

Cacao y Chocolate



- LA PRODUCCIÓN NACIONAL SE MUESTRA MÁS COMPETITIVA.** La categoría de cacao y chocolate continúa como la primera contribuyente por valor de producción del sector del dulce y alcanza 1.952 millones de euros, habiendo crecido un 5,1% en 2024. Supone así una cuarta parte de la facturación global del sector del dulce en España y un 30,5% del consumo interno. El crecimiento se apoya en esta ocasión en las exportaciones, mientras que la producción dirigida al mercado nacional se mantiene estable. En ambas dimensiones, y a pesar de la complicada situación que vive el sector como consecuencia de la volatilidad y el rally alcista del cacao, se observa cómo la producción nacional exhibe unos diferenciales valor-volumen (11,7 p.p.) notablemente inferiores a los de las importaciones (20,2 p.p.), lo cual pone de manifiesto una mayor competitividad.

Las tensiones inflacionistas propician la caída de los volúmenes de venta en todas las magnitudes, a excepción de las importaciones, aunque éstas muestran el mayor diferencial en los crecimientos entre valor y volumen, demostrando una alta tolerancia del mercado nacional a estos diferenciales.

Comparando estos datos con los de 2023 vemos que la brecha se va cerrando, especialmente en la producción nacional y con especial énfasis en la producción derivada al mercado interior, que pasa de mostrar unos diferenciales de 15,6 p.p. a unos de 10,8 p.p. en tan solo un año.

- TERCER EJERCICIO CONSECUTIVO CON MAYOR FACTURACIÓN, PERO MENOS UNIDADES VENDIDAS.** Como consecuencia de todos los efectos adversos que vive la categoría, las cifras de consumo de la categoría en nuestro país muestran un crecimiento del 7,5% en términos de valor y una caída del 3,9% en volúmenes, lo que supone un diferencial inferior al de 2023, propiciado por el mejor comportamiento de la producción nacional y los esfuerzos volcados en trasladar esta competitividad, tanto al mercado interior como a mercados exteriores.

La cifra de consumo de la categoría rebasa por primera vez los 2.000 millones de euros (2.106,2) y gana casi 1 p.p. en el mix de consumo en valor (30,5%) mientras cae casi lo mismo en términos de volumen (18,3%).

- LOS SNACKS SIGUEN CRECIENDO, EL RESTO AJUSTA VOLÚMENES.** La categoría de snacks sigue ganando presencia en valor (+5,5 p.p.) mientras reduce algo los volúmenes (-1,3 p.p.), el resto de categorías se encuentran en la dinámica contraria. A excepción de las cremas para untar, que mantienen su participación en valor (11,9%) mientras reducen la de volúmenes (13,8%), el resto pierde participación en términos de valor y aumenta en volúmenes, un signo de la voluntad de los operadores por ir reequilibrando la relación valor-volumen en la medida de lo posible.

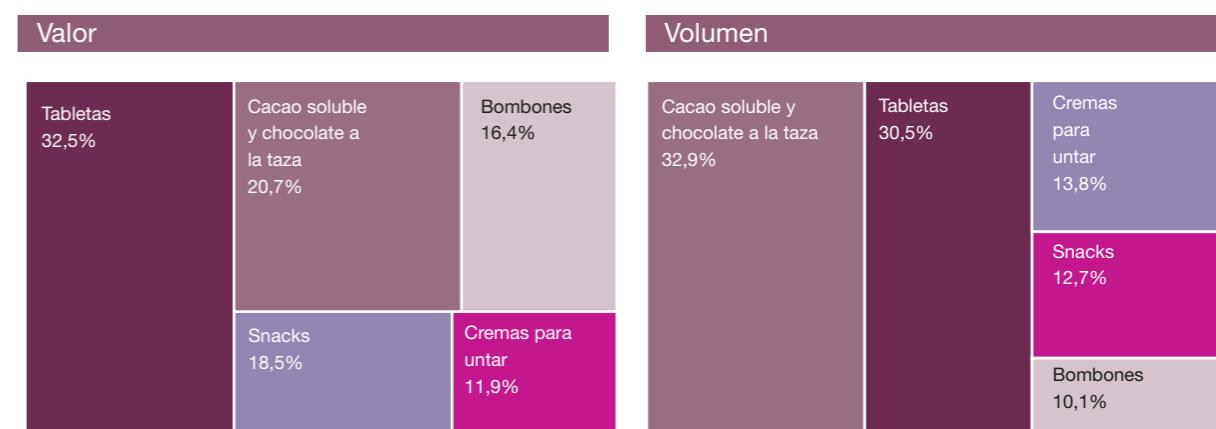
El caso más palpable en este sentido es el de los bombones, que reducen su peso en valor en 1,6 p.p. mientras aumentan la participación en volumen en 2,1 p.p. Le siguen las tabletas, que pierden 2,5 p.p. de participación en valor mientras aumentan en 0,5 p.p. la de volumen. En el cacao soluble la dinámica es la misma aunque más comedida (-1,3 p.p. en valor y +0,9 p.p. en volumen).

