

# CONSUMO ESPAÑA 2024

SECTOR  
MUEBLES DE  
COCINA

 [elobservatoriocetelem.es](http://elobservatoriocetelem.es)  
 [cetelem.es](http://cetelem.es)  
 [@Obs\\_Cetelem\\_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

**OBSERVATORIO**  
Cetelem



# ÍNDICE

- 03 El Observatorio Cetelem.**  
María Ruíz-Manahan, CEO  
BNP Paribas Personal Finance en España.
- 04 Editorial.**  
Liliana Marsán,  
Responsable de El Observatorio Cetelem,  
BNP Paribas Personal Finance en España.
- 05 Sector Muebles de cocina**
- 06 Tipo de producto comprado**
- 07 Canal de compra**
- 10 Motivos de elección de establecimiento**
- 12 Gasto medio**
- 14 Medio de pago**
- 15 Aspectos generales del comportamiento de los compradores del sector Muebles de cocina**
- 15 Fuentes de información en la decisión de compra**
- 16 Intención de compra para los próximos 12 meses**
- 18 Intención gasto medio en los próximos 12 meses**
- 19 Intención canal de compra en los próximos 12 meses**
- 21 Conclusiones del sector Muebles de cocina**
- 25 Ficha técnica**

---

## INTRODUCCIÓN

---

**María Ruíz-Manahan** | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Presentamos la 27ª edición del estudio anual de El Observatorio Cetelem que dedicamos al análisis del consumo y a los hábitos y tendencias de los consumidores españoles. Llevamos ya camino de tres décadas estudiando múltiples sectores, desde el amplio panorama de los electrodomésticos, pasando por la tecnología y la electrónica más específica, hasta llegar a sectores como la bicicleta o aquellos elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello vinculado al consumo en nuestros hogares. Por supuesto, no podemos olvidar el análisis del comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Desde su nacimiento en 1997, El Observatorio Cetelem se ha convertido en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las empresas,



las asociaciones patronales o las instituciones docentes.

Actualmente, El Observatorio Cetelem desarrolla su trabajo en diferentes ámbitos relacionados con el consumo con un ritmo frecuente de publicaciones. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro men-

sual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales. Con todos ellos, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estas páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados. ■

## INTRODUCCIÓN

**Liliana Marsán** | Responsable del Observatorio Cetelem

El consumo interno es uno de los pilares de nuestra economía y parte intrínseca de nuestras vidas. Pero, en los últimos años, esas vidas nuestras han pasado por momentos complejos, una pandemia, una inflación muy elevada o una subida de los tipos de interés que ha encarecido las hipotecas variables dificultando la gestión de nuestra economía doméstica.

En esa línea, en este 2024 ha descendido el porcentaje de compradores en casi todos los sectores que analizamos en este informe de El Observatorio Cetelem. Si nos fijamos en los gastos, la electrónica y tecnología se llevan la palma ¿Quién de ustedes, queridos lectores, puede vivir sin estar hiperconectado a través de su smartphone, por ejemplo?

Y cuando salimos a comprar ¿Dónde lo hacemos? La respuesta que nos ofrece la estadística es que las grandes superficies especializadas se llevan la palma, seguidas del comercio electrónico y, en tercer lugar, el comercio de proximidad, nuestras tiendas de barrio.

Pero a los consumidores de nuestro país hay muchas cosas que les rondan la cabeza, nuevos conceptos de



los que leemos en la prensa y que vemos en las redes sociales. Raro es que alguno de nosotros no haya recibido en los últimos tiempos información sobre la inteligencia artificial. Y ¿qué opinamos los consumidores de este fenómeno? Pues creemos que puede ser una ayuda para encontrar productos adecuados a nuestras necesidades de compra. Sólo el 14% de los consumidores españoles se muestra decidido a implementar la IA para mejorar su experiencia de compra, aunque un 54% lo consideraría. Aunque eso de hablar con las máquinas todavía se no atraganta, 5 de cada 10 consumidores rechazan los chatbot impulsados por IA como medio para realizar sus consultas.

Y no puedo terminar esta editorial sin hablar de un tema que todos tenemos entre nuestras preocupaciones, la ciberseguridad y la protección de nuestros datos. Oímos casos de ataques, de usurpaciones de personalidad, fraude en el uso de tarjetas, correos electrónicos maliciosos. Y todo ello con nuestros datos personales encima de la mesa. Y en este sentido nuestra percepción de la inteligencia artificial relacionada con el tratamiento de nuestros datos nos preocupa, no solamente en las bases de datos tradicionales sino también en nuevos conceptos como su aplicación en la personalización de servicios como es la publicidad.

Es muy complejo intentar siquiera sintetizar todo el contenido de este informe que tiene delante, por lo que lo mejor que puedo hacer es invitarle a una lectura pausada y a extraer sus propias conclusiones sobre las tendencias y hábitos de consumo de nuestros compatriotas.

Disfruten de la lectura.

**Liliana Marsán Fornís**

Responsable del Observatorio Cetelem. ■

# SECTOR MUEBLES DE COCINA

En los últimos 12 meses, ¿has comprado algún producto de este sector?  
(% respuesta única: sí - no por productos)

Sí **24%** | var 24/23  
en pp **-3**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

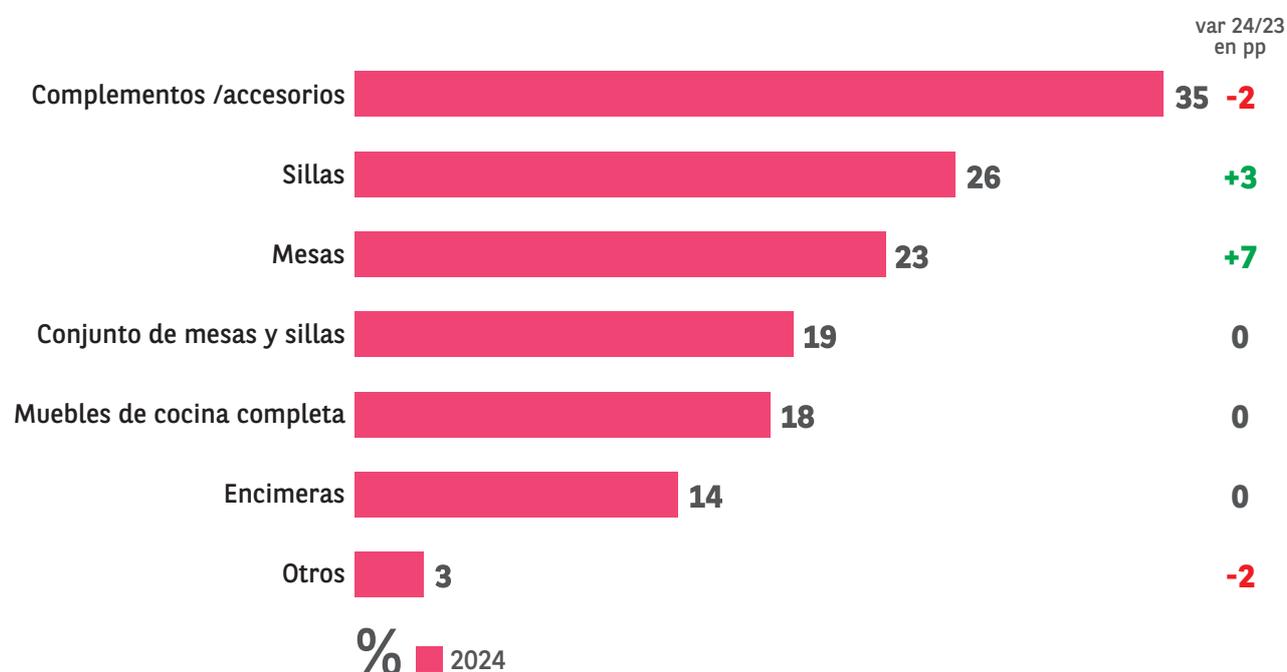
El 24% de los españoles encuestados ha comprado productos del sector muebles de cocina en 2024, porcentaje que desciende 3 puntos respecto a lo manifestado el año anterior.

