

La Línea Marrón ajusta sus ventas ante un consumidor más exigente



El mercado español de Línea Marrón cerró 2025 con una facturación de 1.326 millones de euros, un 8,2 % menos que el año anterior. El sector afronta una nueva etapa marcada por la contención de la demanda y por el creciente peso de la calidad audiovisual, la conectividad y la consolidación de la inteligencia artificial.

Otro año más, el mercado español de Línea Marrón volvió a perder impulso en 2025. La facturación pasó de 1.445 millones de euros a 1.326 millones, lo que supone un descenso del 8,2 %. Esta evolución evidencia que el sector continúa condicionado por una demanda irregular y por ciclos de renovación cada vez más exigentes. Aunque las marcas siguen actualizando casi anualmente sus productos estrella, las decisiones de compra se orientan hacia una mayor calidad audiovisual. La renovación del mercado responde, en buena medida, a la transformación de los hábitos de consumo. El televisor ya no se

compra únicamente para ver la televisión. Hoy es el centro del ecosistema de entretenimiento del hogar, donde conviven plataformas de *streaming*, videojuegos, eventos deportivos, música, videollamadas e incluso funciones propias del hogar inteligente. En este contexto, el sector afronta el futuro con perspectivas positivas, especialmente de cara a 2026, un año que combinará importantes novedades tecnológicas con grandes acontecimientos deportivos capaces de estimular la demanda. Así, la Línea Marrón evoluciona hacia un entorno integrado en el que imagen, sonido y conectividad trabajan conjun-

tamente para ofrecer un entretenimiento cada vez más inmersivo.

Los servicios *streaming* acompañan las ventas

Atrás quedan los años en los que los hogares de todo el país compartían una misma programación limitada a dos canales. La reunión familiar alrededor de la televisión tradicional se ha reinventado en las últimas décadas a una velocidad vertiginosa. En este contexto, las plataformas de *streaming* para consumir películas y series están ganando mayor protagonismo en los salones españoles. De hecho, los últimos datos del Panel de Hogar-

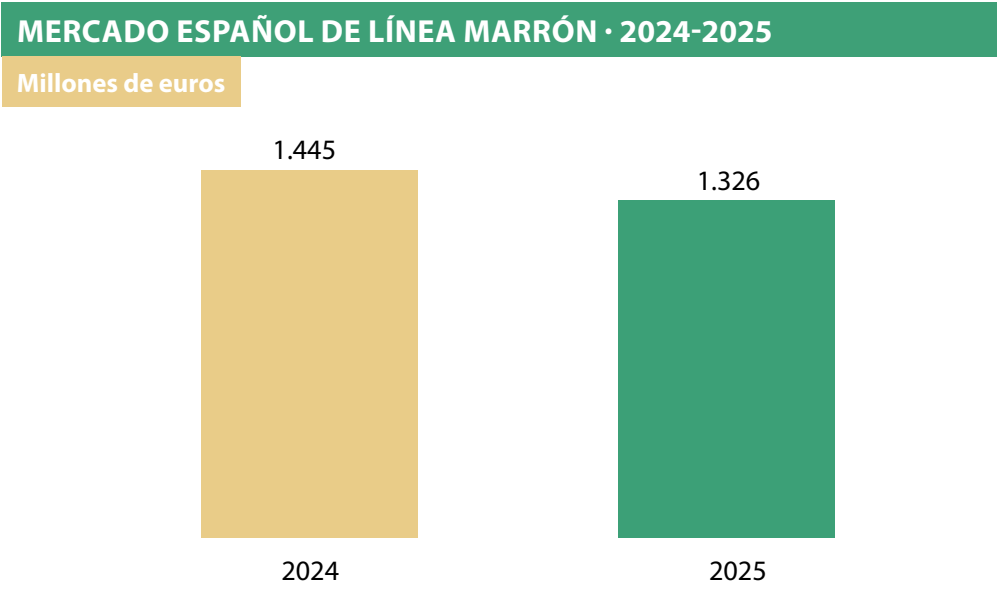
res de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) apuntan que en 2025 el 65,7 % de los hogares con acceso a Internet utilizó alguna de las plataformas *online* de pago. Una cifra que se encuentra en constante evolución y que ha alcanzado su nivel más alto de la serie histórica.

