CONSUMO ESPAÑA 2026

EL CONSUMIDOR DEL SECTOR MUEBLES DE COCINA EN ESPAÑA

Datos extraidos de las encuestas online realizadas por Canal Sondeo en julio 2025 Y 2026



+2 | -10 Variación respecto a 2025 en puntos porcentuales

El **28%** +3 de los encuestados **ha comprado** algún producto del sector Muebles de cocina en los últimos 12 meses gastando una media de **984€** -19%

El **27%** +3 de los encuestados **tiene intención de comprar** algún producto del sector Muebles de cocina en los próximos 12 meses gastando una media de **1.867€** +86%

COMPRAS E INTENCIÓN DE COMPRA

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

Crecen las intenciones de compra de **sillas y conjunto de mesas y sillas.**

	% Compra últimos 12 meses	Variación vs últimos 12 meses en pp	% Intención de compra próximos 12 meses	Variación vs últimos 12 meses en pp
Complementos /accesorios	34%	-2	32%	-3
Sillas	26%	-1	22%	+3
Conjunto de mesas y sillas	19%	-1	16%	+2
Mesas	19%	-2	19%	-3
Muebles de cocina completa	17%	+1	16%	-4
Encimeras	13%	-1	13%	+1

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)

	% Compra últimos 12 meses	Variación vs últimos 12 meses en pp	% Intención de compra próximos 12 meses	Variación vs últimos 12 meses en pp
Gran Superficie especializada	29%	-4	33%	-6
Por Internet/online	22%	-6	23%	+3
Grandes almacenes	22%	+2	23%	-1
Tienda mediana o grande de barrio	15%	+1	12%	-1
Tienda pequeña de barrio	16%	+6	9%	0
Tienda pequeña en Centro Comercial	9%	+1	10%	+1
Hipermercado	8%	-3	12%	+2
Outlet	11%	-2	12%	-1
Tiendas de segunda mano	6%	-2	4%	0

Importante **descenso** del porcentaje de compradores **en las grandes superficies especializadas** y **aumento de las intenciones de compra online.**

Principales motivos para elegir el tipo de tienda

Crece la importancia de la **variedad de productos y la calidad. La atención de los vendedores** continúa su tendencia al alza.

Precio	60% -2
Calidad del producto	36% +2
Variedad de productos	35% +3
Rapidez y comodidad en el proceso de compra	22% -4
Atención de vendedores	21% +2

Y DEL 22% QUE HA COMPRADO ONLINE...

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

	% Compra últimos 12 meses	Variación vs últimos 12 meses en pp	% Intención de compra próximos 12 meses	Variación vs últimos 12 meses en pp
Web de la tienda	41%	+6	40%	-11
Marketplace	36%	+2	41%	-8
A través de la app	18%	-3	18%	-2
Web fabricante marca	15%	-11	22%	-6
Web compras colectivas	11%	+8	9%	+1
Web de segunda mano	6%	+1	12%	+4
Redes sociales	6%	+4	5%	-2

Importante **crecimiento** de las compras a través de la **web del fabricante.**

GASTO MEDIO

¿Cuánto has gastado?
¿Y cuánto piensas gastar?
(Numérica abierta)

Gasto	Intención
Gasto Medio TOTAL	Gasto Medio TOTAL
984€	1.867€
-19%	+86%