

A nivel europeo, el sector vuelve a los números positivos



Después de que los ingresos de la industria de electrodomésticos en Europa disminuyeran en 2022, las previsiones eran que 2023 fuera un año de recuperación. Se han cumplido y han aumentado un 4,28%. Se considera que ya estamos dentro de un período de crecimiento paulatino. La mirada sigue puesta en los electrodomésticos inteligentes.

Los datos a nivel europeo de los ingresos de la industria de electrodomésticos nos llevan a considerar que 2023 fue el año de la recuperación. Se pasó de los 93.560 millones de dólares americanos (86.240 millones de euros) de 2022 a 97.650 millones (90.010 mil millones de euros). Es decir, un 4,28 % más.

El año anterior, había sido negativo, pero ahora se confirma que entonces se tocó suelo. Además, se han superado las expectativas que se tenían, que eran de alcanzar los 92.400 millones de dólares (85.175 millones de euros). Prácticamente se ha vuelto a los niveles de 2021. Las previsiones para el período 2024-2028 se han mejorado con respecto a los análisis de

hace doce meses. Se vivirá un crecimiento paulatino, hasta alcanzar los 119.620 millones de dólares (110.263 millones de euros). Se espera un crecimiento de aquí al 2028 de un 20,22 %.

En 2023, aumentaron en Europa tanto los ingresos de la industria de grandes electrodomésticos como los de la industria de pequeños electrodomésticos. Los grandes subieron de 51.620 millones de dólares (47.564 millones de euros) en 2022 a 54.190 millones de dólares (49.926 millones de euros) en 2023, un 4,86 % más. Los pequeños, de 41.930 millones de dólares (38.631 millones de euros) a 43.460 millones de dólares (40.041 millones de euros), un 3,58 % más. De

estos porcentajes se concluye que los grandes electrodomésticos se comportaron ligeramente, muy ligeramente, mejor que los pequeños electrodomésticos. No obstante, se movieron en consonancia.

Electrodomésticos inteligentes

Las empresas están integrando tecnologías avanzadas como el Internet de las Cosas (IoT) y la inteligencia artificial (IA) en sus productos para mejorar la funcionalidad y la eficiencia energética. Ya escribimos hace un año que la oportunidad se encuentra sobre todo en los electrodomésticos inteligentes y reconocimos que su penetración tiene margen de mejora. Por ejemplo, en España, la de los grandes electrodomésticos era de

Ingresos de la industria de electrodomésticos en Europa

Mil millones de dólares americanos



* Previsiones para 2024 y en adelante. Fuente: Statista Consumer Market Insights

¿Más confianza?

El GfK Euro Clima de Consumo correspondiente al pasado mes de junio confirma que la población va recuperando, muy poco a poco, la confianza en los ingresos del hogar tras otra nueva mejoría que mantiene el indicador en positivo (+3 puntos). Es una de sus principales conclusiones.

En el informe se percibe "sensación de estancamiento en cuatro de los cinco indicadores analizados: expectativas sobre la evolución de la economía en España, previsiones de ingresos y disposición al gasto y al ahorro". El documento apunta que, en estos casos, no se producen mejorías y cuando se registran no lo hacen lo suficiente como para dar un vuelco a la situación e impulsar el consumo. Es la percepción sobre la inflación la que experimenta un comportamiento

un 13 %, al igual que la de los pequeños electrodomésticos, y la de los aspiradores y robots aspiradores era un 11 %. Ahora, se ha dado pasos hacia adelante y ya la de los grandes electrodomésticos es de un 17 %, la de los pequeños electrodomésticos es de un 15 % y la de aspiradores y robots aspiradores, de un 13 %.

Hay una creciente adopción de electrodomésticos inteligentes debido a su capacidad para ofrecer mayor comodidad y automatización. Tanto en grandes como pequeños electrodomésticos inteligentes, España ya es líder en su penetración. En grandes electrodomésticos, Francia e Italia disfrutan de un

