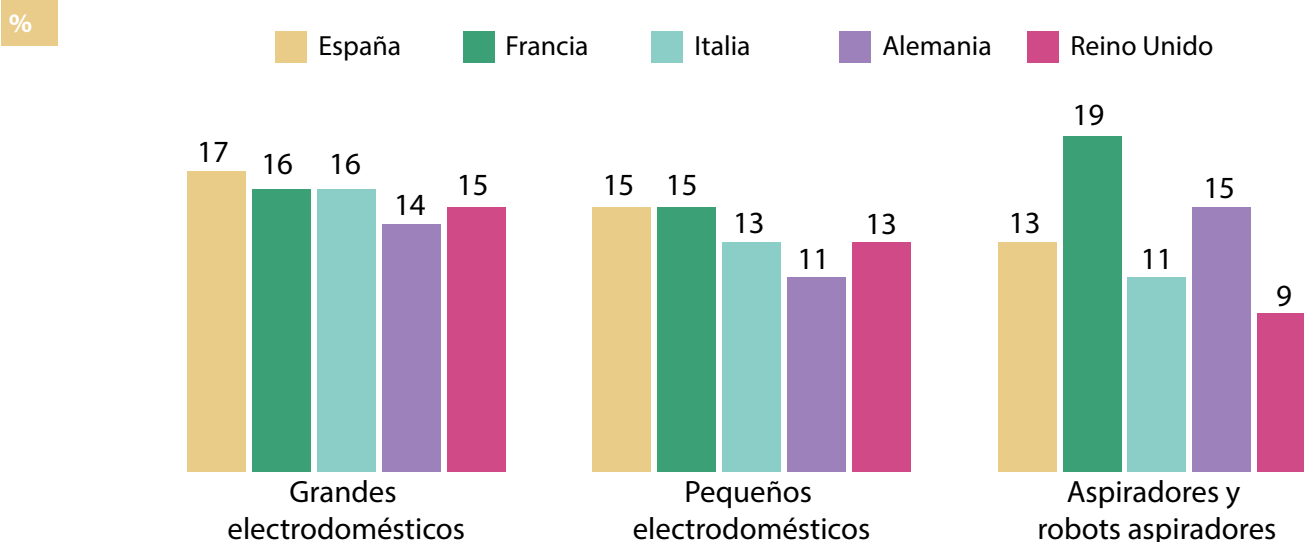
tendencia, ya que los electrodomésticos se han convertido en parte integral del ecosistema del hogar conectado.

Por ejemplo, en España, la tasa de penetración de los electrodomésticos inteligentes ha ido aumentando año a año, hasta alcanzar un 17 % en el caso de los grandes electrodomésticos, un 15% en los pequeños electrodomésticos, mientras que los robots aspiradores han calado un 13 %. De los principales países europeos es donde mayor preferencia hay hacia grandes y pequeños electrodomésticos inteligentes por parte de los usuarios, seguido de Francia, Italia, Reino Unido y finalmente de Alemania. Por otro lado, el país galo, con una tasa del 19 %, domina en la penetración de aspiradores y robots inteligentes, y España se posiciona en tercer lugar.

Otra de las tendencias clave en el mercado de electrodomésticos en Europa que destaca Statista es la creciente popularidad de los electrodomésticos integrados. No en vano, *“que los espacios habitables se vuelven más pequeños y compactos en las zonas urbanas, los consumidores buscan electrodomésticos que se integren a la perfección en su cocina o sala de estar”*. Esta tendencia es especialmente notable en los países de Europa Occidental, donde las tasas de urbanización son más altas.

Las circunstancias locales específicas también contribuyen al desarrollo del mercado de electrodomésticos en Europa. Y es que es lógico que en países con altos costes de

TASA DE PENETRACIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS INTELIGENTES EN LOS PRINCIPALES PAÍSES EUROPEOS · 2024



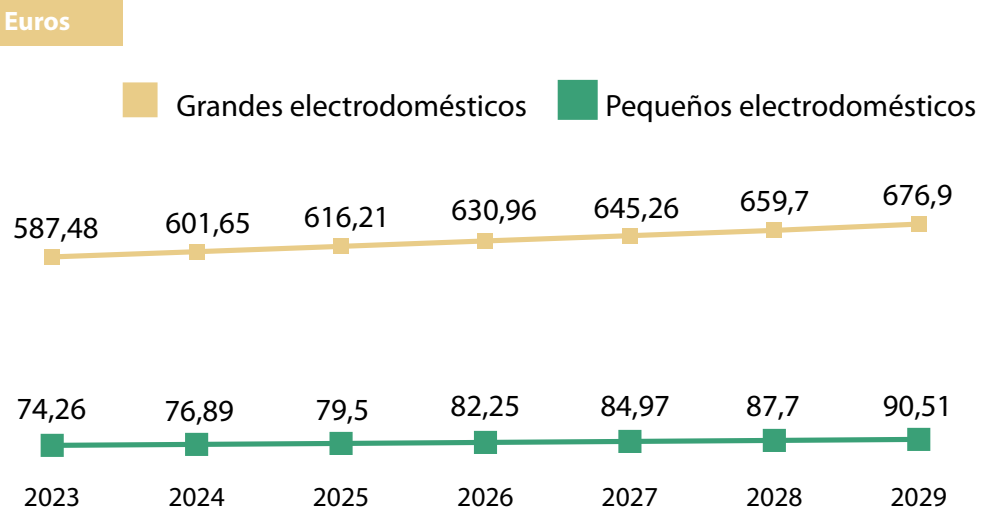
Fuente: Statista Consumer Market Insights