Los consumidores más jóvenes entre los son los que más compras han realizado en este sector con un 33% de menciones.



# TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

Has comentado que has comprado muebles de cocina en los últimos 12 meses. En concreto, ¿qué tipo de productos has comprado?  
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En lo que respecta a las categorías de muebles de cocina adquiridas por los españoles durante el último año, los complementos y accesorios vuelven a ser los más demandados con un 35% de menciones (dos puntos por debajo del porcentaje de 2023). Por detrás encontramos las sillas con un 26%, que aumentan en 3 puntos porcentuales respecto al año anterior, y las mesas que con un fuerte incremento de 7 puntos (23%) se colocan en la tercera posición del ranking.

Si segmentamos por edades respecto al top 3 de categorías más compradas, lo más reseñable es que en la compra de complementos y accesorios destacan 5 puntos por encima de la media los consumidores mayores de 45 años con un 40% de menciones.

En la compra de sillas para la cocina son los más jóvenes (18-24 años) con un 34% de respuestas frente al 26% de la media y en la compra de mesas son aquellos con edades entre los 35 y 44 años los que superan 5 puntos a la media (28% vs 25%).

# CANAL DE COMPRA

¿En qué tipo de tienda has adquirido los productos que has comprado en los últimos 12 meses?

## TIPO TIENDA GLOBAL

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En cuanto al canal de compra elegido por los consumidores para sus compras de muebles de cocina en general, las grandes superficies especializadas continúan siendo las preferidas para realizar este tipo de compras con un 33% de menciones, pero mostrando un ligero descenso de 1 punto porcentual respecto a 2023.

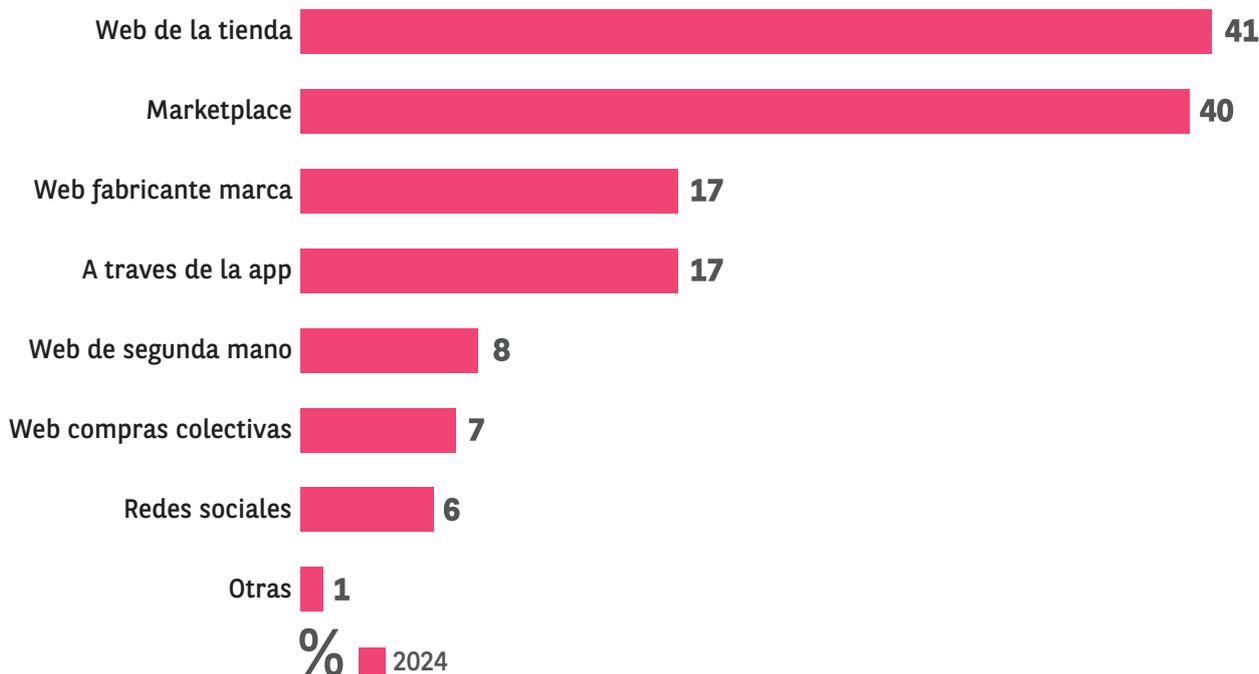
Las tiendas online continúan ocupando la segunda posición en el ranking con un 28% de respuestas y un fuerte aumento de 8 puntos respecto al año anterior. Los grandes almacenes se mantienen estables con un 20% de menciones.

El resto de los canales muestran porcentajes por debajo del 20%, pero es importante destacar el fuerte crecimiento de las compras realizadas en los outlets y en las tiendas de segunda mano con unos incrementos de 9 y 5 puntos porcentuales respectivamente.

Los consumidores entre los 25 y 34 años son los que realizan más compras online en este sector con un 34% de menciones frente al 28% de la media. Los mayores de 45 años se decantan claramente por las grandes superficies especializadas (39% vs 33% media).

