

# Memoria



025





## | Índice

<b>1. Carta de la Presidenta</b>	5
<b>2. Sobre Nosotros</b>	6
1. Nuestros objetivos	7
2. Nuestros órganos de gobierno	9
3. Nuestros miembros	15
4. Nuestro equipo	16
5. Nuestra estructura de valor - Con quién trabajamos	17
<b>3. El valor de una asociación: para el conjunto y para cada asociado</b>	20
<b>4. Un sector comprometido:</b>	24
1. Con el sector y sus prioridades	26
2. Con el consumidor, la información y su salud	28
3. Con la internacionalización	32
4. Con la innovación	35
5. Con el medio ambiente	36
6. Con la formación	40
7. Con la transparencia y la cercanía	42



## 1. Carta de la Presidenta



*2025 ha sido, una vez más, un año de importantes retos para la industria alimentaria y para el sector del dulce: un entorno marcado por la transformación regulatoria, la incertidumbre internacional, la sostenibilidad, la evolución de los hábitos de consumo y la necesidad constante de adaptación.*

*Y, precisamente en ese contexto, el sector ha vuelto a demostrar su **fortaleza, capacidad de innovación y compromiso con el futuro.***

*Desde PRODULCE hemos trabajado para acompañar a las empresas en este escenario cada vez más complejo, reforzando nuestra labor de **representación, interlocución institucional, apoyo técnico y generación de valor para los asociados.** Lo hemos hecho impulsando una asociación más cercana, más visible y útil para las compañías, pero también más preparada para defender los intereses de un sector estratégico para la economía y la industria alimentaria española.*

*A lo largo de este año hemos continuado avanzando en ámbitos clave como la nutrición y la información al consumidor, la sostenibilidad medioambiental, la innovación, la internacionalización o la formación, siempre desde una visión basada en el **rigor, la colaboración y el compromiso con una industria moderna, responsable y competitiva.***

*2025 también ha supuesto un importante impulso para la proyección institucional de PRODULCE y del sector, tanto en España como en Europa. Mi nombramiento como **vicepresidenta de CAOBISCO**, la patronal europea del sector, representa*

*un reconocimiento al trabajo colectivo que venimos desarrollando desde hace años y al creciente peso de la industria española del dulce en el ámbito europeo. Un paso que refuerza nuestra capacidad de interlocución y nos permite seguir defendiendo, desde una posición más sólida, los intereses de nuestras empresas.*

*Pero, por encima de todo, este avance es posible gracias a las personas que forman parte del sector. Detrás de cada empresa, cada producto y cada innovación hay miles de profesionales que trabajan cada día con **esfuerzo, responsabilidad y pasión** para seguir haciendo crecer una industria dinámica, creativa y profundamente comprometida con la calidad y la mejora continua. Un talento del que debemos sentirnos orgullosos y que constituye, sin duda, una de las grandes fortalezas del sector del dulce español.*

*Quiero agradecer especialmente el compromiso y la implicación de todas las empresas asociadas, de los órganos de gobierno, de nuestros colaboradores y, por supuesto, del equipo de PRODULCE. Su trabajo, profesionalidad y dedicación son fundamentales para seguir construyendo una asociación sólida y un sector unido, preparado para afrontar los desafíos actuales y futuros.*

*Seguiremos trabajando con **responsabilidad, cercanía y visión a largo plazo** para acompañar al sector y continuar reforzando el valor de una industria innovadora, diversa y profundamente comprometida con la sociedad.*

Un cordial saludo,  
Olga Martínez



2



## Sobre Nosotros



## 2.1. Nuestros objetivos



Más juntos, más lejos



PRODULCE nace con una misión clara: **representar y defender** los intereses de la industria española del dulce, un sector que integra las categorías de **cacao y chocolate; caramelos y chicles; galletas; pastelería, bollería y panificación; turrone y mazapanes, y miel.**

Desde esta base, el trabajo de la asociación se articula en torno a cinco grandes líneas de actuación:

- Representación y defensa sectorial como interlocutor ante administraciones, instituciones y otros, en España y Europa.
- Impulso a la imagen del sector para reforzar el posicionamiento ante medios de comunicación, administración y líderes de opinión.
- Conexión entre empresas y otros operadores del mercado, generando espacios de encuentro y colaboración.
- Visibilidad y notoriedad de la asociación y de sus empresas miembro para reforzar su presencia y reconocimiento.
- Servicios de valor con asesoramiento, información y espacios de intercambio de conocimiento.





Ser miembro de PRODULCE significa:

### Siempre informados

Comunicación y actualización permanente de cualquier novedad legislativa, mediática o de interés para la competitividad del sector, abarcando temáticas como el etiquetado, calidad, nutrición, medio ambiente o internacionalización, entre otros muchos aspectos.

### Asesoramiento individualizado

A ayudamos a cada empresa asociada en sus posibles necesidades, cubriendo áreas como interpretación y aplicación de normativas, etiquetado, calidad, barreras a la exportación, etc.

### Red de apoyo

Representamos y defendemos los intereses de nuestro sector, tanto a nivel autonómico, como nacional o europeo, principalmente. El valor de la asociación adquiere su máxima expresión al observar la estructura de asociaciones y federaciones en la que se integra.

### Cuidado de la imagen del sector

Trabajamos para poner en valor el trabajo de los profesionales que integran el sector, en cada una de sus categorías. Coordinamos acciones de comunicación para acercar a la industria del dulce al consumidor y dar a conocer su responsabilidad y buen hacer.

### Promover el intercambio de experiencias

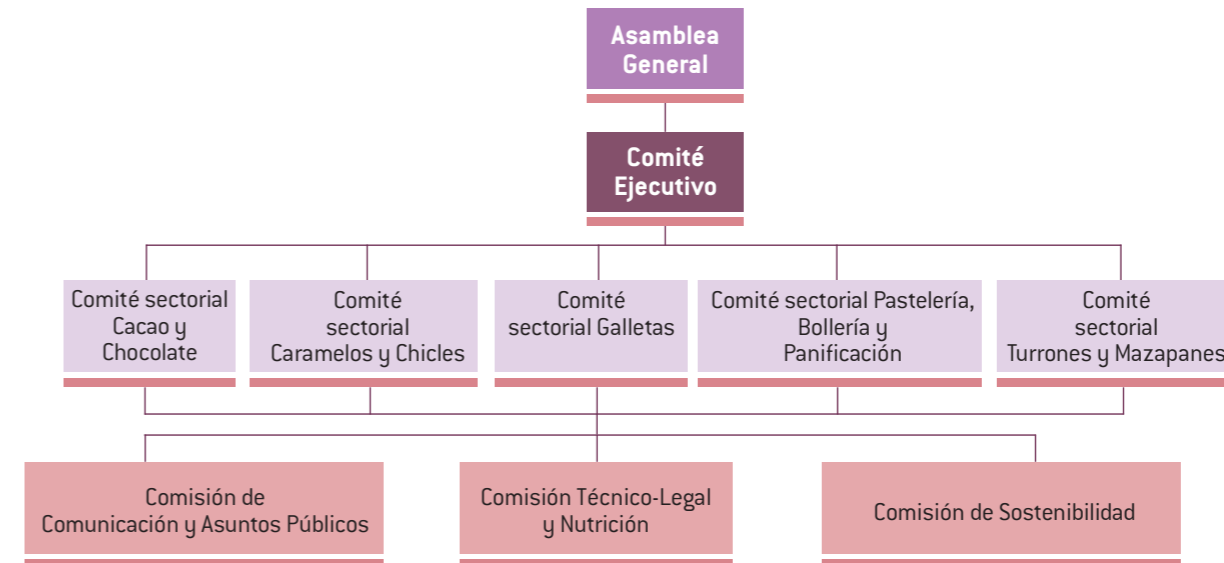
PRODULCE es punto de encuentro y debate entre nuestros asociados, fomentando el aprendizaje y el crecimiento, con el fin último de fortalecer al sector.

