

Una evolución que se sostiene

El mueble de cocina español afronta un escenario condicionado por la incertidumbre internacional, la evolución de los costes y los cambios en los hábitos de consumo. Pese a estas dificultades, los principales indicadores del sector muestran una evolución positiva y sitúan la producción nacional en 890 millones de euros en 2025.

Las ferias del mueble a nivel nacional e internacional comparten un mismo sentimiento generalizado de incertidumbre sobre cómo afectarán los conflictos geopolíticos a la industria, especialmente teniendo en cuenta que se trata de un sector globalizado que depende en gran medida de las cadenas de suministro internacionales, de las materias primas específicas y del comercio exterior. Los tableros de partículas, el tablero de fibra de densidad media (MDF, por sus siglas en inglés) o la madera maciza, que forman parte de la estructura y las puertas de los muebles, sufren variaciones de precio drásticas que obligan a los fabricantes nacionales a comprar estos materiales a precios más elevados.

También los muebles de cocina modernos necesitan abastecerse de herrajes técnicos avanzados –guías de cajones, bisagras amortiguadas, sistemas de apertura push o columnas extraíbles– que están experimentando retrasos en las entregas y, por consiguiente, paralizando las cadenas de montaje de las fábricas de muebles nacionales. De hecho, tanto el acero como el aluminio sufren una gran volatilidad con motivo de los costes de energía en las fundiciones internacionales.

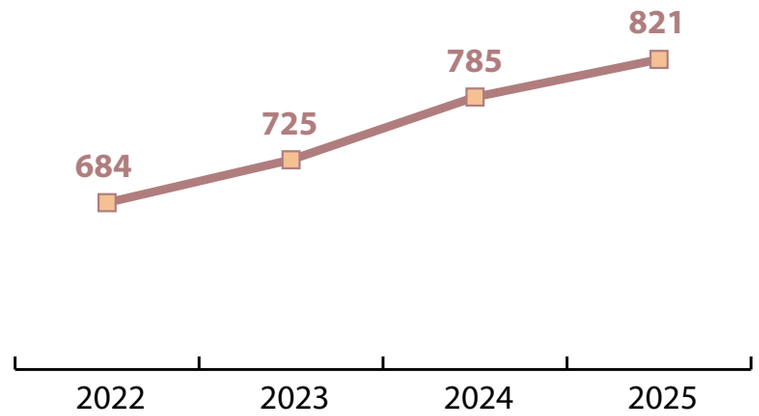
Siguiendo esta línea, también cabe mencionar los cambios de prioridad en el consumidor, que en épocas de crisis tiende a posponer la compra de bienes duraderos no esenciales, como es la renovación del mobiliario del hogar. No obstante, el mueble de cocina español sigue sosteniendo el pulso a un contexto desfavorable y no solo en 2025 mantiene sus cifras, sino que también supera los datos de años anteriores.

La calma frente a la fatiga digital

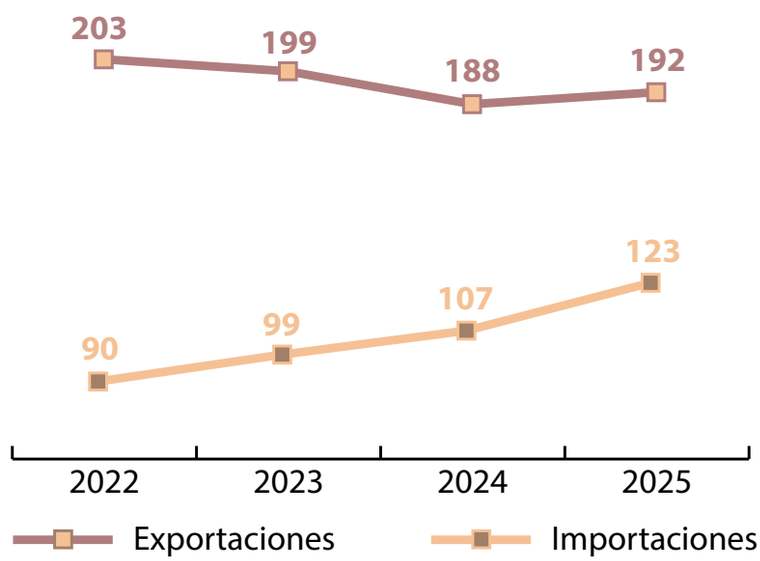
La evolución del mueble de cocina español se produce en un escenario en el que las condiciones externas obligan a los fabricantes a prestar atención no solo a los costes de producción, sino también a los cambios que se están produciendo en los hábitos de compra. El consumidor actual dispone de un volumen cada vez mayor de información y puede comparar productos, materiales, acabados y precios a través de un simple clic. De esta forma, la digitalización ha modificado la relación entre las marcas, los distribuidores y el usuario final, aunque la compra de una cocina mantiene una serie de particularidades que dificultan que pueda equipararse a la adquisición de otros bienes de consumo.