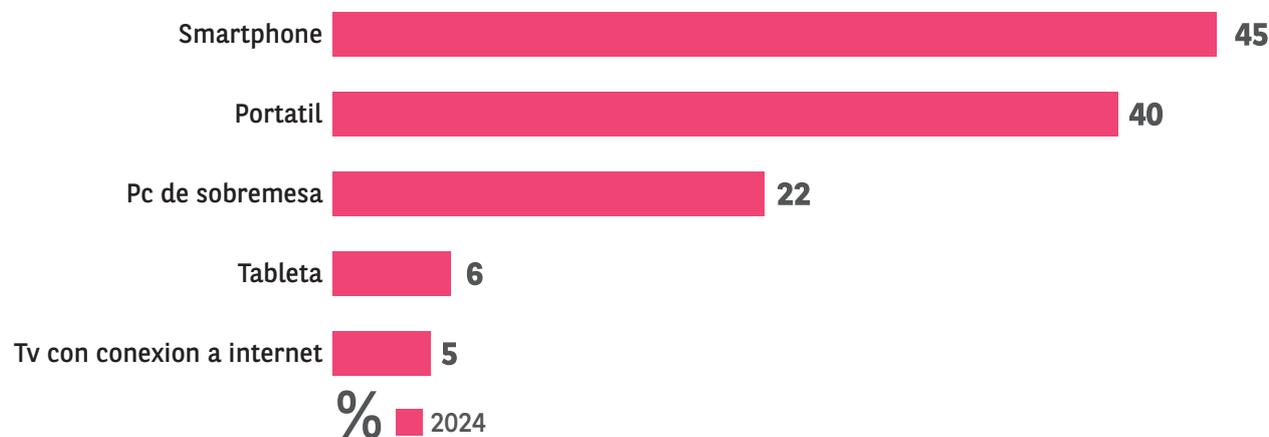
### ¿Dónde compró los productos online de este sector?

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

**¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?**  
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las páginas web de las tiendas y los Marketplace son los claros favoritos entre aquellos consumidores que ha optado por realizar compras online del sector cocina, el resto de las opciones muestra porcentajes muy inferiores.

Los consumidores con edades entre 35 y 44 años son los que más se decantan por realizar sus compras en las

webs de las tiendas con un 50% de menciones frente al 41% de la media. En el caso de los Marketplace son los mayores de 45 años (45% vs 40% media).

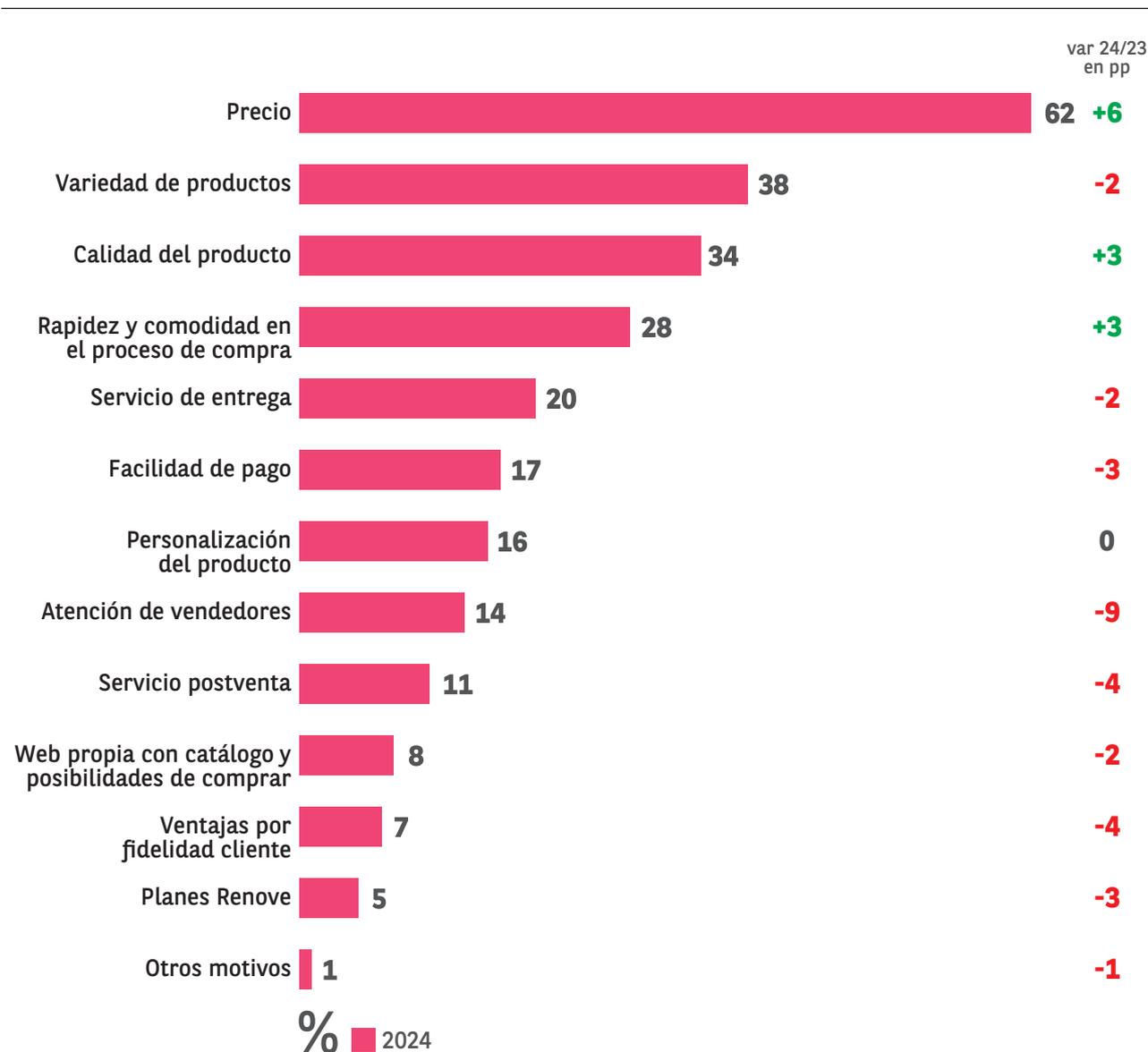
El dispositivo más utilizado para realizar dichas compras es el smartphone con un 45% de menciones, siendo los consumidores entre 25 y 34 años los que más destacan por encima de la media con un 51% de respuestas.

# MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO

¿Y cuáles son los tres principales motivos por los que has elegido este/estos establecimiento/s para realizar la compra de cualquier producto de este sector?

## GLOBAL MOTIVOS

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El precio, con un 62% de menciones y un aumento de 6 puntos respecto al año pasado es lo que más influye en los compradores del sector cocina a la hora de decidirse por la tienda donde realizar su compra. Los consumidores entre los 35 y 44 años son los que más importancia le dan a esta variable (68%).

La variedad de productos (38%, -2pp vs 2023) y la cali-

dad (34%, +3pp vs 2023) son las siguientes variables más mencionadas. En cuarto lugar, encontramos a la rapidez y comodidad en el proceso de compra con un 28% de respuestas y un crecimiento de 3 puntos porcentuales respecto al año anterior.

El resto de las variables muestran porcentajes por debajo del 20% y con descensos respecto a 2023.