### Apuesta activa por la internacionalización

Participamos activamente en planes de internacionalización impulsados por FIAB o ICEX, buscando expandir la presencia de nuestros productos en el exterior y fortalecer la posición del sector en los mercados más exigentes.

## 2.2. Nuestros órganos de gobierno

Una estructura que garantiza participación y dirección





## Asamblea General

Máximo órgano de decisión, integrado por todas las empresas asociadas. Define las **principales líneas de actuación** y aprueba la gestión de la asociación.

En 2025 se celebró el 1 de julio en formato presencial, acompañada de la presentación del informe anual del sector y la participación de un ponente externo experto en consumo.



## Comité Ejecutivo

Responsable de la dirección y ejecución de la estrategia. Sus miembros, representantes de los Comités Sectoriales, se renuevan cada tres años. Sus acuerdos se trasladan a todas las empresas, reforzando la transparencia y la implicación del conjunto del sector.

Durante 2025 mantuvieron cinco reuniones para hacer seguimiento de la actividad y dar respuesta a un entorno especialmente exigente.

## Miembros Comité Ejecutivo (junio 2026)

### Presidenta

Olga Martínez  
Grupo BIMBO

### Vice Presidenta 1º

Carolina Muro  
Nestlé España, S.A.

### Vice Presidenta 2ª y Tesorera

Coqui Castroviejo  
Dulces El Avión, S.A.

### Vocales

Joan Vargas  
Adam Foods, S.L.U.

Carolina Martín  
Cerealto

Markus Schmidt  
Chupa Chups

Isabel Sánchez  
Delaviuda Alimentación, S.A.U.

Franco Martino  
Ferrero Ibérica, S.A.

Rosario Rodríguez  
Fini Golosinas, S.L.U.

David Casañ  
Galletas Gullón, S.A.

Carlos Pérez  
Haribo España, S.A.U.

Igone Bartomeu  
Idilia Foods, S.L.U.

Fernando Renta  
Chocolates Lacasa

Neus Matutes  
Mars Iberia

Esther Patino  
Mondelez España

Pedro López  
Chocolates Valor, S.A.

José Ramón Pastor  
Vidal Golosinas, S.A.





## Comités Sectoriales

Escucha activa y respuesta coordinada por categoría

PRODULCE se organiza en cinco Comités Sectoriales que garantizan que cada categoría esté representada y participe activamente en la definición de prioridades. **Una estructura que acerca la asociación a la realidad de cada categoría y refuerza la acción conjunta del sector.**

Integrados por empresas del mismo subsector —y, en el caso de la miel, también por socios observadores—, estos comités abordan los asuntos específicos de cada categoría y permiten dar una respuesta alineada y eficaz a sus necesidades.

En 2025, cada comité celebró dos reuniones (presencial y online) para hacer seguimiento de los principales temas sectoriales.

Comité sectorial Cacao y Chocolate	Comité sectorial Caramelos y Chiclés	Comité sectorial Galletas	Comité sectorial Pastelería, Bollería y Panificación	Comité sectorial Turrónes y Mazapanes
------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------	--	---------------------------------------

## Comisiones Horizontales

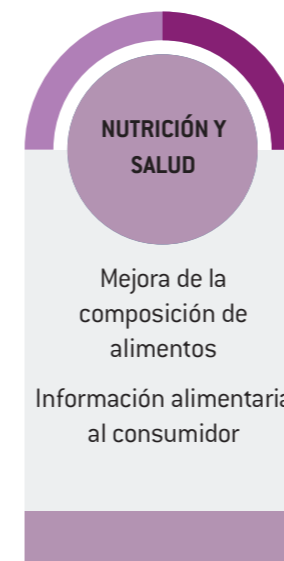
Coordinación técnica para avanzar con criterio común

Son el espacio de trabajo donde se analizan, coordinan y desarrollan los principales asuntos técnicos de la asociación. En ellas se comparten información, se definen posiciones y se elaboran propuestas sobre materias específicas, facilitando una actuación coherente y alineada del conjunto del sector.

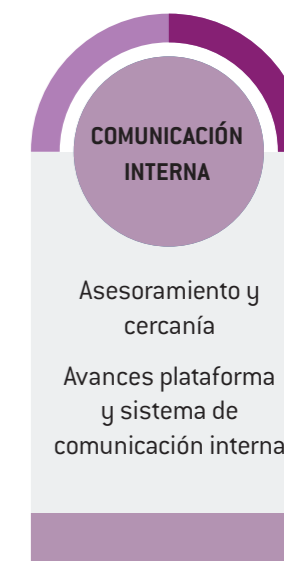
**Son un punto de encuentro clave para construir posicionamientos sólidos y avanzar de forma coordinada, teniendo en cuenta la posición de las pymes,** que constituyen la base y una parte esencial del tejido empresarial del sector.

PRODULCE tiene tres comisiones horizontales que se han reunido en formato online y físico en función de las necesidades específicas en cada momento y el seguimiento oportuno de temas, en línea con la flexibilidad que exige este ámbito de trabajo:

### CTH Técnico-Legal y Nutrición



### CTH Comunicación y Asuntos Públicos





## CTH Sostenibilidad

En 2025 se puso en marcha oficialmente esta comisión para acompañar al sector en los retos de sostenibilidad, desde el ámbito ambiental hasta el laboral y la formación.



## 2.3. Nuestros miembros

- ACRIMONT FOODS, S.L.U. – VIRGINIAS
- ADAM FOODS, S.L.U.
- ANDRÉS MEGÍAS MENDOZA, S.L. – LA ISLEÑA
- ARLUY, S.L.U.
- ARTESANOS MÉNDEZ, S.A.
- BIMBO, S.A.U.
- BORRAS, S.L. de Productos Alimenticios
- BRIOCHE PASQUIER IRÚN, S.L.
- BURMAR SWEETS, S.L.
- CAFOSA GUM, S.A.U.
- CARAMELOS CERDÁN, S.L.
- CARO IMPORT, S.L.
- CASA SANTIVERI, S.L.
- CEREALTO
- CHICKLES GUM
- CHOCOLATE EXPRESS, S.L.
- CHOCOLATES LACASA
- CHOCOLATES SIMÓN COLL, S.A.
- CHOCOLATES TORRAS, S.A.
- CHOCOLATES TRAPA (Europraliné, S.L.)
- CHOCOLATES VALOR, S.A.
- CHUPA CHUPS, S.A.U.
- DAMEL GROUP, S.L.
- DELAVIUDA ALIMENTACIÓN, S.A.U.

