

Inteligencia artificial, eficiencia y conectividad a la conquista de los hogares españoles



La gama blanca vive una transformación sin precedentes. La conectividad, la inteligencia artificial y la eficiencia energética han dejado de ser elementos diferenciales para convertirse en factores clave de compra.

La tecnología ha irrumpido con fuerza en una categoría tradicionalmente asociada a la funcionalidad, transformando frigoríficos, lavadoras, secadoras, lavavajillas y hornos en dispositivos inteligentes capaces de aprender de los hábitos de uso, optimizar consumos y comunicarse con el usuario. Y mientras los consumidores buscan reducir costes y simplificar su día a día, fabricantes y distribuidores afrontan esta nueva etapa marcada por la innovación, la digitalización y la generación de valor. Una evolución que responde a una realidad cada vez más evidente. Y es que el consumidor español ya no busca un electrodoméstico que cumpla

una función determinada, sino soluciones capaces de ahorrar tiempo, energía y dinero. En este contexto, la conectividad, la automatización y la sostenibilidad se han convertido en argumentos de venta fundamentales. Los datos del Estudio Consumo España 2025 elaborado por el Observatorio Cetelem reflejan esta tendencia. Según dicho informe, el 54 % de los españoles tenía intención de adquirir productos relacionados con electrodomésticos y tecnología a lo largo del pasado año, consolidando estas categorías como una de las principales áreas de consumo del hogar. Además, su previsión era destinar una media de 518 euros a este tipo de compras, una cifra

superior a la registrada el año anterior y que demuestra la creciente disposición de los consumidores españoles a invertir en productos con mayor valor añadido.

Uno de los principales cambios que está experimentando la Línea Blanca tiene que ver con la forma en que los usuarios valoran los productos. El precio sigue siendo importante, pero ya no es el único factor decisivo. Por el contrario, analizan cada vez más aspectos relacionados con la eficiencia energética, la durabilidad, la facilidad de uso y la conectividad. Esta evolución ha favorecido el crecimiento de modelos de gama media y alta, especialmente en las categorías de frigoríficos, lavadoras y

lavavajillas. Pero esta evolución no significa que el consumidor haya dejado de ser sensible al precio, más bien al contrario. Lo que ha cambiado es la percepción del valor, ya que los usuarios, hoy en día, están dispuestos a pagar más cuando perciben beneficios relacionados con el ahorro energético, la comodidad o la durabilidad.