# GASTO MEDIO

**Y, ¿cuál es el importe medio que has gastado en los muebles de cocina/complementos/accesorios que has adquirido en los últimos 12 meses?**

(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL

886€ <sup>-7%</sup>

Gasto Medio en  
TIENDA FÍSICA

1.055€ <sup>-1%</sup>

Gasto Medio en  
TIENDA ONLINE

207€ <sup>-30%</sup>

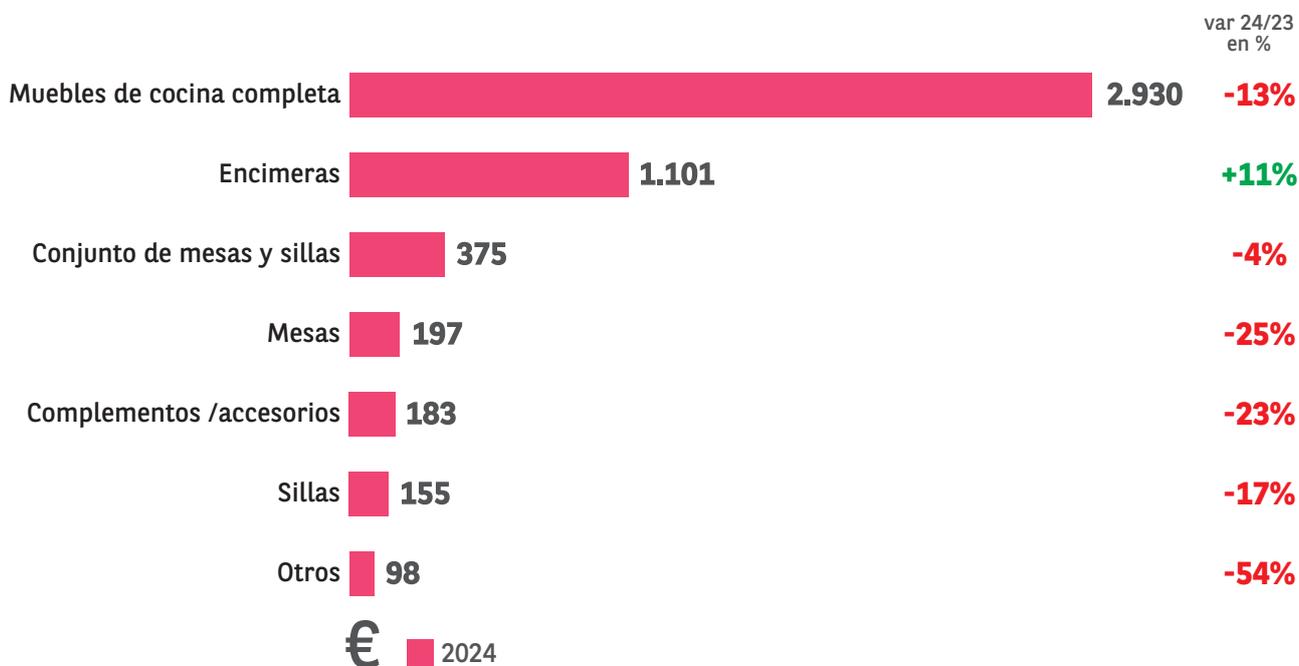
€ 2024

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio declarado por los consumidores que ha comprado algún tipo de mueble de cocina en los últimos 12 meses es de 886€, un 7% menos respecto al 2023. Los que han realizado un mayor desembolso han sido los mayores de 45 años con un gasto de casi 1.500€

Si desglosamos entre canal online y offline, vemos como el gasto realizado en las tiendas físicas sigue siendo muy superior al del canal online, ambos con caídas respecto al año pasado.

**Y, ¿cuál es el importe medio que has gastado en los muebles de cocina / complementos / accesorios adquiridos en los últimos 12 meses?**  
(Abierta numérica)



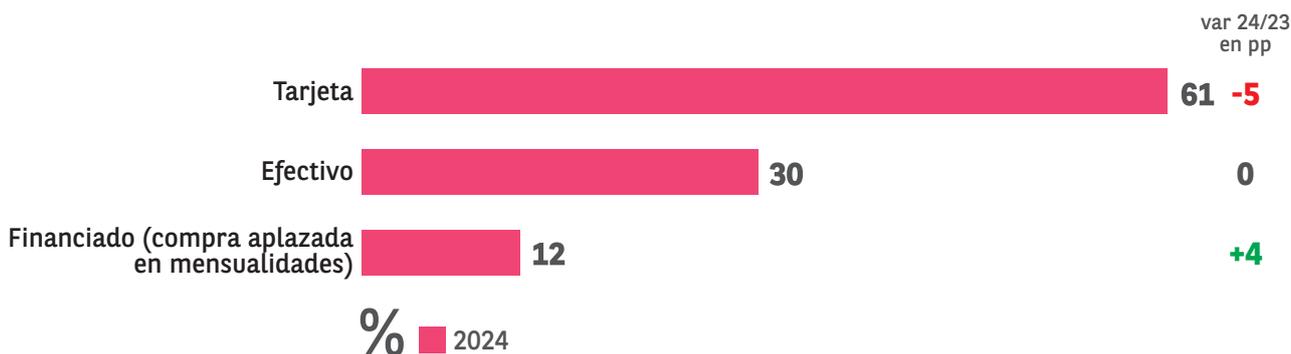
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Las 3 categorías donde más han gastado los consumidores españoles han vuelto a ser en muebles de cocina completa (2.930€), encimeras (1.101€) y conjunto de mesas y sillas (375€).

Es importante señalar que todos los gastos medios declarados descienden respecto a 2023, excepto el declarado en la compra de encimeras que aumenta un 11%.

# MEDIO DE PAGO

## ¿Cómo has pagado tu compra? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

En la compra de muebles de cocina, el pago con tarjeta es el elegido por los consumidores en primer lugar con un 61% de menciones, pero con un descenso de 5 puntos respecto a los datos de 2023.

El 30% de los consumidores que han comprado en este sector, han pagado sus compras en efectivo, manteniéndose estables.

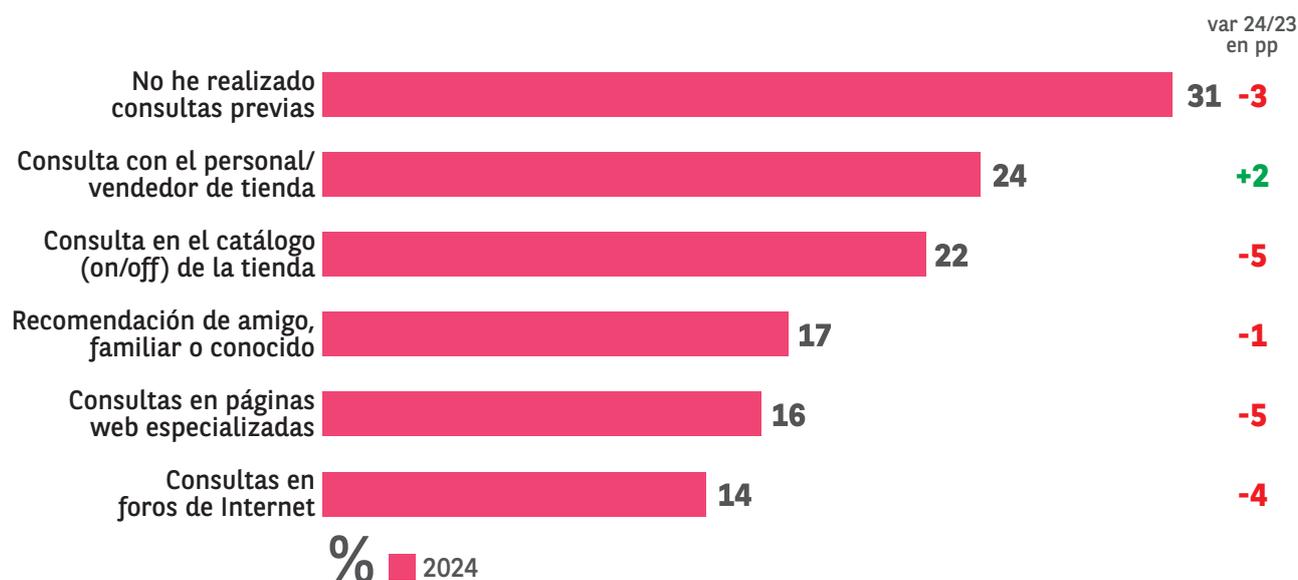
El pago mediante financiación con un 12% de menciones, es el único que crece, con un aumento de 4 puntos.