- DOLCI PREZIOSI IBÉRICA, S.L.U.
- DULCA, S.L.
- DULCES EL AVIÓN, S.A.
- DULMATESA, S.L.
- EL CASERÍO, S.A.
- EUROCHOC, S.L.
- FERRERO IBÉRICA, S.A.
- FIESTA COLOMBINA S.L.U.
- FINI GOLOSINAS ESPAÑA, S.L.U.
- FLEER ESPAÑOLA S.L.
- GALLETAS CORAL, S.A.
- GALLETAS GULLÓN, S.A.
- GÓMEZ LIÑÁN HNOS. S.L.
- GLASEADOS ORIGINALES, S.L.
- GUATEMALAN CANDIES, S.A. - GUANDY
- HARIBO ESPAÑA, S.A.U.
- IDILIA FOODS, S.L.U.
- INACO (Industria Navarra de Confitería S.L.)
- INDI CAPITAL TEAM, S.L.U.
- INÉS ROSALES, S.A.U.
- LA FLOR BURGALESA, S.L.
- LA GRANJA FOODS 1959, S.L.
- LA MORELLA NUTS, S.A.U.
- LINDT & SPRÜNGLI (ESPAÑA), S.A.

- LUDOMAR CHOCOLATE PASSION, S.L.
- MAGDALENAS DE LAS HERAS, S.A.
- MARS IBERIA
- MARSHMALLOWS INTERNATIONAL S.L.U.
- MEDITERRANEAN FOODS, S.L. (Rifacli)
- MIA FOODS - MAYRIT Inversiones Alimentarias, S.L.U.
- MIELES ANTA, S.L.
- MIGA FOODS COMMERCE S.L.
- MONDELEZ ESPAÑA
- NATRA OÑATI, S.A.
- NESTLÉ ESPAÑA, S.A.
- NORAC FOODS SPAIN, S.L.U.
- PROMERCA, S.A.
- STORCK IBÉRICA, S.L.U.
- TAISI – JOSÉ M<sup>a</sup> LÁZARO S.A
- TASTY AND UNIQUE S.L.
- TIERRA Y ORO, S.A.
- TIRMA, S.A.
- TORRONS VICENS, S.L.
- TROLLI IBÉRICA, S.A.
- UNITED CONFECTIONARY, S.L. – UNICONF
- VDA. PIFARRÉ y Cía. S.L.
- VIDAL GOLOSINAS, S.A.



## 2.4. Nuestro equipo

La Secretaría de la Asociación está formada por:



**Rubén Moreno**  
*Secretario General*  
rmoreno@produlce.com



**Caro Padula**  
*Responsable Técnico-Legal y de Nutrición*  
cpadula@produlce.com

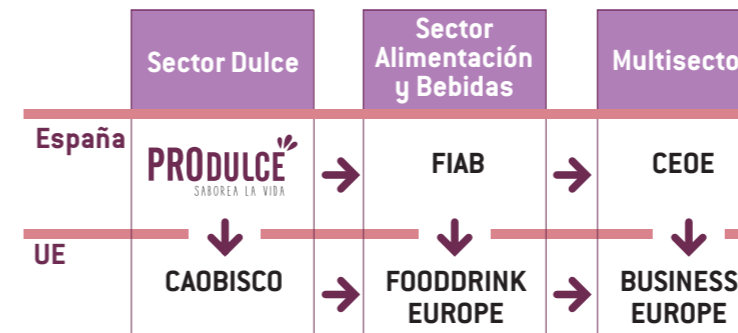


**Ana Torres**  
*Responsable Comunicación*  
atorres@produlce.com



**María José Marulanda**  
*Administración*  
administracion@produlce.com

## 2.5. Nuestra estructura de valor - Con quién trabajamos



El valor de PRODULCE va más allá de su estructura interna. La colaboración y coordinación con asociaciones y federaciones, a nivel nacional y europeo, amplía su capacidad de actuación y refuerza la defensa de los intereses del sector. Esta red permite ofrecer a las empresas asociadas un asesoramiento sólido, información relevante y una representación eficaz en los principales ámbitos de decisión.

**Una estructura de valor que conecta, amplifica y acompaña al sector en sus principales retos**

Además, Produlce cuenta, junto a sus asociaciones paraguas, con una red de más de 40 profesionales y miles de conexiones, que aportan conocimiento y apoyo en múltiples áreas clave para las empresas.

Una red que multiplica el valor de pertenecer a PRODULCE





## PRODULCE y FIAB

PRODULCE es miembro de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), representante desde hace más de 40 años, a través de un único organismo y una sola voz, de la industria española de alimentación y bebidas, como primer sector industrial de España.



A través de esta integración, el sector del dulce gana presencia, influencia y capacidad de interlocución en los principales ámbitos de decisión. PRODULCE mantiene una interlocución y participación activa y permanente en sus órganos de gobierno y foros de trabajo. En este sentido, presidente, y vicepresidentes, secretario general, algunos de los vocales y el equipo de PRODULCE forman parte, e incluso presiden, algunos de los Comités y Grupos de Trabajo de la Federación, participando activamente en el día a día de la organización.

**CONSEJO DE DIRECCIÓN:** La presidenta de PRODULCE, Olga Martínez, forma parte del Consejo de Dirección desde 2022, el máximo órgano ejecutivo de FIAB. Desde este espacio se trabajan los principales temas estratégicos y se canalizan los asuntos de interés para la industria del dulce.

**COMITÉ DE DIRECTORES DE FIAB:** El secretario general participa en el Comité de Directores, foro clave para el seguimiento de los temas comunes y la definición de propuestas conjuntas entre sectores.

**COMITÉS Y GRUPOS DE TRABAJO:** El equipo de PRODULCE y las empresas asociadas participan activamente en los Comités y Grupos de Trabajo más relevantes para el sector, contribuyendo al desarrollo de posicionamientos y al avance en materias clave. En este sentido, durante 2025 PRODULCE ha sido miembro activo de:

- **Comité de Política Alimentaria, Nutrición y Salud**
  - GT Comunicación al Consumidor (Presidenta: Carolina Muro – VP PRODULCE)
  - GT Seguridad Alimentaria y Calidad (Presidenta: Carolina Padula- PRODULCE)
  - GT Composición
  - GT Promoción de estilos de vida saludables
  - GT Evidencia científica

- **Comité de Competitividad y Sostenibilidad**

- GT Residuos y Residuos de Envases
- GT Política y Estrategia de Sostenibilidad
- GT de la Cadena
- GT de Dinamización
- GT de Fiscalidad

- **Comité Desarrollo de Negocio y Servicios**

- GT Internacionalización
- GT de Formación y RRLL
- GT Análisis económicos sectoriales
- GT I+D+i
- GT PYMES (Presidenta: Coqui Castroviejo- VP PRODULCE)

- **Comité de comunicación y relación con el asociado**

- GT Comunicación externa e interna

## PRODULCE y CAOBISCO



### Presencia activa en Europa para defender los intereses del sector

La industria española del dulce cuenta con un papel relevante en Europa, apoyado en la competitividad y calidad de sus productos. Para reforzar esta posición, PRODULCE forma parte de CAOBISCO, la asociación europea que representa y defiende en Bruselas a la industria del chocolate, galletas, pastelería y confitería.