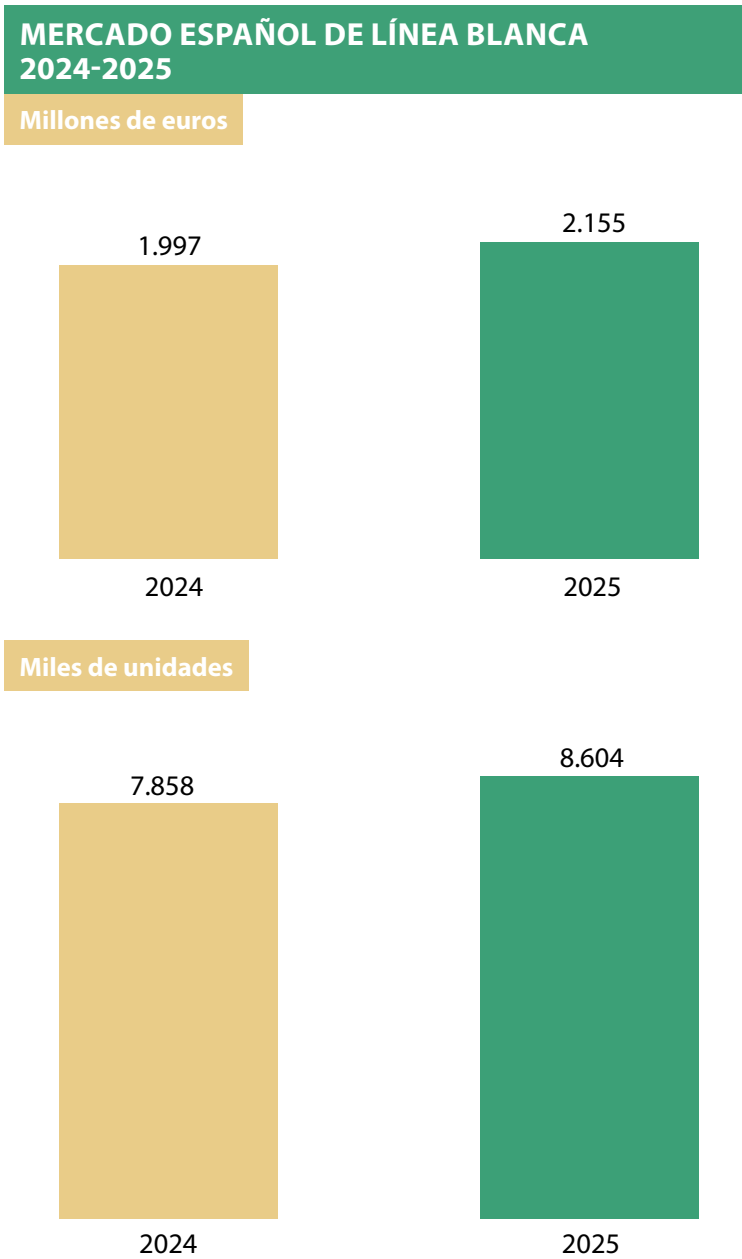
La eficiencia energética, una prioridad

Y si existe un factor que ha marcado la evolución reciente del mercado es la eficiencia energética. El incremento del coste de la electricidad durante los últimos años ha llevado a millones de hogares a prestar una atención especial al consumo de sus electrodomésticos. Esto conecta de forma directa con una creciente preocupación medioambiental, ya que cada vez más consumidores consideran el impacto ecológico de sus decisiones de compra y buscan alternativas alineadas con criterios de sostenibilidad. Algo a lo que han respondido los fabricantes, ofreciendo al mercado equipos que incorporan motores más eficientes, sistemas inteligentes de gestión energética y sensores capaces de optimizar automáticamente su funcionamiento. De hecho, según el análisis de consumo publicado por *BNP Paribas Personal Finance* España, el crecimiento del gasto relacionado con el hogar está estrechamente vinculado a la búsqueda de productos más eficientes y tecnológicamente avanzados.

Una búsqueda de la eficiencia que también se basa en sostenibilidad, que se ha convertido en uno de los grandes ejes estratégicos de la industria de Línea Blanca. Tanto es así, que la preocupación por el medioambiente ya no se limita únicamente al consumo energético, sino que tiene que ver con aspectos como la economía circular, la reducción de residuos y la prolongación de la vida útil de los productos. En este sentido, algunas de las principales iniciativas destacan el uso de materiales reciclados, la reducción de embalajes, la mejora de la reparabilidad y la incorporación de componentes más duraderos. Sobre todo, porque la normativa europea también está impulsando cambios importantes en esta dirección. De hecho, las nuevas exigencias relacionadas con eficiencia energética, diseño ecológico y derecho a la reparación están obligando a los fabricantes a replantear parte de sus estrategias de producto. La Comisión Europea está impulsando nuevas medidas relacionadas con el Reglamento de Diseño Ecológico para Productos Sostenibles (ESPR), cuyo objetivo es aumentar la durabilidad, reparabilidad y reciclabilidad de los productos comercializados en la Unión Europea. Además de otras iniciativas vinculadas al derecho a reparar que buscan facilitar el acceso a piezas de recambio y prolongar la vida útil de los electrodomésticos, reduciendo la generación de residuos y fomentando la economía circular, como señalábamos anteriormente.