electricidad, los consumidores sean más propensos a invertir en electrodomésticos energéticamente eficientes. Asimismo, las regulaciones gubernamentales y los incentivos que promueven la eficiencia energética y la vida sostenible impulsan aún más la demanda de electrodomésticos ecológicos. También factores culturales como la importancia de cocinar y disfrutar del entretenimiento en casa contribuyen a la demanda de electrodomésticos de alta calidad. Así como claves macroeconómicas subyacentes, tales como el crecimiento económico, el aumento de la renta disponible y la urbanización. Esta última también genera una mayor demanda de electrodomésticos, ya que cada vez más personas se mudan a las ciudades y forman nuevos hogares.

La electrónica de consumo

Por otro lado, el comportamiento de la industria de electrónica de consumo (formada por las categorías TV, Radio y Multimedia, *Computing*, Telefonía, *Gaming*, Drones y periféricos de TV) se asemeja al de los electrodomésticos a nivel europeo. En 2022, este mercado experimentó una ligera contracción, principalmente debido a la saturación del mercado de *smartphones* y a un repunte en la demanda de dispositivos informáticos en comparación con el año anterior. Esta caída del mercado también se atribuyó a la desaceleración económica, al aumento de la inflación y al incremento de los precios de la energía, que contribuyeron a una disminución del gasto de los consumidores en equipos de entretenimiento para el hogar. El desequilibrio se ha mantenido un tiempo. En 2024 el total de los ingresos volvió a disminuir ligeramente, pasando de 197.250 a 197.150 millones de dólares estadounidenses. No obstante, 2025 parece traer consigo una recuperación que no será pasajera. Statista prevé que en el presente año la industria europea de consumo obtenga 200.580 millones de dólares, que irán dando un salto cuantitativo paulatino hasta sobrepasar los 210.000 millones de euros en 2027. Más allá de las cifras, cabe reseñar que este sector está dominado por empresas consolidadas y reconocidas, como Apple, Samsung, Huawei y Sony. Estas multinacionales ocupan una posición dominante en diversas categorías de productos, como *smartphones*, televisores, electrodomésticos

PRECIO POR UNIDAD



INGRESOS DE LA INDUSTRIA DE ELECTRÓNICA DE CONSUMO EN EUROPA

Mil millones de dólares estadounidenses

	2023	2024	2025	2026	2027
TV, Radio & Multimedia	53,83	54,8	55,51	56,2	57,29
Computing	47,32	46,3	46,53	46,74	47,68
Telefonía	82,81	82,24	84,03	85,81	89,68
Gaming	10,2	10,51	11,02	11,46	11,67
Drones	0,74	0,78	0,79	0,79	0,81
Periféricos de TV	2,35	2,52	2,70	2,89	3,13
Total	197,25	197,15	200,58	203,89	210,26

Fuente: Statista Global Consumer Survey

y consolas de videojuegos. Ahora bien, las corporaciones emergentes están ganando terreno en el mercado, siendo Xiaomi un claro ejemplo. Conocida principalmente por sus smartphones, el fabricante chino ha logrado un progreso notable en el sector. Además, gigantes tecnológicos como Google y Meta están avanzando a pasos agigantados en la realidad virtual y aumentada, que se están convirtiendo en componentes cada vez más importantes del mercado general. Por ello, la competencia en el mercado de la electrónica de consumo se está intensificando, con actores consolidados y emergentes compitiendo por cuota de mercado y la atención del consumidor. En resumidas cuentas, por un lado, el mercado de electrodomésticos en Europa está experimentando un crecimiento impulsado por las preferencias cambiantes de los clientes, las tendencias emergentes del mercado,

las circunstancias locales específicas y los factores macroeconómicos subyacentes. La transición hacia electrodomésticos energéticamente eficientes y ecológicos, la popularidad de los electrodomésticos integrados e inteligentes, las normativas e incentivos locales, y el crecimiento económico y la urbanización contribuyen al desarrollo del mercado. Por otro lado, de cara al futuro, Statista prevé que diversas tendencias impulsarán un mayor crecimiento en el mercado de la electrónica de consumo, incluyendo la aparición de las redes 5G, la creciente popularidad de los hogares inteligentes y los avances en las tecnologías de realidad aumentada y virtual. “Estas tendencias transformarán un mundo cada vez más digital e interconectado, creando un sinfín de oportunidades para la expansión del mercado de la electrónica de consumo”, remarcan.■