PRODULCE participa activamente en sus órganos de trabajo y es miembro del Comité Ejecutivo, principal órgano de decisión tras la Asamblea General, donde está representada a través de su secretario general.

**En 2025, la presidenta de PRODULCE, Olga Martínez, fue nombrada vicepresidenta de CAOBISCO, reforzando la presencia y el liderazgo del sector español en el ámbito europeo.**

Una presencia directa en Europa que permite influir en la toma de decisiones y anticipar los principales retos regulatorios y estratégicos.

Asimismo, el personal de la asociación participa activamente en los Comités y Grupos de Trabajo más relevantes para PRODULCE:

- Regulatory & Scientific Committee
- Health & Nutrition Committee
- Economic Affairs Committee
- Communication Committee
- Sustainability & CSR



3



El valor de una asociación

### 3. El valor de una asociación: más competitividad para el sector y para cada empresa

Formar parte de PRODULCE impulsa la competitividad de las empresas a través de dos vías complementarias: la fuerza de la acción conjunta del sector y el acceso a servicios que marcan la diferencia a nivel individual.

- **Acción colectiva** para defender y promover los intereses del sector.
- **Servicios de valor** que refuerzan la posición competitiva de cada empresa.

El acompañamiento a las empresas es uno de los servicios más valorados. En un entorno cada vez más exigente, contar con información rigurosa y asesoramiento especializado permite anticipar riesgos, identificar oportunidades y tomar decisiones con mayor seguridad.

En 2025 se gestionaron más de 450 consultas sobre cuestiones clave para el sector, reflejo del papel de PRODULCE como aliado en el día a día de las compañías.



Asesoramiento e información:  
claves para decidir mejor





## CONSULTAS 2025



**Información y acompañamiento para competir mejor en un entorno cada vez más complejo**

La información otorga la capacidad de adelantarse y gestionar mejor las posibles amenazas y de detectar oportunidades antes que otros competidores. Consciente de ello, PRODULCE recopila, analiza y sintetiza toda la información de relevancia para sus asociados, ofreciéndoles así una ventaja para afrontar en mejores condiciones los retos y oportunidades que el entorno presenta. Ocasionalmente también se lanzan consultas a las compañías para conocer sus impresiones y necesidades respecto a diversos temas y poder así gestionarlos de la manera más oportuna posible.

En 2025 se enviaron:

- 174 Circulares
- 26 Carta-circulares
- 1 Resumen semanal de prensa del sector del dulce

### CON LAS EMPRESAS LA ORGANIZACIÓN, Y POR LO TANTO EL SECTOR...

- Es más fuerte al ganar en representatividad y diversidad
- Es más plural
- Sigue aprendiendo
- Crece

### CON PRODULCE...

- Las empresas son más fuertes con su representación y apoyo
- Todas las opiniones cuentan
- Las compañías están más seguras y son más competitivas gracias a la información y asesoramiento personalizado

## INCORPORACIONES EN 2025:

**Crecimiento que refuerza al sector**

El valor de pertenecer a PRODULCE —tanto por el trabajo desarrollado como por las ventajas para los asociados— ha impulsado la incorporación de nuevas empresas en 2025. Ese año se sumaron Krispy Kreme, Miga Foods, Taisi y Dillepasa, reforzando la representatividad de la asociación y enriqueciendo la diversidad del sector.



4



Un sector comprometido

4. Un sector comprometido

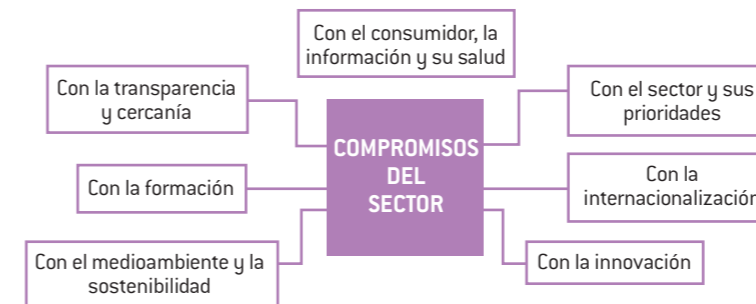


Un trabajo continuo para aportar valor a las empresas y seguir fortaleciendo la posición del sector del dulce.



2025 ha sido un año de intensa actividad para PRODULCE y para las empresas que integran el sector. En un entorno marcado por los retos regulatorios, económicos y sociales, la asociación ha continuado trabajando para defender los intereses de la industria, acompañar a las empresas y reforzar la competitividad del sector.

En las páginas siguientes encontrarás solo una selección de los avances y compromisos que el sector y PRODULCE han asumido a lo largo de 2025:





## 4.1. Con el sector y sus prioridades

Información, representación y acompañamiento para reforzar la competitividad de un sector dinámico, innovador y con una creciente proyección internacional.

### ACOMPañAR AL SECTOR EN UN ENTORNO CADA VEZ MÁS COMPLEJO

La industria española del dulce continúa demostrando una elevada capacidad de adaptación en un contexto marcado por la transformación regulatoria, los desafíos económicos y la creciente presión sobre la competitividad. En este escenario, PRODULCE ha reforzado su labor de **representación, seguimiento y acompañamiento** a las empresas, facilitando información clave y defendiendo marcos regulatorios más equilibrados y viables para el sector.

### COMPETITIVIDAD Y SIMPLIFICACIÓN NORMATIVA

PRODULCE ha realizado un seguimiento continuo de las iniciativas europeas orientadas a mejorar la competitividad y reducir la carga administrativa para las empresas, trasladando a los asociados los principales avances relacionados con sostenibilidad, digitalización, energía o simplificación normativa.

Asimismo, se ha mantenido informadas a las empresas sobre las prioridades regulatorias de la nueva Comisión Europea y el posible impacto de futuras iniciativas en ámbitos estratégicos para la industria.



### INFORMACIÓN ÚTIL PARA ANTICIPARSE AL ENTORNO

A lo largo del año, la asociación ha compartido de forma constante información económica, empresarial y laboral relevante para ayudar a las compañías a **interpretar el contexto y tomar decisiones con mayor perspectiva**.

Entre otros contenidos, se trasladaron informes económicos sectoriales, novedades laborales, iniciativas de reducción de cargas administrativas o jornadas especializadas impulsadas por FIAB, CEOE y otras organizaciones de referencia.

### IMPULSO A LA PARTICIPACIÓN Y VISIBILIDAD DEL SECTOR



PRODULCE continuó promoviendo oportunidades de participación para las empresas asociadas en iniciativas estratégicas como **Alimentaria 2026**, facilitando condiciones ventajosas y fomentando espacios conjuntos que refuercen la presencia y proyección de la industria española del dulce.

