**Blum aumenta su facturación por encima de los 2400 millones de euros**

**El fabricante de herrajes observa tendencias positivas en un entorno de mercado que continúa siendo complejo**

Höchst, Austria, 17 de julio de 2025. **La empresa familiar de Vorarlberg Blum cierra el año fiscal 2024/2025 al día 30 de junio de 2025 con una facturación de 2441 millones de euros. Esto implica un aumento de 144 millones de euros o un 6,3 % en comparación con el año anterior. De este modo, el especialista en herrajes recibe una señal positiva en un entorno de mercado que continúa siendo complejo.**

Del 1 de julio de 2024 al 30 de junio de 2025, el grupo Blum registró un volumen total de ventas de 2441,48 millones de euros. De esta manera, tras dos años fiscales con ligeras reducciones de la facturación, el fabricante de herrajes vuelve a observar un aumento en sus ventas. Philipp Blum, gerente del grupo Blum, explica que «hay dos factores concretos que han repercutido de forma positiva en nuestra facturación. Por un lado, hemos podido cambiar la tendencia y aumentar el número de unidades vendidas de todos los grupos de productos en los últimos doce meses». Además de las bisagras y los sistemas de guías, box y de compases abatibles, el último grupo de productos, el sistema pocket REVEGO, también ha tenido una evolución favorable. «Por otro lado, es la primera vez que se incluye en el volumen de ventas a nuestra filial Van Hoecke», añade Blum. El experimentado representante belga y exitoso productor de componentes para muebles forma parte del grupo Blum desde el 1 de julio de 2024 y se desempeña en los mercados de Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo.

**Mercados complejos y en crecimiento**  
«Nuestra presencia internacional con 34 filiales cercanas a nuestros clientes y que conocen sus necesidades con exactitud continúa siendo un factor de éxito fundamental», complementa Martin Blum, gerente del grupo Blum: «De este modo, podemos responder a las distintas situaciones que tienen lugar alrededor del mundo. Porque, si bien muchos mercados están en alza, sigue habiendo un gran número de retos que debemos enfrentar». La evolución en EE. UU., Europa del Este y la región de Asia-Pacífico ha sido positiva, mientras que el especialista en herrajes observa una estabilización en Europa Occidental, pero en China, por ejemplo, el contexto continúa siendo algo complejo. «Los aranceles y otras medidas proteccionistas afectan de manera negativa y permanente la capacidad de innovación y la competitividad global. En este sentido, la existencia de condiciones estables y una pronta solución de los conflictos comerciales serían importantes tanto para nosotros como para la economía mundial. Desde nuestra perspectiva, las cooperaciones y los vínculos siguen siendo el único camino correcto a largo plazo», completa Philipp Blum. En el año fiscal transcurrido, la facturación corresponde en un 45 % a Europa, 15 % a EE. UU. y 40 % al resto del mundo. De esta manera, los Estados Unidos de América continúan siendo el mayor mercado individual para el grupo, además de que el fabricante de herrajes está preparado para cualquier situación gracias a su sólida filial y la producción local en Carolina del Norte.

**Innovaciones en la feria interzum**  
La capacidad de innovación de Blum contribuye de forma significativa a la competitividad de la empresa: ya sea al mejorar productos existentes de manera constante, desarrollar productos nuevos o concebir servicios que exceden a los componentes, Blum amplía su gama en función de las necesidades de los clientes. En la feria interzum de este año en Colonia, la feria líder a nivel mundial para el mercado de proveedores de muebles, Blum demostró esto al presentar PLICOBOX, un nuevo sistema box para salas de estar y dormitorios, las nuevas bisagras M BLUMOTION 105° y CLIP top BLUMOTION 105° con freno integrado o la nueva versión de REVEGO que permite aún más aplicaciones creativas. En materia de servicios, Blum también continúa avanzando y, con BEYOND COMPONENTS, exhibió cómo la empresa buscará transformarse en un proveedor de soluciones completo en el futuro. Además de las innovaciones de productos presentadas, el total de 61 patentes nuevas registradas en el año 2024 (la segunda empresa con más patentes registradas en el año ante la Oficina Austriaca de Patentes) demuestra la importancia que asigna Blum a la investigación y al desarrollo.