La amplia oferta de contenidos y la facilidad de acceso han reforzado el consumo audiovisual doméstico, al tiempo que la asistencia a las salas de cine descendió un 8 % respecto a 2024. Más que sustituir una experiencia por otra, esta evolución es el reflejo de cómo los consumidores buscan cada vez más disfrutar en casa de una calidad de imagen y sonido propia de una sala de proyección, impulsando la demanda de televisores de altas prestaciones y sistemas de audio envolvente. De acuerdo con *Fortune Business Insights*, el mercado mundial de *Smart TV* alcanzó un valor de 258.080 millones de dólares en 2025 y las previsiones apuntan a que crecerá hasta los 678.860 millones de dólares en 2034, con una tasa media anual del 11,5 %. Asia-Pacífico lidera un año más este mercado al concentrar más de un tercio de la cuota mundial, aunque Europa mantiene una posición destacada gracias a una elevada penetración de estos dispositivos y al interés por actualizar los equipos domésticos.

PESO POR PRODUCTO SOBRE EL TOTAL · 2025	
Facturación (%)	
Soportes de TV	1
Videocámaras	1
TV OLED	16
TV LCD Ultra HD	56
TV LCD No Ultra HD	10
Decodificador TDT	3
Audio Home Systems	1
Altavoces	4
Mini altavoces	6
Radio	1
Sint+Ampl+Recept.	1
Car audio	0
Car speakers	0
Car navigation	0
Car vision	0

Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

LA CONECTIVIDAD Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GANAN PESO EN LAS DECISIONES DE COMPRA



EVOLUCIÓN INTERANUAL DE LAS VENTAS · 2024-2025			
	Unidades	Valor	Precio medio
Soportes de TV	1	-4	-5
Videocámaras	21	26	6
TV Total	-19	-16	5
TV OLED	7	3	-3
TV LCD Ultra HD	-7	-13	-5
TV LCD No Ultra HD	-35	-42	-7
Decodificador TDT	-88	-87	-1
Audio Home Systems	-3	-8	-2
Altavoces	11	4	-5
Mini altavoces	-10	15	29
Radio	33	13	-11
Sint+Ampl+Recept.	-35	-42	-7
Car audio	-12	-13	3
Car speakers	3	2	1
Car navigation	-18	-10	10
Car vision	-4	-16	-13

Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

Aunque el 8K sigue ganando presencia entre las gamas más altas, el estándar 4K UHD se mantiene dominando el mercado gracias al equilibrio que ofrece entre calidad visual y precio. Esta resolución proporciona cuatro veces más definición que el Full HD, una característica especialmente apreciada en televisores de gran formato. Precisamente, el segmento comprendido entre las 44 y las 55 pulgadas mantiene el mayor volumen de ventas al ofrecer una combinación equilibrada entre inmersión y adaptación a la mayoría de los salones. Sin embargo, las previsiones apuntan a que los modelos superiores a las 65 pulgadas serán los que experimenten el mayor crecimiento durante los próximos años.

En cuanto a las tecnologías de panel, los televisores LED se posicionan como mayoritarios gracias a su competitiva relación entre prestaciones y coste, mientras que las tecnologías QLED y OLED siguen ampliando su presencia entre los consumidores que buscan una mayor fidelidad cromática, niveles de brillo superiores y negros más profundos. Paralelamente, los diseños ultrafinos y las pantallas planas siguen imponiéndose por su facilidad de integración en cualquier espacio y por el creciente interés por instalaciones murales que priorizan la estética del salón.

Materialización del Plan Técnico Nacional de la TDT

Si el pasado año el sector asistía a la aprobación del nuevo Plan Técnico Nacional de la TDT, este año las medidas comienzan a hacerse efectivas con el despliegue efectivo del estándar DVB-T2, que permitirá iniciar las emisiones en Ultra Alta Definición (UHD) a partir del 5 de noviembre de 2026. De acuerdo con el Ministerio para la Transición Digital y de la Función Pública, la primera fase contempla la reorganización de los canales nacionales y el inicio de emisiones simultáneas en HD y UHD en los principales canales de TDT. Los usuarios deberán volver a sintonizar sus televisores para acceder tanto a los nuevos canales como a las emisiones en Ultra Alta Definición. Al mismo tiempo, el nuevo estándar optimiza el uso del espectro radioeléctrico, permitiendo ampliar la oferta televisiva con la incorporación de un nuevo canal de ámbito estatal.