### LIDERAZGO Y REPRESENTACIÓN EN EUROPA

En 2025, la presidenta de PRODULCE, Olga Martínez, fue nombrada vicepresidenta de CAOBISCO, principal organización europea del sector. Incluir imagen de presidenta



Un reconocimiento que refleja el peso creciente de la industria española del dulce en Europa y el trabajo desarrollado por el sector en ámbitos como competitividad, sostenibilidad e innovación.



## 4.2. Con el consumidor, la información y su salud



En un entorno regulatorio cada vez más complejo y exigente, PRODULCE ha seguido siendo un apoyo clave para las empresas, defendiendo un marco basado en el rigor científico, la transparencia y la viabilidad técnica; y contribuyendo a que el sector avance alineado con las nuevas demandas de los consumidores y de la sociedad.



Al mismo tiempo, PRODULCE continuó ejerciendo una importante labor de **interlocución institucional y coordinación sectorial** junto a FIAB, CAOBISCO y otras organizaciones nacionales e internacionales, con el objetivo de trasladar la posición de la industria y anticipar el impacto de futuras medidas regulatorias sobre las empresas del sector.



En 2025, PRODULCE reforzó su labor de seguimiento, análisis y representación en todos aquellos asuntos relacionados con la **nutrición, la salud y la información alimentaria** al consumidor, acompañando a las empresas en un entorno regulatorio cada vez más exigente.

La asociación trabajó activamente en el análisis de iniciativas nacionales y europeas vinculadas a la alimentación saludable, el etiquetado, la reformulación y la transparencia informativa, defendiendo siempre un **marco regulatorio basado en el rigor científico, la proporcionalidad y la seguridad jurídica para las empresas.**

### ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y REGULACIÓN ALIMENTARIA

Durante el año, PRODULCE realizó un seguimiento exhaustivo de la Estrategia Nacional de Alimentación (ENA), impulsada por el Gobierno de España, especialmente en los ámbitos relacionados con **alimentación saludable, educación nutricional, innovación e información al consumidor.**

La asociación analizó y compartió de forma detallada las distintas medidas planteadas dentro de esta estrategia, especialmente aquellas vinculadas al impulso de modelos de alimentación saludables y sostenibles, la educación alimentaria desde edades tempranas y el desarrollo de herramientas de información nutricional dirigidas al consumidor.

Asimismo, PRODULCE trabajó intensamente en el análisis del futuro Real Decreto para el fomento de una **alimentación saludable y sostenible en centros educativos**, una de las iniciativas regulatorias con mayor impacto potencial para el sector. La asociación participó activamente en el seguimiento de su tramitación y en el análisis técnico, colaborando con el traslado de observaciones y defendiendo los intereses de las empresas en cuestiones especialmente sensibles como la definición de

“azúcares añadidos” y grasas trans, los criterios nutricionales aplicables a determinados productos, las limitaciones de oferta en máquinas expendedoras y cafeterías, o los requisitos de sostenibilidad y composición nutricional.

Todo ello con el objetivo de garantizar que las futuras medidas regulatorias tengan una base científica sólida, sean técnicamente viables y permitan avanzar hacia modelos de alimentación equilibrados sin generar distorsiones innecesarias para la industria.





## INFORMACIÓN CLARA Y TRANSPARENCIA PARA EL CONSUMIDOR

La información alimentaria continuó siendo uno de los grandes ejes de trabajo del año. PRODULCE siguió de cerca las **iniciativas legislativas relacionadas con el etiquetado alimentario, la trazabilidad y la comunicación al consumidor**, con especial atención a aspectos como:

- **etiquetado nutricional y sistemas visuales de información,**
- **declaraciones de propiedades nutricionales y saludables,**
- **etiquetado precautorio de alérgenos,**
- **uso de términos como “natural”, “ecológico” o “artesanal”,**
- **incorporación de herramientas digitales y códigos QR,**
- **y nuevas obligaciones informativas**

En este contexto, PRODULCE participó en el análisis técnico y jurídico de distintas propuestas regulatorias nacionales y europeas, trabajando junto a FIAB, CAOBISCO y otras organizaciones sectoriales para garantizar que la información facilitada al consumidor sea clara, rigurosa, armonizada y basada en criterios homogéneos dentro del mercado europeo.

Además, la asociación mantuvo una labor constante de información y acompañamiento a las empresas, trasladando novedades regulatorias, interpretaciones normativas y documentos técnicos relacionados con etiquetado, declaraciones nutricionales, ingredientes y comunicación alimentaria.



## INNOVACIÓN, REFORMULACIÓN Y NUEVOS INGREDIENTES

La asociación también apoyó iniciativas orientadas a favorecer la **innovación y la reformulación** de productos, especialmente aquellas vinculadas a la reducción de azúcares y al desarrollo de nuevas alternativas e ingredientes.

Entre ellas, destacó el trabajo realizado en torno a la revisión de la denominada “regla del 30%” del Reglamento europeo de declaraciones nutricionales, considerada por gran parte de la industria una barrera para el desarrollo de productos reformulados y adaptados a las nuevas demandas del consumidor. PRODULCE participó, junto a otras organizaciones europeas, en las acciones dirigidas a solicitar una mayor flexibilidad normativa que favorezca la **innovación y el desarrollo de productos con menor contenido en azúcares.**

Asimismo, la asociación mantuvo permanentemente informadas a las empresas sobre **novedades regulatorias relacionadas con nuevos alimentos, ingredientes y normas de calidad**, incluyendo aspectos vinculados al uso de nuevos aceites vegetales, criterios de etiquetado y requisitos técnicos aplicables a distintos productos del sector.

## UN SECTOR COMPROMETIDO CON EL CONSUMIDOR

A través de esta intensa actividad de seguimiento, representación y apoyo técnico, PRODULCE continuó trabajando para acompañar a las empresas en los retos vinculados a la salud, la nutrición y la información alimentaria, contribuyendo a un sector cada vez más innovador, transparente y alineado con las demandas de los consumidores y de la sociedad.

El compromiso del sector con la **mejora continua, la información clara y la adaptación a las nuevas necesidades del consumidor** siguió siendo, un año más, uno de los pilares fundamentales de la actividad de la asociación.





## 4.3. Con la internacionalización

La internacionalización continúa siendo uno de los grandes motores de crecimiento y competitividad del sector del dulce español. A través de una intensa labor de representación, apoyo técnico, promoción exterior y acompañamiento estratégico, PRODULCE trabaja para abrir nuevas oportunidades a las empresas, facilitar su acceso a mercados internacionales y reforzar el posicionamiento de una industria cada vez más innovadora, sólida y reconocida a nivel global.

En 2025, PRODULCE continuó reforzando su apoyo a la internacionalización de las empresas del sector, acompañándolas en un contexto internacional especialmente complejo y cambiante, marcado por nuevas tensiones comerciales, incertidumbre regulatoria y la apertura de nuevas oportunidades de mercado.

### UN ACUERDO CLAVE CON ICEX



En 2025, PRODULCE e ICEX reforzaron su histórica colaboración mediante la firma de un nuevo convenio marco orientado a impulsar la proyección internacional del dulce español y consolidar la imagen del sector como referente de calidad, innovación y diversidad en los mercados internacionales. El acuerdo busca el desarrollo conjunto de acciones de promoción, formación y visibilidad internacional, así como la participación en seminarios, foros y actividades estratégicas vinculadas a la internacionalización.