**Inversiones del grupo Blum, el personal como secreto del éxito**  
La empresa ha continuado invirtiendo para fortalecer la capacidad de innovación y la orientación a largo plazo durante el año fiscal transcurrido. Una gran parte de los 185 millones de euros destinados a estos fines volvió a utilizarse en la sede central de Vorarlberg con las ampliaciones de los edificios de la planta 2 de Höchst y la planta 4 de Bregenz. «Si bien somos una empresa internacional, tenemos un fuerte arraigo a nuestra zona que es Vorarlberg», confirma Martin Blum. «Por eso, consideramos muy importante seguir optimizando nuestras plantas y sedes en el estado para que estén preparadas para el futuro. Hemos invertido también, en nuevas instalaciones de producción, por ejemplo, para productos nuevos». Asimismo, se han reformado o abierto showrooms en todo el mundo, como el Blum Experience Center en Singapur o el showroom en Londres compartido con el fabricante de materiales de madera de Tirol EGGER. El patrimonio más importante de la empresa es y seguirá siendo su personal: al 30 de junio de 2025, el grupo Blum cuenta con 9846 empleadas y empleados a nivel mundial. Asimismo, en otoño volverán a comenzar su formación en Blum alrededor de 100 jóvenes, lo cual implicará un importante paso para la generación de nuevos especialistas. En total, entre Austria, EE. UU., Polonia y China, la empresa familiar cuenta con más de 400 aprendices.

**UE fuerte y una menor burocracia como requisitos fundamentales**  
Para asegurar los puestos de trabajo regionales y la calidad de vida respectiva no solo se requieren empresas exitosas, sino también condiciones apropiadas: «Necesitamos una Unión Europea que no aumente la carga burocrática constantemente, sino que vuelva a actuar en el sentido de su idea fundacional para continuar desarrollándola: un espacio económico común con un fuerte posicionamiento geopolítico», explica Philipp Blum. En este marco, deben abordarse con urgencia temas como la política de seguridad común, los precios de las materias primas y la energía, la seguridad del suministro y las reglamentaciones empresariales. «Nosotros nos centramos en nuestras propias actividades, en lo que podemos influir junto con nuestro personal: productos y servicios innovadores, cadenas de suministro, centros de producción y flexibilidad para nuestros clientes. El problema es que nos estamos enfrentando a una burocracia cada vez mayor», asevera Martin Blum y añade que «las reglamentaciones y disposiciones son claramente más exhaustivas en Europa que en otras regiones del planeta y eso perjudica nuestra competitividad internacional». Un ejemplo de esta situación es el sistema de comercio de emisiones de la UE en combinación con el Mecanismo de Ajuste en Frontera por Carbono (CBAM, por sus siglas en inglés) que entrará en vigor por completo a principios del año 2026 y que afecta, por ejemplo, la importación a la UE de acero, cemento, fertilizantes o aluminio provenientes de países con normativas ambientales menos restrictivas. Los productos terminados, como los herrajes de acero, no están contemplados en el sistema, lo cual distorsiona la competencia. «Por una cuestión de convicción, el tema de la sostenibilidad es algo que asumimos con seriedad. Por nuestra orientación a largo plazo, adoptamos un gran número de medidas en beneficio de las futuras generaciones. Sin embargo, las normativas con una planificación deficiente como estas no conducen a su propósito bien intencionado, sino que provocan enormes desventajas en la competencia internacional y debilitan la posición económica europea», explica Philipp Blum. Ambos gerentes llaman a la clase política a adoptar las medidas pertinentes en beneficio de Europa y su economía.