# ASPECTOS GENERALES DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES DEL SECTOR MUEBLES DE COCINA

## FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

¿Cuáles han sido las fuentes de información determinantes en el proceso de compra de un producto concreto en una tienda concreta?

(% respuesta múltiple - máximo 3 opciones)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2024

Para la compra de productos del sector muebles de cocina, observamos cómo el 31% de los consumidores declaran no haber realizado consultas previas, mostrando un descenso de 3 puntos respecto a 2023.

La importancia de la consulta con el personal de la tienda continúa en aumento y se posiciona en segundo lugar

con un 24% de menciones y un crecimiento de 2 puntos respecto a 2023.

El top 3 lo cierran aquellos que consultan el catálogo (on/off) de la tienda con un 22% de respuestas y un importante descenso de 5 puntos.

# INTENCIÓN DE COMPRA PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES

**En los próximos 12 meses, ¿tienes intención de comprar algún producto de este sector?**  
(% respuesta única: sí - no por productos)



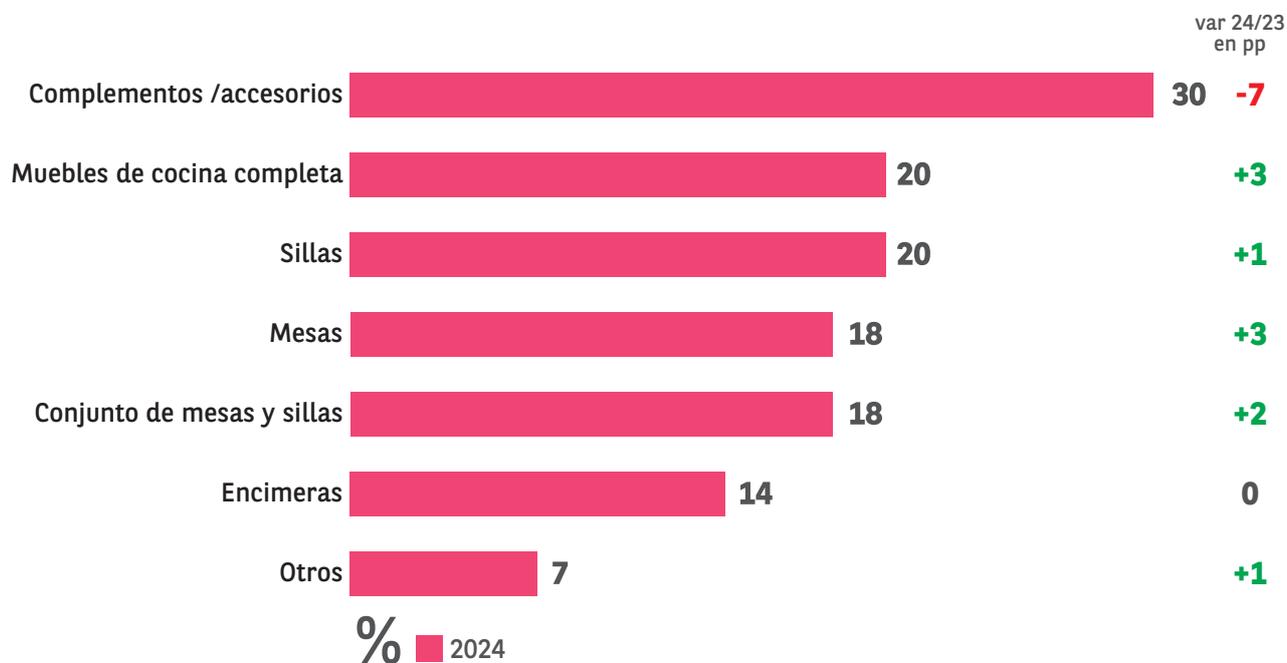
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España - Canal Sondeo 2024

El 24% de los españoles encuestados declara su intención de comprar productos del sector muebles de cocina en los próximos 12 meses, un punto por debajo de las

intenciones manifestadas hace un año. Los consumidores más jóvenes son los que muestran un mayor interés por comprar este tipo de productos durante 2025.



**Has dicho que tienes pensado comprar algún tipo de mueble de cocina o accesorio en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de producto tienes pensado adquirir?**  
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

Entre aquellos consumidores que han declarado tener intención de comprar muebles de cocina y accesorios en los próximos 12 meses, los complementos y accesorios son los más pretendidos con un 30% de menciones, pero con una fuerte caída de 7 puntos respecto al año anterior.

Las siguientes categorías más demandadas serán los muebles de cocina completa y las sillas con un 20% de menciones y con crecimientos en ambos casos.

# INTENCIÓN GASTO MEDIO EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿Qué importe tienes pensado destinar a tus compras del próximo año en este sector?  
(Abierta numérica)