El hogar conectado, una realidad

La conectividad ha pasado de ser un atributo de las gamas más avanzadas a convertirse en una característica cada vez más habitual dentro de la oferta de Línea Blanca. Los fabricantes han convertido la conexión wifi, el control remoto y la integración con aplicaciones móviles en elementos habituales dentro de frigoríficos, lavadoras, secadoras y lavavajillas. Por eso, más allá del componente tecnológico, el éxito de estos equipos se explica por su capacidad para aportar ventajas prácticas. Los usuarios pueden supervisar el funcionamiento de sus electrodomésticos desde cualquier lugar, recibir notificaciones sobre el estado de los programas o acceder a recomendaciones de uso y



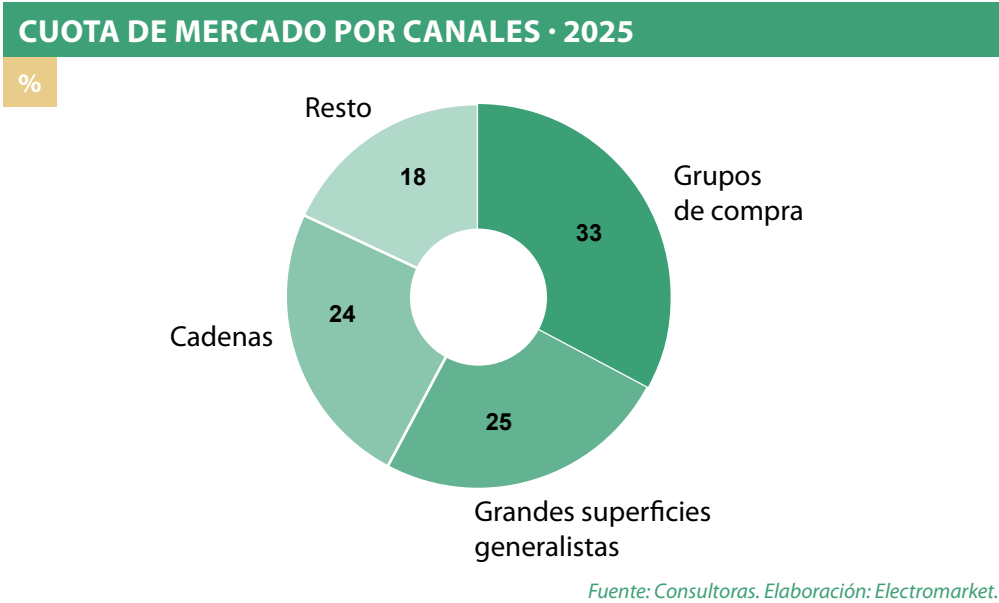
Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

mantenimiento desde una aplicación móvil. Según *Fortune Business Insights*, la expansión del mercado mundial de electrodomésticos inteligentes está estrechamente vinculada al crecimiento del Internet de las Cosas (IoT), la proliferación de hogares conectados y la demanda de soluciones domésticas más eficientes. Tanto es así, que la evolución de estas tecnologías está permitiendo que los electrodomésticos funcionen como parte de un ecosistema digital integrado. Los equipos conectados pueden intercambiar información con otros dispositivos del hogar, optimizar consumos energéticos y facilitar la automatización de las tareas domésticas. Además, las actualizaciones remotas de *software* permiten incorporar mejoras funcionales sin necesidad de sustituir el producto. Asimismo, la conectividad también está transformando la relación entre fabricantes y consumidores. Tradicionalmente, la interacción entre ambas partes terminaba prácticamente en el momento de la compra, limitándose a las incidencias cubiertas por la garantía o a las intervenciones puntuales del servicio técnico. Sin embargo, la incorporación de tecnologías conectadas está cambiando este modelo