**Perspectivas**  
«Dada la incertidumbre cada vez mayor, la volatilidad y el gran número de conflictos en el mundo, estamos satisfechos con los resultados del año fiscal 2024/2025», concluye Philipp Blum. «Sin embargo, la evolución positiva no puede hacernos olvidar de algunos retos que debemos enfrentar, como, en particular, el fuerte aumento de los costes, por ejemplo, de materias primas o personal». En este último punto también está de acuerdo Martin Blum: «Esta situación debe contemplarse con total seriedad. Solo si la facturación y los costes alcanzan un equilibrio saludable podemos invertir a largo plazo en nuestra empresa. Debemos ser cautelosos». En cuanto al futuro, la sensación es de un optimismo cuidadoso. Por la confianza en la cercanía internacional con los clientes, la capacidad de innovación y el fuerte compromiso del personal, Blum considera estar preparado para poder mantener su éxito a largo plazo.

|  |  |
| --- | --- |
| Ein Bild, das Text, Schrift, Screenshot, Karte enthält.  KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein. | (Imagen: Blum\_WiJa\_2425)  El grupo Blum finaliza el año fiscal 2024/2025 con un volumen de ventas de 2441,48 millones de euros. |
|  | (Imagen: Blum\_WORKORANGE)  Los 9846 empleados y empleadas alrededor del mundo son la columna vertebral del grupo Blum y el impulso incesante detrás del desarrollo y de la producción de los innovadores productos. |
|  | (Imagen: Blum\_PBX0017)  El nuevo sistema box PLICOBOX se desarrolló específicamente para las necesidades en salas de estar y dormitorios. |
| Ein Bild, das Person, Kleidung, Menschliches Gesicht, Lächeln enthält.  KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein. | (Imagen: Blum\_Martin\_Blum)  Martin Blum, gerente |
| Ein Bild, das Person, Menschliches Gesicht, Kleidung, Lächeln enthält.  KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein. | (Imagen: Blum\_Philipp\_Blum)  Philipp Blum, gerente |
| Ein Bild, das Person, Menschliches Gesicht, Lächeln, Kleidung enthält.  KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein. | (Imagen: Blum\_GF)  Ambos gerentes Philipp y Martin Blum mantienen el optimismo en relación con el próximo año fiscal. |

Y:\Depts\MCC\Presse\_Arbeitsordner stba\_SoMe-Bilder\favicon_32.png [www.blum.com/es/es](http://www.blum.com) [www.youtube.com/user/JuliusBlumGmbH](http://www.youtube.com/user/JuliusBlumGmbH)LinkedIn [www.linkedin.com/company/julius-blum-gmbh](https://www.linkedin.com/company/julius-blum-gmbh) [www.instagram.com/blum\_group](http://www.instagram.com/blum_group)

**Su contacto para consultas:**  
Samuel Duerr: T +43 5578 705-8106, C [presseinfo@blum.com](mailto:presseinfo@blum.com)

Julius Blum GmbH  
Industriestr. 1  
6973 Höchst/Austria

**Más notas y carpetas de prensa digitales** en[https://www.blum.com/es/es/company/press/](https://www.blum.com/at/de/unternehmen/presse/)

**Imágenes:** Libres para su publicación, por favor, cite la fuente

|  |
| --- |
| **JULIUS BLUM GMBH**  **Fabricación y venta de herrajes para muebles:**  Puertas abatibles, bisagras, sistemas de extracción y pockety tecnologías de movimiento, complementados con servicios y ayudas de montaje  **Centros de producción:** 8 plantas en Vorarlberg**,** y otras en EE. UU., Brasil, Polonia y China  **Personal:** 9846 empleados y empleadas a nivel mundial, 6732 en Vorarlberg  **Volumen de ventas en el año fiscal 2024/2025:** 2441,48 millones de euros  **Ventas en el extranjero:** 98 %  **Filiales o representaciones:** 34  **Mercados abastecidos a nivel mundial:** más de 120  *Última actualización: 1 de julio de 2025* |