Gasto Medio TOTAL

1.011€ <sup>+9%</sup>

Gasto Medio en TIENDA FÍSICA

1.042€

Gasto Medio en TIENDA ONLINE

340€

€ 2024

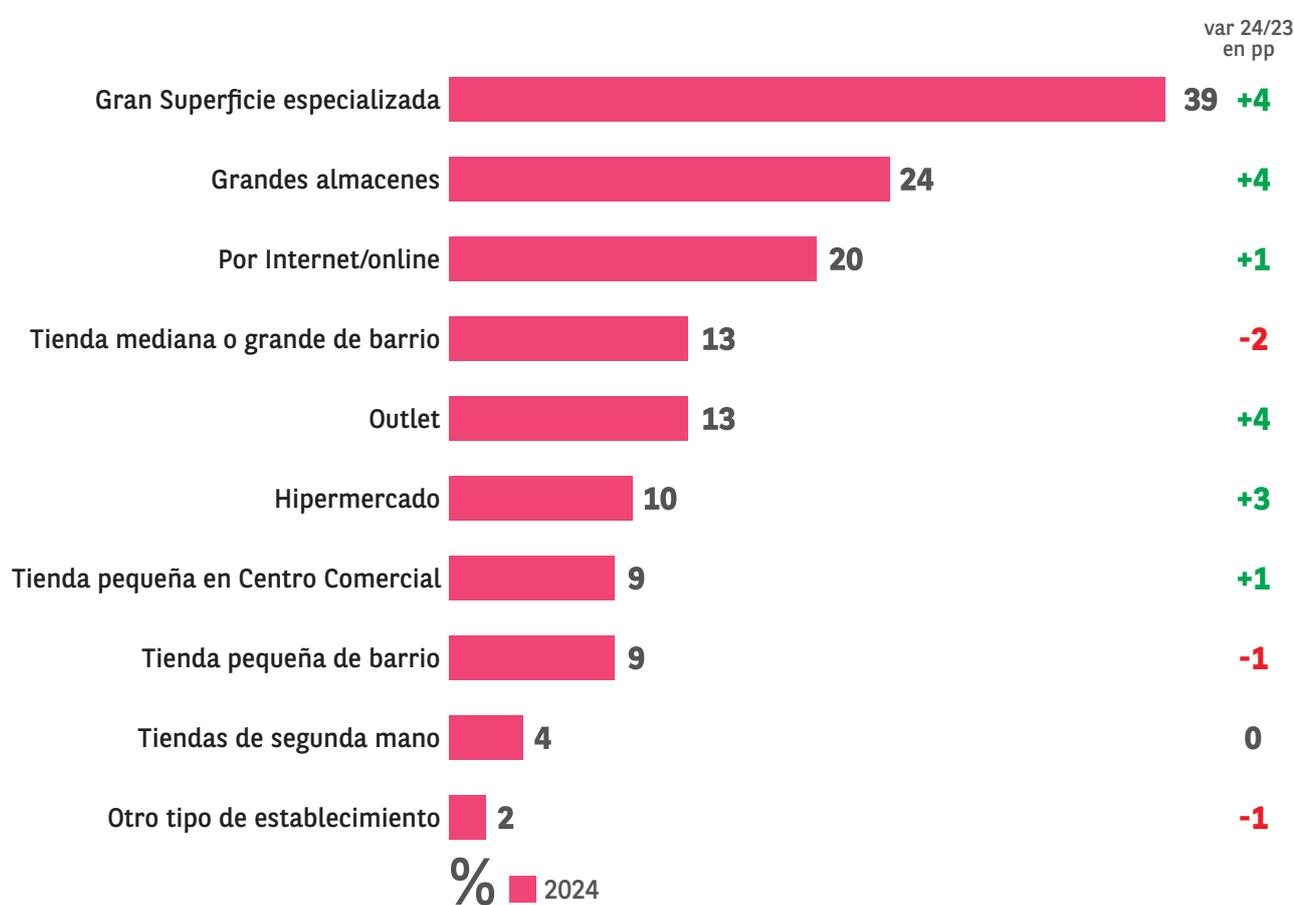
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El gasto medio previsto para los próximos 12 meses en las compras del sector cocina será de unos 1.011€, un 9% más que lo declarado el año anterior. Los consumidores mayores de 45 años son los que realizarán un mayor desembolso con un importe previsto unos 1.800€.

Si distinguimos por tipo de canal, el gasto previsto en la tienda física es muy superior al que realizaran en sus compras online.

# INTENCIÓN CANAL DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

¿En qué tipo de tienda tienes intención de comprar algún tipo de mueble de cocina / complemento / accesorio en los próximos 12 meses?  
(% respuesta múltiple)



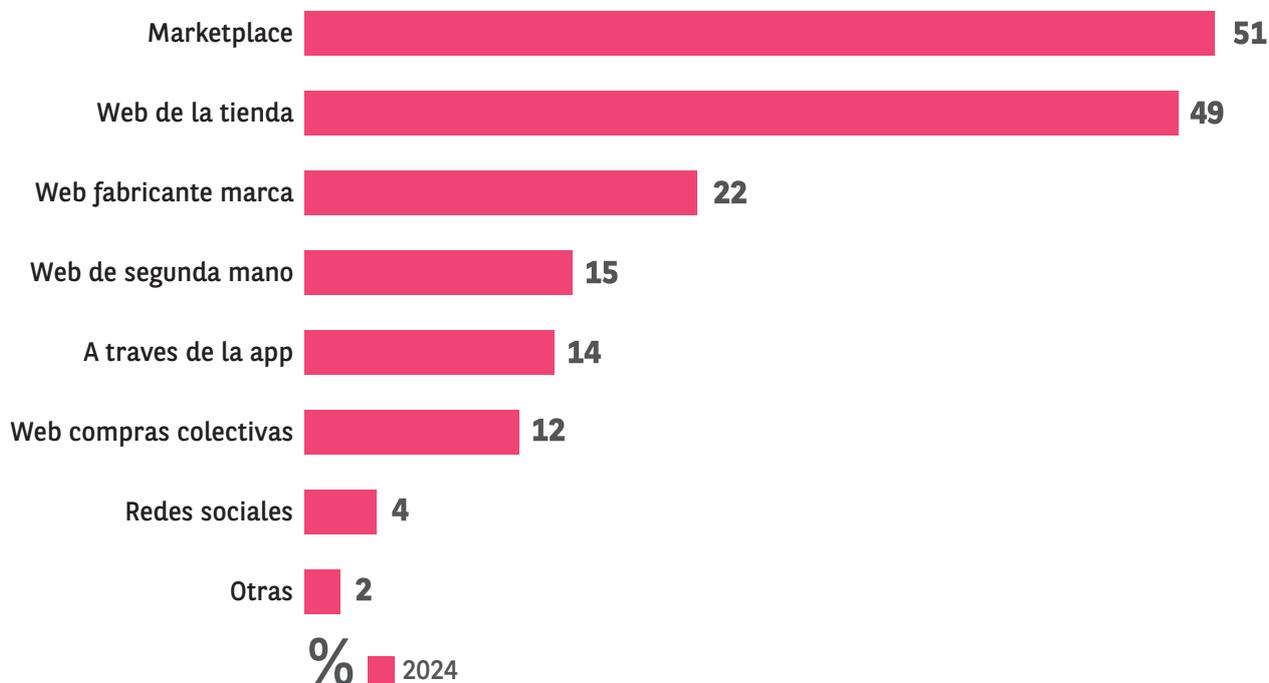
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El 39% de los consumidores encuestados que comprará muebles de cocina y accesorios en los próximos 12 meses pretende realizar sus compras en las grandes superficies especializadas, mostrando un aumento de 4 puntos respecto a lo manifestado hace un año.

Le siguen las intenciones de compra en los grandes almacenes (24%, +4pp) y en el canal online (20%, +1pp). El resto de los formatos muestran porcentajes por debajo del 20%, pero es importante señalar el crecimiento de los outlets (+4pp) y los hipermercados (+3pp).

## ¿Dónde comprarás los productos online de este sector

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2023  
Encuesta Observatorio Cetelem Consumo España – Canal Sondeo 2024

El Marketplace (51%) y la web de la tienda (49%) serán las opciones preferidas por aquellos consumidores que han declarado tener intención de realizar sus compras de este sector en el canal online. El resto de las páginas web presenta porcentajes bastante inferiores a los anteriores.