Se trata de una categoría vinculada a una inversión elevada y, en muchos casos, a un proyecto que requiere planificación, asesoramiento y adaptación al espacio disponible. La decisión no depende únicamente de una cuestión estética. La

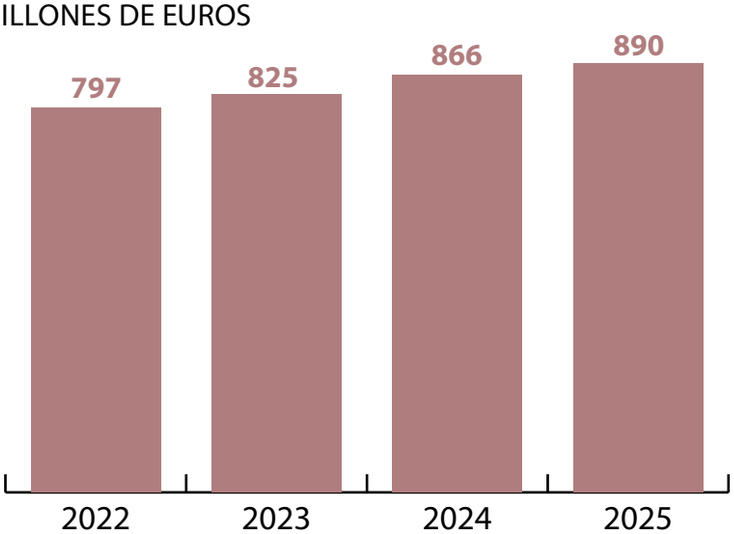
MERCADO INTERIOR APARENTE
MILLONES DE EUROS



EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES / IMPORTACIONES
MILLONES DE EUROS



EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN
MILLONES DE EUROS



distribución, la capacidad de almacenamiento, la resistencia de los materiales, la funcionalidad de los herrajes o la integración de los electrodomésticos forman parte de un conjunto de variables que el consumidor debe valorar antes de cerrar la compra.

En este contexto, la abundancia de estímulos digitales convive con una búsqueda de mayor seguridad durante el proceso de decisión. Las herramientas digitales permiten consultar catálogos, visualizar composiciones y conocer las diferentes alternativas disponibles, pero el consumidor continúa recurriendo a profesionales para resolver cuestiones relacionadas con la planificación y la instalación. El punto de venta y las ferias presenciales mantienen, por tanto, una función relevante como espacio de asesoramiento y como lugar en el que comprobar físicamente materiales, colores y soluciones. Esta situación también está modificando la manera en la que los fabricantes nacionales abordan su relación con el mercado. La presencia digital se ha convertido en un elemento habitual de la comunicación de las empresas, pero su utilidad está vinculada a la capacidad de trasladar información clara sobre los productos y facilitar el contacto con los profesionales.

La denominada fatiga digital no implica, por tanto, un rechazo de estas herramientas, sino una demanda de mayor equilibrio entre los diferentes puntos de contacto. Después de años en los que la digitalización ha ganado protagonismo, para las empresas el reto consiste en diferenciar los contenidos útiles de aquellos que aportan poco valor al proceso de compra. El mueble de cocina se encuentra así entre dos dimensiones que deben convivir. Por un lado, la tecnología permite ampliar las posibilidades de diseño, mejorar la planificación y facilitar el acceso a la información. Por otro, la naturaleza del producto mantiene la importancia del contacto físico y del asesoramiento especializado.

El impulso del 'hecho en España'

La evolución de las cifras de producción pone de manifiesto el peso que mantiene la fabricación nacional dentro del mueble de cocina. Los 890 millones de euros alcanzados en 2025 representan un incremento del 11,67 % respecto a 2022 y reflejan una evolución positiva en un escenario marcado por la presión sobre las materias primas, la energía y las cadenas de suministro. La fabricación nacional afronta, en este sentido, una doble exigencia. Por una parte, debe mantener una estructura de costes que permita competir en un mercado en el que participan fabricantes de diferentes países. Por otra, tiene que responder a unas expectativas cada vez mayores en términos de diseño, personalización, funcionalidad y calidad. La combinación de estos factores condiciona las decisiones de inversión, producción y comercialización de las empresas.



El comportamiento del mercado interior aparente también muestra la dimensión que ha adquirido el sector. En 2025 se sitúa en 821 millones de euros, por encima de los 684 millones registrados en 2022. La evolución se produce en paralelo al incremento de las importaciones, que pasan de 90 millones de euros en 2022 a 123 millones en 2025. En el caso de las exportaciones, la evolución es más contenida. En 2025 alcanzan los 192 millones de euros, un 2,13 % más que en el ejercicio anterior, aunque todavía se mantienen por debajo de los niveles de años anteriores. La internacionalización continúa siendo una vía relevante para las empresas españolas, pero está condicionada por un entorno exterior en el que los costes logísticos, la disponibilidad de materias primas y las tensiones comerciales pueden alterar las condiciones de acceso a determinados mercados.