y permitiendo establecer una relación mucho más continua a lo largo de toda la vida útil del producto. Así, los sistemas de diagnóstico remoto permiten supervisar el estado de determinados componentes y detectar anomalías antes de que se conviertan en averías graves. A su vez, la conectividad también está impulsando el desarrollo de nuevos servicios digitales. A través de aplicaciones móviles, los usuarios pueden recibir recomendaciones personalizadas, acceder a información sobre consumo energético, consultar consejos de mantenimiento o descargar actualizaciones de *software* que incorporan nuevas funcionalidades. Este tipo de servicios permite prolongar la vida útil de los electrodomésticos y mejorar la experiencia de uso sin necesidad de sustituir el producto. Por su parte, la asociación europea de fabricantes APPLiA destaca que la digitalización y la conectividad están contribuyendo a desarrollar modelos más eficientes de mantenimiento, reparación y gestión del ciclo de vida de los electrodomésticos, reforzando además los objetivos de sostenibilidad y economía circular promovidos por la Unión Europea. Esta capacidad de ofrecer servicios continuos está generando nuevas oportunidades de fidelización en una categoría tradicionalmente caracterizada por largos ciclos de renovación.

El consumidor híbrido

La forma de comprar electrodomésticos ha evolucionado a lo largo de los últimos años. El consumidor actual combina el entorno físico y el digital en prácticamente todas las fases del proceso de compra. De hecho, antes de acudir a una tienda, compara precios, consulta especificaciones técnicas, revisa opiniones de otros usuarios y visualiza vídeos sobre los productos que le interesan. Esta realidad ha convertido internet en una herramienta fundamental para fabricantes y distribuidores. El canal *online* ya no es únicamente un espacio de venta, sino también una plataforma de información, inspiración y asesoramiento. Según el Observatorio Cetelem, los consumidores españoles utilizan cada vez más los canales digitales para informarse antes de realizar compras relacionadas con tecnología y equipamiento para el hogar: el 37 % de los encuestados elegirá la tienda *online* para sus compras de este sector, seguidos del 27 % que pretende realizarlas en grandes superficies especializadas y del 23 % que pretende realizarlas en grandes almacenes. Asimismo, dentro del 37 % que pretende



EVOLUCIÓN INTERANUAL DE LAS VENTAS · 2024-2025 (%)			
	Unidades	Valor	Precio medio
Lavadoras	5	4	-1
Lavavajillas	9	6	-2
Secadoras	15	12	-3
Frigoríficos	8	6	-2
Combi 2/3 puertas	9	7	-2
Americano +4 puertas	9	-23	-29
Resto frigoríficos	7	6	-1
Congeladores	12	6	-5
Cocinas	5	4	-1
Hornos	7	5	-2
Encimeras	5	1	-5
Campanas	5	3	-2
Vinotecas	10	17	7

Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket.

comprar *online*, encontramos un 56 % que lo hará a través de *marketplaces*. Cierran el top 3 las webs de las tiendas y las del fabricante o marca con un 40 % y un 25 %, respectivamente. Aunque para muchos consumidores, la tienda física mantiene un papel fundamental, pues la posibilidad de ver el producto, recibir asesoramiento personalizado y resolver dudas continúa siendo especialmente importante en compras de importe elevado. Por ello, los distribuidores están reforzando sus estrategias omnicanal, para ofrecer una experiencia de compra más completa. Pero la gran revolución tecnológica que está redefiniendo el mercado tiene nombre pro-

prio: inteligencia artificial. Su incorporación está llevando la evolución de los electrodomésticos un paso más allá, transformando la manera en que los usuarios interactúan con ellos y optimizando su funcionamiento de forma prácticamente autónoma. En este sentido, la capacidad de recopilar y analizar datos en tiempo real permite que los electrodomésticos aprendan de los hábitos de uso y adapten automáticamente su comportamiento. Esta evolución no solo mejora la comodidad del usuario, sino que también contribuye a reducir consumos energéticos, optimizar recursos y prolongar la vida útil de los equipos. ■