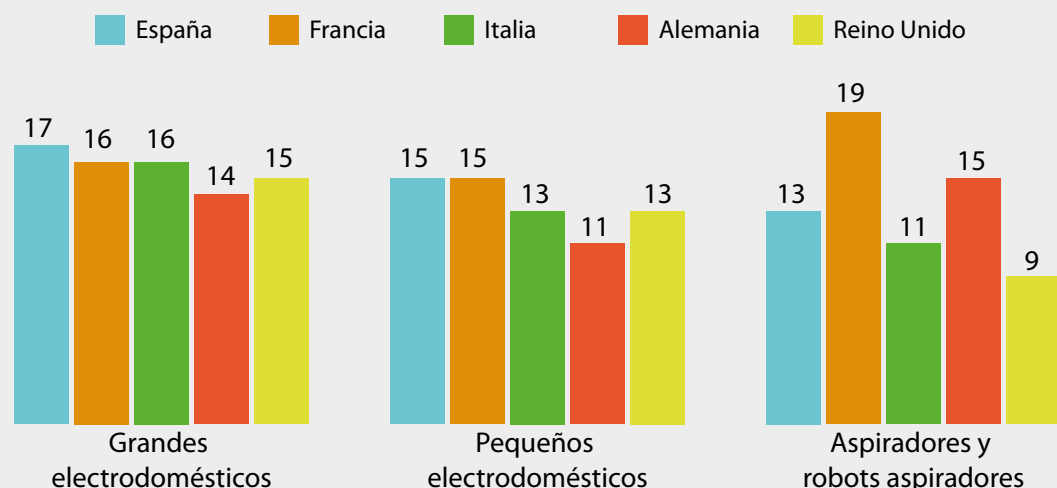
16 %, mientras que Alemania y Reino Unido de un 14 % y un 15 %, respectivamente. En pequeños electrodomésticos, Francia, de un 15 %, Italia y Reino Unido, de un 13 % y Alemania, de un 11 %. En el capítulo de aspiradores y robots aspiradores, no tenemos el liderazgo, que es de Francia, con un 19 %. Por delante de nosotros está Alemania con un 15 % y por detrás están Italia con un 11 % y Reino Unido con un 9 %.

Por otro lado, la conciencia sobre la sostenibilidad está aumentando, lo que lleva a una mayor demanda de electrodomésticos eficientes en el consumo de energía y que utilizan materiales ecológicos.

En 2023, crecieron en Europa tanto los ingresos de la industria de grandes electrodomésticos como los de la industria de pequeños electrodomésticos

Penetración de electrodomésticos inteligentes en los principales países europeos

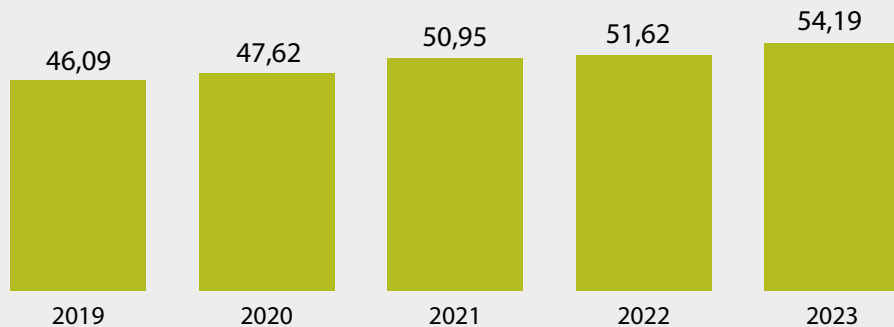
%



Fuente: Statista Consumer Market Insights

Ingresos de la industria de grandes electrodomésticos en Europa

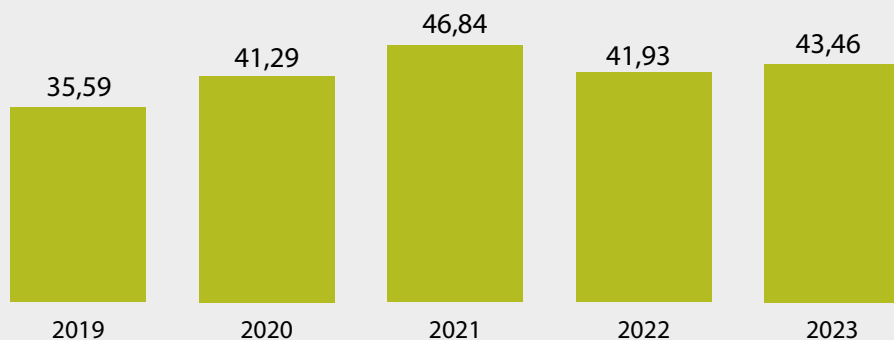
Mil millones de dólares americanos



Fuente: Statista Global Consumer Survey

Ingresos de la industria de pequeños electrodomésticos en Europa

Mil millones de dólares americanos



Fuente: Statista Global Consumer Survey

diferencial, ya que "la población parece que empieza a pensar que los precios no seguirán bajando en los próximos meses".