Si realizamos una segmentación por edades, los consumidores entre los 35 y 44 años destacan notablemente por encima de la media en la intención de realizar sus compras en un Marketplace (63% vs 51%). En el caso de las webs de las tiendas son los más veteranos (+ 45 años) los que más se decantarán por ellas con un 56% de menciones frente al 49% de la media.

# CONCLUSIONES DEL SECTOR MUEBLES DE COCINA

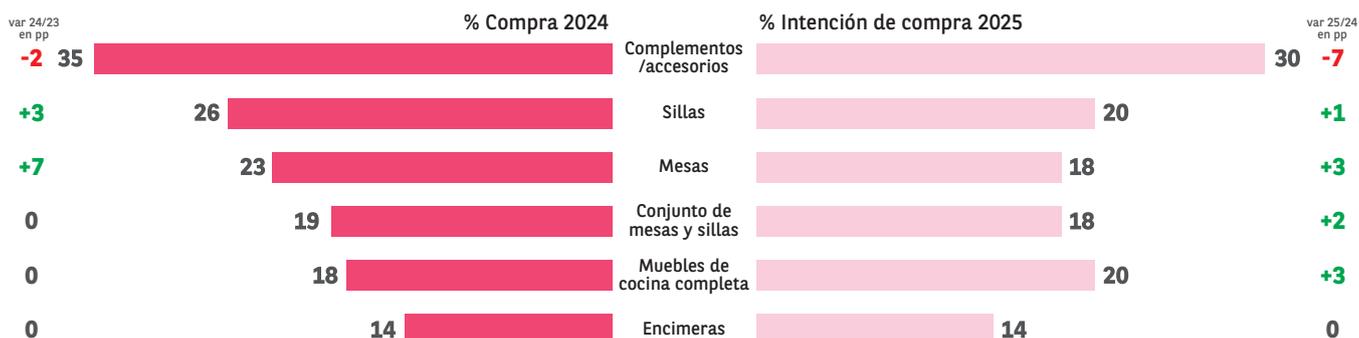
El **24%** <sup>-3pp</sup> de los consumidores encuestados ha comprado algún producto del sector muebles de cocina en los últimos 12 meses, gastando una media de **886€** <sup>-7%</sup>

El **24%** <sup>-1pp</sup> de los consumidores encuestados tiene intención de comprar algún producto del sector muebles de cocina en los próximos 12 meses, con la intención de gastar unos **1.011€** <sup>+9%</sup>

## Compras e intención de compra

¿Qué tipo de producto de muebles de cocina has comprado en los últimos 12 meses y qué tipo tienes intención de comprar en los próximos 12 meses?  
(% respuesta múltiple)

Los complementos y accesorios siguen en primer lugar pero con descensos. Las sillas y las mesas muestran crecimientos en ambos casos.

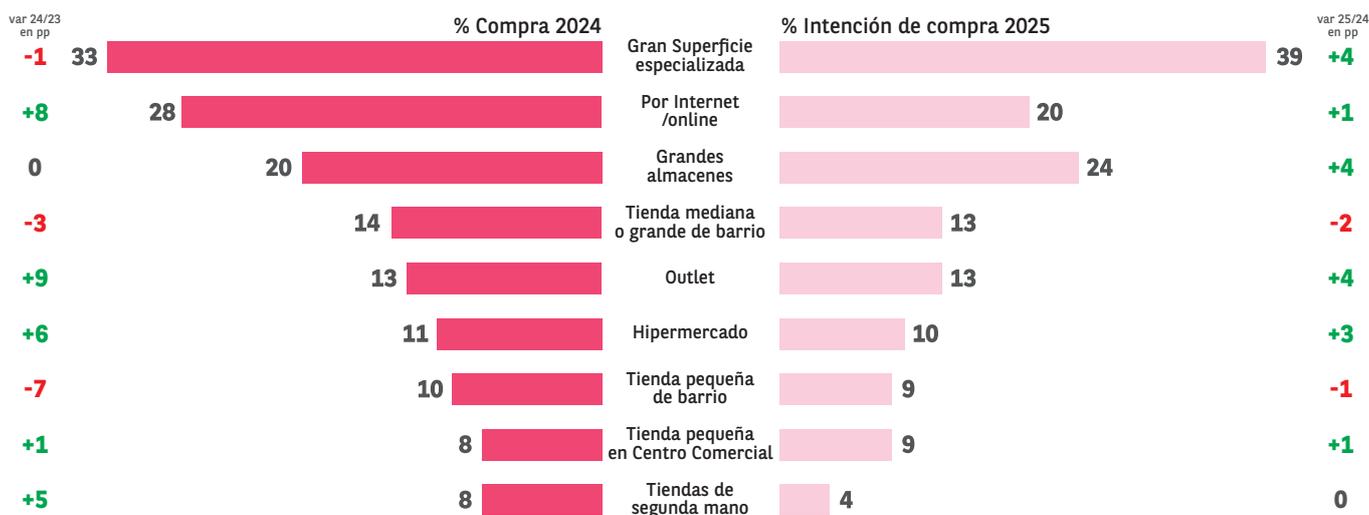


## Canal de compra

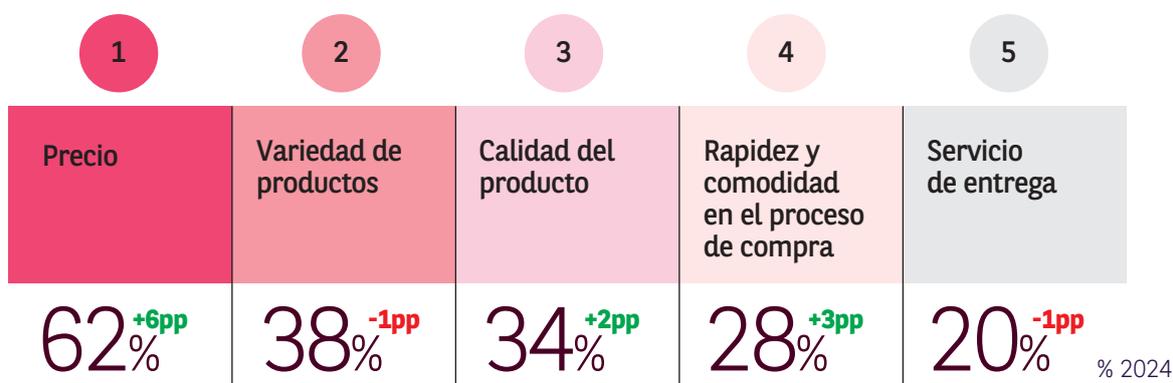
Tipo de tienda en la que has comprado en los últimos 12 meses y en la que pretendes comprar en los próximos 12 meses

(% respuesta múltiple)

Las grandes superficies especializadas, el canal online y los grandes almacenes son los canales preferidos. Aunque es importante destacar el crecimiento de los Outlets.