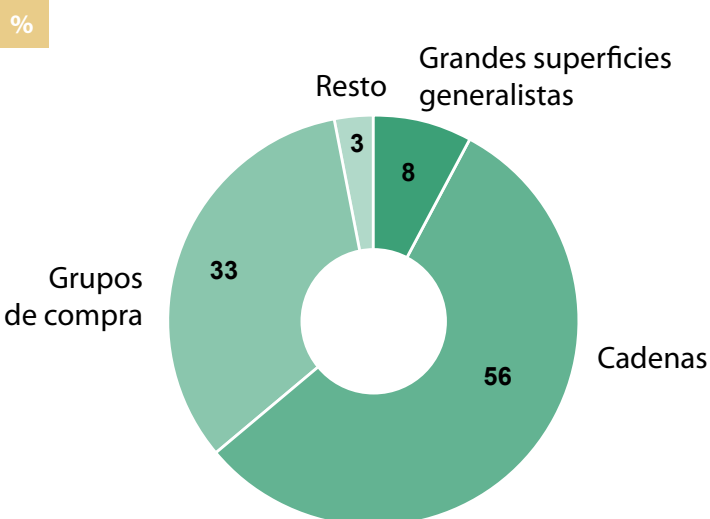
Para el sector de la Línea Marrón, este proceso representa un nuevo estímulo para la renovación del parque de televisores. Desde la entrada en vigor del Plan Técnico Nacional, todos los modelos comercializados en España deben ser compatibles con las emisiones en UHD mediante DVB-T2, mientras que los equipos antiguos seguirán recibiendo los canales en alta definición durante esta primera fase de transición. Aunque no será necesario sustituir inmediatamente los televisores actuales, la llegada de las emisiones en 4K UHD favorecerá la demanda de equipos preparados para aprovechar las nuevas prestaciones.

Más que un complemento

El mercado del sonido vive una etapa de diversificación en la que conviven categorías muy diferentes, impulsadas por perfiles de consumidor y formas de uso cada vez más variadas. Lejos de solo acompañar al televisor, los equipos de audio han adquirido entidad propia dentro de la Línea Marrón motivados por el crecimiento del *streaming* musical, el auge del podcast, los videojuegos y el interés por disfrutar de experiencias de escucha de mayor calidad tanto dentro como fuera del hogar.

Las barras de sonido siguen siendo uno de los productos más demandados, incorporando tecnologías como *Dolby Atmos* o *DTS:X*

CUOTA DE MERCADO POR CANALES · 2025



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

y configuraciones inalámbricas que facilitan su instalación. Sin embargo, el mercado también está marcado por el crecimiento de los altavoces *Bluetooth* portátiles, que destacan por su autonomía, resistencia al agua y facilidad de transporte, así como por los altavoces domésticos diseñados para llenar de música diferentes estancias mediante sistemas *multiroom* y conectividad *WiFi*.

Al mismo tiempo, el segmento del audio personal mantiene una fuerte actividad gracias a los auriculares *True Wireless*, cada vez con mayor autonomía, cancelación activa de ruido y mejor calidad de sonido. A ellos se suman los modelos específicos para *gaming*, orientados a ofrecer baja latencia y una mayor precisión en el audio durante las partidas, un segmento que continúa creciendo de la mano del ocio digital.

Junto a estas categorías, también gana presencia el regreso a la estética de lo analógico con los tocadiscos y los equipos de alta fidelidad como protagonistas. El renovado interés por el vinilo ha impulsado el lanzamiento de modelos que combinan un diseño inspirado en décadas pasadas con conexiones *Bluetooth*, *USB* o salidas digitales, acercando este formato tanto a los aficionados tradicionales como a nuevos consumidores. Asimismo, amplificadores, receptores *AV* y sistemas *Hi-Fi* continúan encontrando su espacio entre quienes buscan una reproducción sonora de mayor fidelidad y configuraciones más personalizadas. ■

LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA CONVIVE
CON CICLOS DE RENOVACIÓN CADA VEZ MÁS
EXIGENTES