Antonieta Martín, responsable del estudio en España, ha recordado que, para controlar la inflación, "el Banco Central Europeo (BCE) estimula que los hogares gasten más en hipotecas y menos en compras masivas de productos capaces de hacer subir los precios". En ese sentido, "si las familias españolas planean controlar sus compras, aunque vean mejorar sus ingresos, esto apoya la estrategia del BCE". Las políticas de altas tasas de interés no favorecen el crecimiento económico basado en el consumo. Por todo ello, esperan que los resultados actuales "se mantengan tozudamente durante los próximos meses". En nuestro país, poco a poco se consolida la confianza en los ingresos. De hecho, son ya diez meses de mejoría en el indicador

de previsiones de ingresos de los hogares en España. Esto revela que la mayor parte de la población espera que en los próximos meses sus ingresos mejorarán. En junio, el avance es de únicamente un punto. Con +3 puntos, España se sitúa en la posición 19 entre 30 países analizados, lo que muestra que la recuperación de la confianza en los ingresos es también general en el resto de Europa, con 21 países en positivo.

Si se analizan en detalle las grandes economías de la región, destaca la caída de cinco puntos de Reino Unido en junio, que ha dejado en +6 al índice, así como el descenso de cuatro puntos de Alemania que ha cerrado el mes en +8. Tanto Francia como Italia continúan en valores negativos importantes, con -15 puntos en ambos casos. No obstante, en GfK Euro Clima de Consumo, se advierte de que no pueden hablar de un cambio claro en la percepción de

la población respecto a la evolución de la economía española. "Con tan sólo una mejora de un punto, volvemos a hablar de incertidumbre debido a un indicador en -14 puntos. Un valor negativo importante, que nos sitúa en la posición 21 del ranking de los 30 países analizados y que sigue lejos del -8 del total UE", explican desde esta empresa de investigación de mercado.

Frente a las dudas de la ciudadanía en España, están los importantes progresos en Reino Unido, con un alza de siete puntos que sitúa el indicador en positivo +5 puntos. También muestran más confianza los habitantes de Alemania, con +3 puntos en el indicador, a pesar de la destacada bajada de siete puntos que han sufrido respecto al mes anterior. Francia e Italia tampoco salen de la negatividad con sus indicadores en -10 y -19 puntos.

En nuestro país, al igual que ocurre en la gran mayoría del continente, el consumo continúa en niveles negativos. Con -20 puntos estamos en la posición 18, a escasa distancia del total UE (-18). Esto refleja el ambiente general de contención del gasto en Europa.

Respecto a las grandes potencias económicas de la zona, en Reino Unido, Francia y Alemania tampoco hay cambios y mantienen su negatividad. Muy alta en el caso de británicos y franceses, con -36 y -31 puntos, respectivamente. Los alemanes, con el indicador en -13 puntos, y los italianos, con -3, son de los menos reticentes a comprar, todo valorado desde un punto de vista muy pesimista.

Si los últimos meses hemos visto cómo la población en España veía relativamente cerca una bajada de la inflación, el último GfK Euro Clima refleja lo que podría ser un cambio de percepción tras una caída en las expectativas de seis puntos, que sitúan en -1 el indicador. El total de la UE, por el contrario, sí se estabiliza en -12. A diferencia del resto de indicadores, un valor negativo muestra que los entrevistados esperan que los precios no sigan subiendo.

Con todo, el mercado europeo de electrodomésticos está dominado por grandes empresas como Haier, LG Electronics, Whirlpool, Midea Group, BSH, Electrolux, Groupe SEB y Arçelik, sin olvidar a Samsung Electronics. Además, el número de empleados en la industria de electrodomésticos en Europa de 2020 a 2023 ha crecido considerablemente. Había 210.790 empleos directos en 2020 y 220.000 en 2023. Los empleos indirectos en 2020 eran 716.690 y 748.000 en 2023. ■