### SEGUIMIENTO, INTERLOCUCIÓN INSTITUCIONAL Y COORDINACIÓN SECTORIAL

Junto a **FIAB, CAOBISCO, ICEX, MAPA, CEOE** y distintas instituciones nacionales y europeas, en 2025 se trabajó con el objetivo de trasladar las preocupaciones y necesidades de las empresas, anticipar riesgos y facilitar el acceso a información estratégica y oportunidades comerciales internacionales.

En este contexto, uno de los principales focos de trabajo del año fue el seguimiento de la **evolución de la política comercial de Estados Unidos** y su impacto sobre la industria alimentaria europea. PRODULCE participó activamente en consultas, grupos de trabajo y reuniones con administraciones y organizaciones sectoriales para analizar las implicaciones de los nuevos aranceles y trasladar la posición del sector ante las autoridades españolas y europeas. Asimismo, la asociación coordinó la recopilación de información sobre impactos reales en las empresas y mantuvo permanentemente informados a los asociados sobre las distintas medidas, negociaciones y escenarios regulatorios.

Además, la asociación trabajó intensamente en otros asuntos clave relacionados con el comercio exterior y las exportaciones, como:

- incidencias en controles aduaneros y procedimientos de exportación,
- seguimiento de cambios regulatorios en frontera,
- exportaciones a terceros países,
- barreras comerciales y sanitarias,
- oportunidades derivadas de acuerdos internacionales,
- y análisis de nuevos mercados estratégicos.

Especial relevancia tuvo también el seguimiento del acuerdo comercial **UE-MERCOSUR** y las oportunidades que puede generar para la industria española de alimentación y bebidas, así como la difusión de estudios, informes y análisis específicos sobre evolución de exportaciones, mercados prioritarios y tendencias internacionales. Entre ellos, destacó la presentación del **Informe de Comercio Exterior del sector del dulce 2024**, que puso de manifiesto la fortaleza exportadora del sector, con más de **2.400 millones de euros exportados** y presencia consolidada en los cinco continentes.



■ FORMACIÓN, INTELIGENCIA DE MERCADO Y APOYO A LAS EMPRESAS

Durante el año, PRODULCE facilitó además el acceso de las empresas asociadas a numerosas acciones de **formación, webinars especializados y actividades de inteligencia de mercado** orientadas a reforzar sus capacidades internacionales y mejorar su posicionamiento exterior.

Entre otras iniciativas, la asociación difundió y promovió programas relacionados con:

- gestión comercial internacional,
- negociación y distribución internacional,
- oportunidades de exportación en mercados estratégicos,
- impacto de nuevas políticas comerciales,
- inteligencia artificial aplicada a la exportación,
- análisis de mercados como Canadá, Indonesia o Mercosur,
- y nuevas tendencias del comercio internacional agroalimentario.

■ FERIAS INTERNACIONALES Y ACCIONES DE PROMOCIÓN EXTERIOR

PRODULCE continuó impulsando la presencia internacional de las empresas asociadas mediante la difusión y apoyo a numerosas ferias, misiones comerciales y pabellones agrupados organizados junto a **FIAB, ICEX y MAPA**, facilitando además condiciones ventajosas de participación para las empresas miembro.

Entre las principales acciones internacionales promovidas durante el año destacaron:

- ISM Middle East (Dubái)
- Fine Food Australia (Sídney)
- Speciality & Fine Food London
- SIAL China (Shanghái)
- Tutto Food (Milán)
- Bread & Jam Festival (Londres)
- Taste Spain Zagreb (Croacia)
- PLMA Chicago
- BIOFACH (Núremberg)
- Expo ANTAD México
- Winter Fancy Faire (EE. UU.)
- FHC Shanghái
- Saudi Food Show (Arabia Saudí)
- PLMA Ámsterdam
- Seoul Food & Hotel (Corea del Sur)
- Misión comercial a Indonesia

4.4. Con la innovación

“La innovación y la mejora continua son ya señas de identidad del sector del dulce español. A través de la I+D+i, la digitalización y el desarrollo de productos cada vez más adaptados a las nuevas demandas del consumidor, las empresas del sector refuerzan su competitividad y capacidad de adaptación, con el apoyo y acompañamiento de PRODULCE.”

La innovación continuó siendo en 2025 uno de los grandes pilares estratégicos del sector del dulce español y una herramienta clave para impulsar su competitividad, sostenibilidad y capacidad de adaptación a un entorno cada vez más dinámico y exigente.

Las empresas del sector siguieron trabajando activamente en el **desarrollo de productos** adaptados a las nuevas demandas del consumidor, avanzando en ámbitos como la mejora del perfil nutricional, la reformulación, la reducción de azúcares y grasas, el desarrollo de productos sin alérgenos y la incorporación de ingredientes funcionales, siempre manteniendo la calidad, el sabor y la experiencia de consumo que caracterizan a esta categoría.

En paralelo, la innovación continuó extendiéndose a **todas las fases del proceso productivo**, impulsando mejoras vinculadas a la eficiencia, la digitalización, la sostenibilidad, la productividad y la optimización de recursos. Este esfuerzo constante permite a las empresas del sector responder a un consumidor cada vez más informado y consciente, al tiempo que refuerzan su capacidad de crecimiento y adaptación en un mercado altamente competitivo.

En este contexto, PRODULCE mantuvo una intensa labor de **apoyo, información y acompañamiento** a las empresas, facilitando el acceso a iniciativas, tendencias, desarrollos tecnológicos y oportunidades vinculadas a la I+D+i y a la transformación del sector alimentario, con especial foco en las pymes.

Asimismo, PRODULCE siguió **impulsando la participación** de las empresas en jornadas técnicas, proyectos colaborativos, programas de innovación y actividades vinculadas a la digitalización y la mejora competitiva.



## 4.5. Con el medio ambiente y la sostenibilidad

“**PRODULCE continúa acompañando a las empresas en los grandes retos medioambientales y regulatorios del sector, impulsando una transición sostenible basada en el rigor técnico, la viabilidad industrial y la mejora continua. Un compromiso compartido que refuerza la competitividad, la responsabilidad y la capacidad de adaptación de la industria del dulce.**”

La sostenibilidad medioambiental continuó consolidándose en 2025 como una de las grandes áreas estratégicas de trabajo para PRODULCE y para las empresas del sector. En un contexto marcado por una creciente presión regulatoria europea y nacional, la asociación reforzó su actividad de **seguimiento, representación institucional y acompañamiento técnico** para ayudar a las empresas a afrontar con **seguridad jurídica y anticipación** los nuevos desafíos medioambientales.

Con el objetivo de reforzar esta labor y dotarla de una estructura específica, PRODULCE puso en marcha su **nueva Comisión de Sostenibilidad**, concebida como un espacio estable de coordinación sectorial, análisis regulatorio y definición de posiciones comunes

ante los principales retos ambientales que afectan a la industria. La primera reunión de la Comisión se celebró en el marco de la jornada **“Sostenibilidad y competitividad en el sector del dulce”**, un encuentro que reunió a expertos, empresas y representantes institucionales para abordar cuestiones clave como la transición sostenible, la evolución regulatoria europea, la economía circular o el equilibrio entre sostenibilidad y competitividad empresarial, consolidando así un nuevo foro de reflexión y trabajo conjunto para el sector.