El concepto de 'hecho en España' adquiere así una dimensión que va más allá del origen del producto. La proximidad de la fabricación puede facilitar determinados procesos de suministro y comunicación, mientras que el conocimiento acumulado por la industria permite desarrollar soluciones adaptadas a las necesidades específicas del mercado. En un contexto de incertidumbre sobre las cadenas internacionales, disponer de capacidades productivas próximas puede convertirse en un elemento relevante dentro de la planificación empresarial.

Esta circunstancia no significa que el sector pueda desvincularse de los mercados internacionales. La fabricación de cocinas continúa dependiendo de componentes, materias primas y tecnologías procedentes de diferentes países. Herrajes, sistemas de apertura, mecanismos de almacenamiento y otros elementos técnicos forman parte de una cadena de valor internacionalizada. Por ello, la fabricación nacional convive necesariamente con una red de proveedores internacionales. El reto se encuentra en gestionar esta dependencia sin perder capacidad de respuesta. Las fluctuaciones de precios y los retrasos en las entregas pueden afectar directamente a los plazos de producción y, en última instancia, a los proyectos de los clientes. Para las empresas, disponer de una planificación más precisa y de alternativas de suministro puede contribuir a reducir el impacto de estas situaciones.

La evolución del mueble de cocina español durante los últimos ejercicios muestra, en cualquier caso, un sector que mantiene actividad pese a un escenario complejo. El crecimiento de la producción y del mercado interior aparente convive con una evolución más moderada de las exportaciones y con un entorno internacional sometido a diferentes tensiones. A ello se suman cambios en el comportamiento del consumidor y una transformación de los canales de información y compra. La industria afronta ahora una etapa en la que la capacidad de adaptación tendrá un peso relevante. Más que una evolución lineal, los datos dibujan un escenario con comportamientos diferentes según cada indicador. Mientras la producción alcanza los 890 millones de euros y el mercado interior aparente llega a

La funcionalidad convive con la búsqueda de soluciones estéticas y la tecnología con una demanda de mayor sencillez en el uso cotidiano



<<Gamadecor

La relación entre cocina y resto de la vivienda continúa influyendo en el diseño del mobiliario

821 millones, las exportaciones avanzan a un ritmo más contenido. El resultado es un sector que mantiene una actividad sólida, pero que continúa expuesto a factores externos sobre los que las empresas tienen un margen de actuación limitado.

Tendencias que marcan el mueble de cocina

Más allá de la evolución de las cifras, el mueble de cocina también está experimentando cambios relacionados con las necesidades de los hogares y con la manera en la que se conciben estos espacios. La búsqueda de una mayor funcionalidad continúa condicionando buena parte de las decisiones de diseño, especialmente en viviendas donde los metros disponibles son limitados. Las soluciones de almacenamiento, los herrajes que permiten aprovechar zonas de difícil acceso y los sistemas extraíbles adquieren relevancia al permitir organizar el espacio sin aumentar su superficie.

Así, la personalización se instaura como una de las líneas que está ganando presencia en el sector. El consumidor busca composiciones que respondan tanto a las características de la vivienda como a sus preferencias estéticas y funcionales. Esta demanda se traduce en una mayor variedad de acabados, colores, materiales y configuraciones, al tiempo que los fabricantes deben mantener procesos productivos capaces de responder a pedidos cada vez más específicos. En este contexto, los materiales desempeñan un papel relevante. La evolución de los tableros y revestimientos permite combinar diferentes acabados y texturas, mientras que la resistencia y facilidad de mantenimiento siguen siendo factores importantes en una estancia sometida a un uso intensivo. La tendencia hacia superficies de aspecto natural convive con propuestas de carácter más técnico, lo que amplía las posibilidades para proyectos de estilos diferentes.

La integración tecnológica constituye otra de las líneas de evolución. Los sistemas de apertura asistida, la iluminación integrada o los mecanismos eléctricos aplicados a cajones y columnas forman parte de un equipamiento cada vez más sofisticado. Estas soluciones buscan facilitar el uso cotidiano de la cocina y mejorar la accesibilidad de los espacios de almacenamiento, especialmente en composiciones de gran capacidad.

La relación entre cocina y resto de la vivienda también continúa influyendo en el diseño del mobiliario. Las distribuciones abiertas han favorecido que los muebles de cocina tengan una mayor presencia visual y que los acabados se coordinen con otros elementos del interiorismo. De este modo, las fronteras entre las distintas zonas de la vivienda se hacen menos evidentes y el mobiliario adquiere una función que combina almacenamiento, equipamiento y definición estética del espacio.

El resultado es un mercado en el que las tendencias no responden a una única dirección. La funcionalidad convive con la búsqueda de soluciones estéticas, la personalización con la necesidad de optimizar los procesos industriales y la tecnología con una demanda de mayor sencillez en el uso cotidiano. En este escenario, los fabricantes nacionales afrontan el reto de adaptar sus propuestas a unos consumidores que valoran tanto el diseño como la capacidad del mobiliario para responder a las necesidades concretas de cada vivienda.



<<Saitra