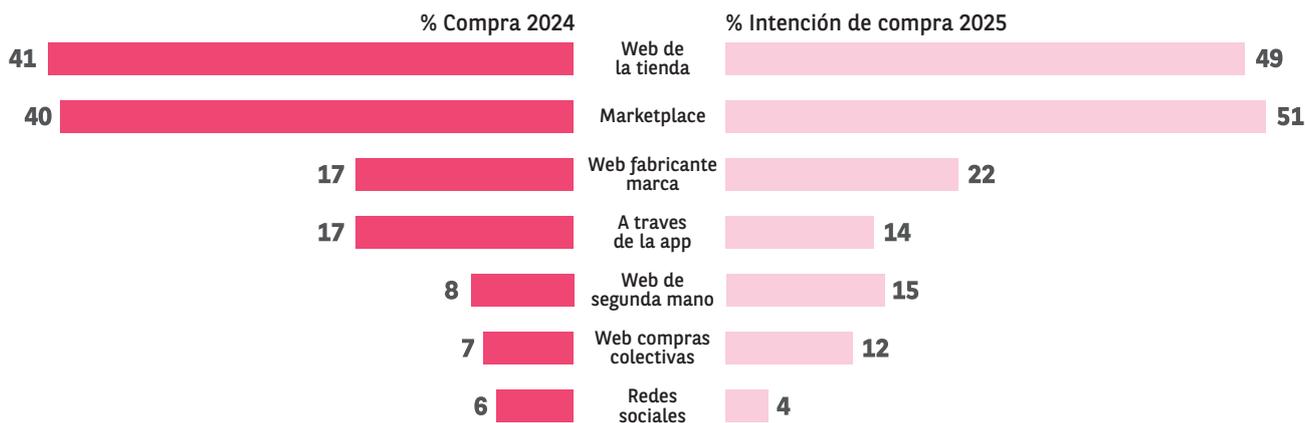


## Principales motivos para elegir el tipo de tienda

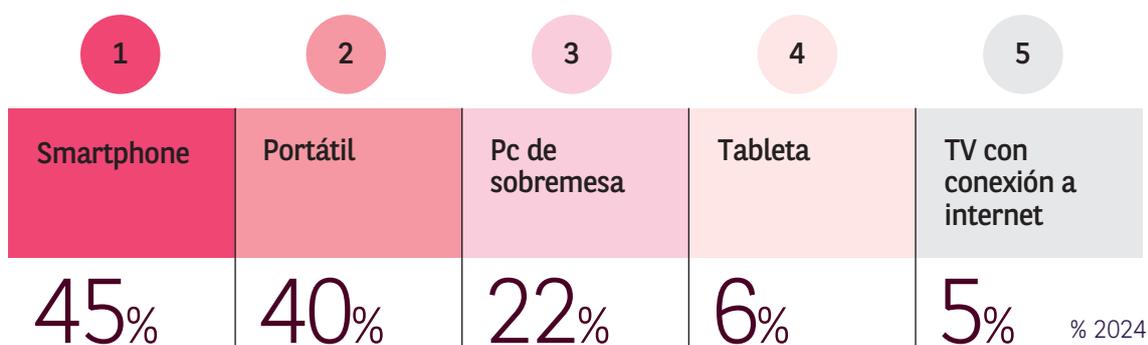


## Y del 28% que ha comprado online...

¿Dónde compró los productos online de este sector y dónde pretende comprarlos?  
(% respuesta múltiple)



¿Desde qué dispositivo ha realizado sus compras por internet en este sector?  
(% respuesta múltiple)



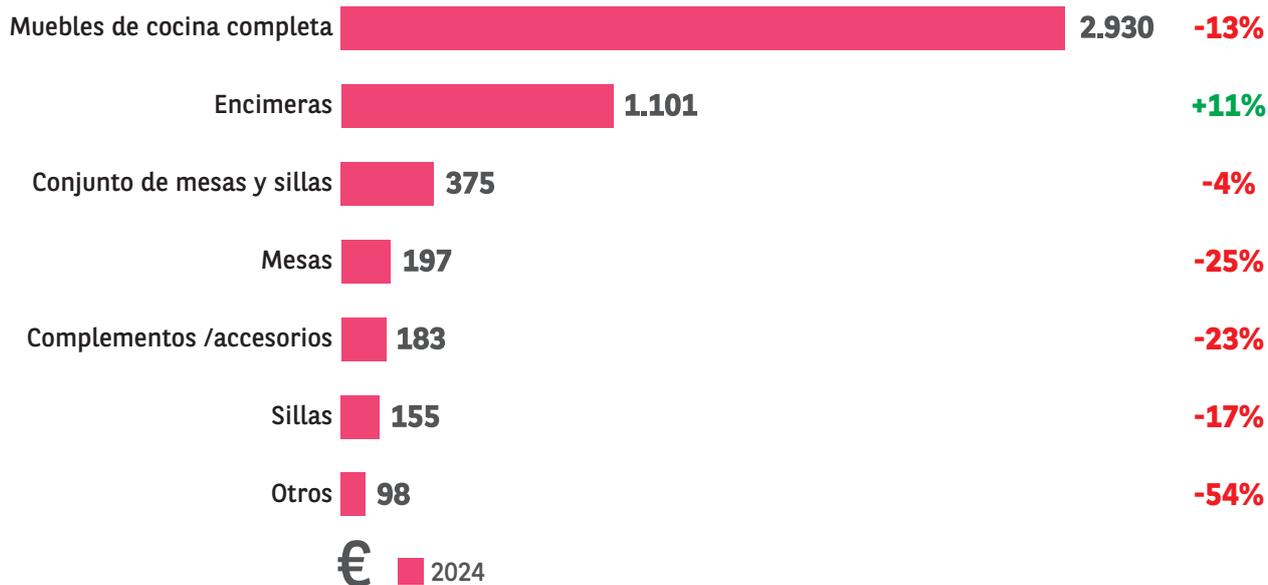
## Gasto medio

Tienda física o ecommerce  
¿Cuánto has gastado en cada una?  
(Numérica abierta)

	2024	Var 2024/2023 (en %)
Importe medio	886 €	-7%
Tienda física	1.055 €	-1%
Online	207 €	-30%

En concreto, ¿cuál es el importe específico que has gastado en  
productos de cocina adquiridos en los últimos 12 meses?  
(Numérica abierta)

var 24/23  
en %



# FICHA TÉCNICA

## El Observatorio Cetelem Consumo España 2024

---

### Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2024

**Universo:**

Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, y dispositivos móviles.

**Metodología:**

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

**Muestra:**

El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza

## El Observatorio Cetelem Consumo España 2023

---

### Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Julio 2023

**Universo:**

Individuos de 18 a 65 años que hayan comprado y/o utilizado alguno de los siguientes productos o servicios en los últimos doce meses: Bicicleta, cocina, deporte, electrodomésticos y tecnología, *gaming*, mueble y complementos, descanso, óptica, reformas, dispositivos móviles y viajes.

**Metodología:**

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando Access panel de consumidores.

**Muestra:**

El número de encuestas han sido 2.200 con un error muestral del +- 4% al 95,5% de confianza



# OBSERVATORIO Cetelem