### ENVASES, ECONOMÍA CIRCULAR Y NUEVAS OBLIGACIONES AMBIENTALES

PRODULCE realizó un intenso seguimiento de la normativa nacional y europea relacionada con envases y residuos de envases, uno de los ámbitos regulatorios con mayor impacto para el sector. La asociación trabajó activamente en el análisis del nuevo Reglamento Europeo de Envases y Residuos de Envases y en la adaptación del marco español a esta nueva regulación, participando junto a FIAB y otras organizaciones sectoriales en **consultas públicas, grupos de trabajo y posicionamientos técnicos**. Entre otros aspectos, se abordaron cuestiones vinculadas al etiquetado armonizado, los objetivos de reutilización, los sistemas colectivos de responsabilidad ampliada del productor (SCRAPs), la trazabilidad y las nuevas obligaciones informativas.

Asimismo, PRODULCE mantuvo una labor constante de **información y apoyo** a las empresas en relación con la aplicación práctica de la normativa de envases, trasladando criterios interpretativos relevantes y realizando seguimiento de cuestiones especialmente sensibles para el sector, como el **marcado de envases y el impuesto especial sobre los envases de plástico no reutilizables** y su aplicación en operaciones de exportación.





## DEFORRESTACIÓN Y CADENAS DE SUMINISTRO

El **Reglamento Europeo sobre Productos Libres de Deforestación (EUDR)** ha supuesto un reto debido a su complejidad técnica y al impacto sobre las cadenas de suministro del sector, especialmente en materias primas como el cacao.

PRODULCE desarrolló una intensa labor de seguimiento legislativo, interlocución institucional y coordinación sectorial junto a FIAB, CAOBISCO y otras organizaciones nacionales y europeas, participando activamente en el análisis de los borradores legislativos, el desarrollo de posicionamientos sectoriales y las acciones dirigidas a mejorar la proporcionalidad, simplificación y seguridad jurídica del futuro marco regulatorio.

Además, la asociación organizó y difundió distintas sesiones monográficas, jornadas técnicas y acciones formativas para acompañar a las empresas en la implantación práctica del Reglamento, facilitando guías sectoriales, documentación técnica y herramientas de apoyo para la aplicación de sistemas de due diligence y trazabilidad.

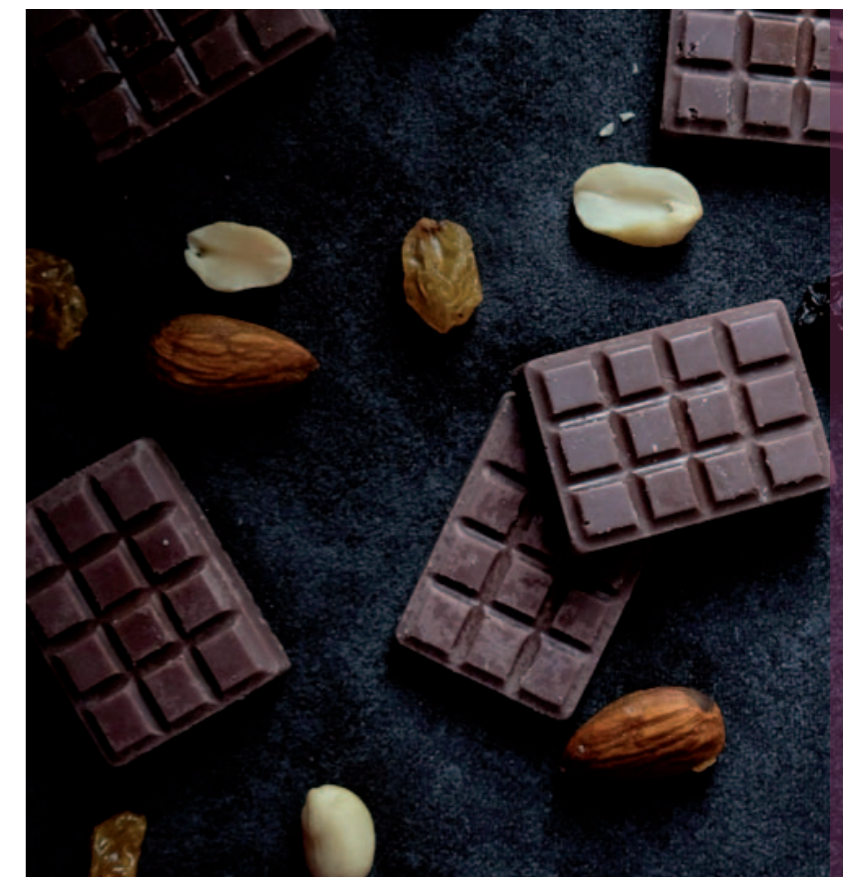


## DESPERDICIO ALIMENTARIO, CONSUMO SOSTENIBLE Y TRANSPARENCIA

La sostenibilidad también estuvo marcada por el seguimiento de nuevas iniciativas legislativas relacionadas con consumo sostenible, economía circular y prevención del desperdicio alimentario.

En este ámbito, PRODULCE acompañó a las empresas en el análisis e implementación de la nueva **Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario**, colaborando en el desarrollo y difusión de guías prácticas para facilitar la implantación de planes de prevención y gestión del desperdicio en las compañías.

Asimismo, la asociación realizó un seguimiento continuo de iniciativas relacionadas con **declaraciones medioambientales (“green claims”)** y **nuevas exigencias de transparencia e información** dirigidas a consumidores y empresas, trasladando información útil y defendiendo marcos regulatorios proporcionados y técnicamente viables.





## 4.6. Con la formación

PRODULCE impulsa la formación y el acceso a conocimiento especializado como herramientas fundamentales para fortalecer la competitividad, la innovación y la preparación de las empresas ante los nuevos retos del sector

La formación y la capacitación profesional continuaron siendo en 2025 una de las áreas de trabajo relevantes para PRODULCE. A través de acuerdos de colaboración, jornadas técnicas, programas especializados y difusión de oportunidades formativas, la asociación reforzó su labor de apoyo al desarrollo del talento y la actualización de conocimientos dentro del sector.

El año 2025 supuso un impulso especial en este ámbito, con Produlce intensificando su papel como punto de encuentro y coordinación del sector. La asociación organizó, promovió, apoyó y difundió actividades formativas en muy distintos campos, reforzando así su compromiso con el desarrollo del talento y la actualización constante de los conocimientos, fundamentales para afrontar con éxito los retos actuales y futuros del sector del dulce.

### FORMACIÓN TÉCNICA Y ESPECIALIZADA PARA EL SECTOR

Durante el año, PRODULCE facilitó a las empresas el acceso a programas formativos especializados en áreas clave para la industria alimentaria y del dulce, promoviendo además condiciones ventajosas para las empresas asociadas.



En este contexto, la asociación renovó su acuerdo con la **Academia del Dulce ZDS** (Die Süßwaren-Akademie), referente internacional en formación técnica para la industria de confitería y chocolate, permitiendo a los asociados acceder a descuentos en toda su oferta formativa, incluyendo cursos especializados en tecnología de fabricación de chocolate.

Asimismo, PRODULCE difundió entre las empresas distintas iniciativas formativas vinculadas a **sostenibilidad, economía circular y regulación ambiental**, como los programas impulsados por Ecoembes sobre diseño circular de envases, estrategia ESG, gobernanza o nuevas obligaciones derivadas del Reglamento Europeo de Envases.

La asociación también trasladó información sobre programas especializados en **regulación y asuntos públicos**, como el Curso Especialista en Proceso Regulatorio impulsado por AP Institute y la Universidad Nebrija, orientado a reforzar la capacitación de profesionales en ámbitos regulatorios y legislativos cada vez más relevantes para el sector.

### IMPULSO A LA INTERNACIONALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD

La **formación vinculada a internacionalización y gestión empresarial** ocupó igualmente un lugar destacado dentro de la actividad de la asociación. PRODULCE difundió entre sus asociados distintos programas dirigidos a fortalecer la capacidad exportadora y competitiva de las empresas, como las iniciativas impulsadas por Track Global Solutions y FUNDAE, financiadas con fondos Next Generation, que incluían formación especializada y planes personalizados de internacionalización para pymes.

Además, en colaboración con FIAB, la asociación promovió programas especializados en gestión comercial internacional, negociación, canales de distribución y exportación, así como nuevas herramientas digitales aplicadas al comercio exterior, incluyendo formación específica sobre el uso de ChatGPT e inteligencia artificial generativa como apoyo a los procesos de exportación y marketing internacional.



UN SECTOR COMPROMETIDO CON EL TALENTO Y LA MEJORA CONTINUA

El compromiso del sector del dulce con la formación, la actualización permanente y el desarrollo profesional siguió consolidándose, un año más, como uno de los pilares fundamentales para afrontar los retos regulatorios, tecnológicos y comerciales de la industria.

PRODULCE continuó desempeñando un papel clave como canal de acceso a conocimiento, oportunidades formativas y herramientas de capacitación, acompañando a las empresas en su adaptación constante a un entorno cada vez más exigente y especializado.



4.7. Con la transparencia y la cercanía

En 2025, PRODULCE consolidó una comunicación más estratégica, cercana y profesional, reforzando la visibilidad y reputación del sector del dulce y fortaleciendo su papel como interlocutor de referencia ante medios, instituciones y sociedad.

En 2025, PRODULCE continuó reforzando su posicionamiento como voz de referencia del sector del dulce en España, impulsando una estrategia de comunicación y asuntos públicos cada vez más profesionalizada, cercana, proactiva y alineada con los grandes retos de la industria.

La asociación consolidó una presencia mediática estable y creciente, aumentando significativamente su visibilidad en medios generalistas, económicos y especializados.

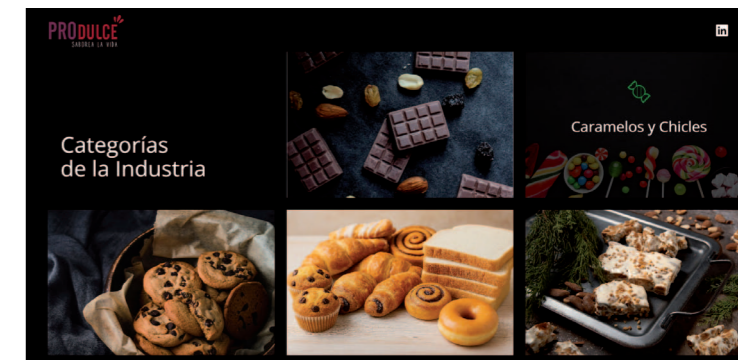
UNA PRESENCIA MEDIÁTICA MÁS SÓLIDA Y ESTRATÉGICA

Durante 2025, PRODULCE mantuvo un crecimiento sostenido de su actividad comunicativa, consolidando una presencia constante en la agenda informativa y reforzando su papel como fuente fiable y autorizada para abordar asuntos relacionados con alimentación, consumo, sostenibilidad, innovación, internacionalización o regulación sectorial.

Este avance permitió trasladar a la sociedad una visión más rigurosa y cercana de la industria del dulce y de su contribución económica, social y alimentaria.

UNA NUEVA WEB PARA UNA ASOCIACIÓN MÁS CERCANA Y MODERNA

En línea con esta evolución, 2025 también supuso un importante salto cualitativo en imagen, accesibilidad y comunicación digital con el lanzamiento de la nueva página web de PRODULCE con el objetivo de ofrecer una comunicación más moderna, visual, transparente y cercana, mejorando el acceso a la información sectorial y reforzando la visibilidad de la actividad de la asociación y de las empresas que representa.



UN SECTOR QUE COMUNICA CON RESPONSABILIDAD Y CERCANÍA

A través de esta labor continua de comunicación, representación y acompañamiento, PRODULCE siguió trabajando para fortalecer la reputación del sector, acercar la realidad de la industria a consumidores e instituciones y consolidar una voz sectorial rigurosa, transparente y alineada con los desafíos actuales.

La creciente presencia pública de la asociación refleja también el compromiso de las empresas del sector con la información veraz, la mejora continua y una comunicación cada vez más abierta, cercana y responsable.



En 2025:

10 notas de prensa	9 entrevistas	2 encuentros one- to-one
Reuniones semanales	Materiales corporativos, posicionamientos, argumentarios, Q&A y perfiles periodistas	Gestiones de impactos con asociados



524  
Impactos



+125M  
Audiencia



+1,5M€  
Valor publicitario

**ARAL**  
REVISTA DEL GRAN CONSUMIDOR  
El sector del turrón y mazapán aumenta casi un 8% con respecto a 2020  
En 2021 facturó un total de 313 millones de euros

**agrodiario.com**  
Los precios altos del azúcar presagian más riesgos en la oferta de alimentos  
Los precios del azúcar siguen superando récords en los mercados y en la oferta de la compra, una tendencia que continuará por la falta de oferta y que los analistas agrarios ven como un peligro de lo que puede ocurrir.

**financial food**  
El sector galletero español factura 1.381 millones al año y exporta la mitad de su producción

**cuatro**

**COPE**

**cylv**

**tve Catalunya**

**elEconomista**  
Las exportaciones del sector de envasada de España crecen un 10%

**EFE:**  
Buñuelos, flores, escapadas y bares terroríficos Santos para todos los gustos

**LA VANGUARDIA**  
La crisis climática amenaza la producción mundial de chocolate

***Gracias a todos los que hacéis posible este trabajo. El compromiso, la profesionalidad y el esfuerzo conjunto de las empresas asociadas, los interlocutores externos y el equipo de PRODULCE han permitido seguir avanzando en un entorno cada vez más exigente, reforzando la representación, la visibilidad y la competitividad del sector del dulce con una visión sólida, responsable y de futuro.***



**PRODULCE**  
SABOREA LA VIDA

Asociación Española del Dulce  
C/ Velázquez 64. 3ª Planta. 28001 Madrid  
T. +34 91 837 20 05  
produlce@produlce.com  
[www.produlce.com](http://www.produlce.com)