Principales magnitudes y progresión (2022-2024)

Principales Magnitudes	Millones de €					Toneladas métricas (miles)				
	2022	2023	2024	%23/22	%24/23	2022	2023	2024	%23/22	%24/23
Facturación Total	1.708,1	1.857,7	1.952,2	8,8%	5,1%	227,5	218,3	203,7	-4,1%	-6,7%
Mercado Interior (a)	1.210,9	1.284,6	1.282,4	6,1%	-0,2%	124,5	112,6	100,3	-9,5%	-10,9%
Exportaciones	497,1	575,8	642,7	15,8%	11,6%	103,1	105,6	103,4	2,5%	-2,1%
Importaciones (b)	601,2	674,3	823,8	12,2%	22,2%	130,5	133,0	135,7	2,0%	2,0%
Consumo Aparente (a+b)	1.812,1	1.958,9	2.106,2	8,1%	7,5%	255,0	245,7	236,0	-3,6%	-3,9%

Detalle Nacional

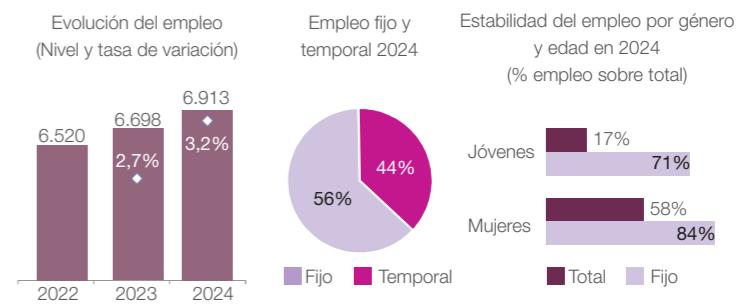
Mix Products 2024



Canales de distribución



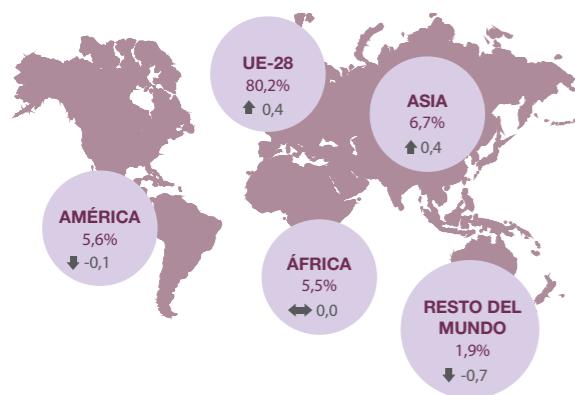
Empleo



- AUMENTA EL EMPLEO Y LAS MUJERES YA SON MAYORÍA EN LA CATEGORÍA.** A pesar de la compleja situación que enfrenta la categoría, el empleo sigue creciendo desde 2022, alcanzando los 6.913 empleados directos en 2024, con un aumento del 3,2% respecto a 2023. La categoría afianza su liderazgo como la mayor empleadora del sector del dulce. La estabilidad se mantiene y las mujeres son ya una clara mayoría en la categoría, con el 58% del total de trabajadores y unos niveles de estabilidad muy altos (84%) en relación con la media del sector.
- EL REPARTO POR CANALES APENAS VARÍA.** Con un reparto por canales esencialmente igual al observado en 2023, el incremento generalizado del consumo en términos de valor eleva el valor facturado en todos ellos, a pesar de ligeros retrocesos como el observado en el canal impulso (-0,5 p.p.).

Detalle Internacional

Mapa exportaciones (% sobre mundo)



Mapa importaciones (% sobre mundo)



Principales destinos (exportaciones) miles de €

	2023	2024
Francia	128.497	128.497
Portugal	115.613	115.613
Alemania	40.259	40.259
Reino Unido	39.918	39.918
Italia	36.933	36.933
Marruecos	29.821	29.821
Países Bajos	27.412	27.412
Bélgica	15.006	15.006
Estados Unidos	13.844	13.844
Suecia	13.540	13.540

Principales orígenes (importaciones) miles de €

	2023	2024
Francia	176.697	176.697
Alemania	173.474	173.474
Italia	142.624	142.624
Bélgica	79.645	79.645
Países Bajos	57.235	57.235
Portugal	53.605	53.605
Austria	48.049	48.049
Polonia	40.068	40.068
Suiza	9.718	9.718
Luxemburgo	9.707	9.707

- FLUJOS CRECIENTES, AL IGUAL QUE EL DÉFICIT COMERCIAL. Cacao y chocolate sigue afianzándose como la categoría que más flujos comerciales internacionales aporta al conjunto del sector, con un total de 1.466 millones de euros.

En 2024, cacao y chocolate arrebata a las galletas la segunda posición exportadora del sector, contabilizando unas ventas exteriores de 643 millones de euros, lo que supone el 26,5% del valor exportado por todo el dulce.

Respecto a la balanza comercial de la categoría, en 2023 asistimos a una diferencia de menos de 100 millones de euros entre el valor exportado y el importado. Sin embargo, el avance de las importaciones en 2024, con un crecimiento (22,2%) que duplica al de nuestras exportaciones, ha elevado el déficit comercial hasta los 181 millones de euros (+84%). Se trata de un efecto colateral derivado de la ganancia de competitividad de nuestra producción, con diferenciales valor- volumen mucho más ajustados que los de las importaciones y que, con el tiempo, confiamos en que aumentará la demanda de los productos españoles en el exterior, reequilibrando esta balanza y ganando cuotas de mercado en nuestros principales destinos. Unas expectativas que tienen su base en la evolución de los cocientes €/Kg observados desde 2022, donde se observa cómo el incremento de este cociente ha sido de un 28,8% de media en nuestras exportaciones y de un 55,4% en las importaciones.

- ENORME ESFUERZO DE CONTENCIÓN EN LAS EXPORTACIONES EN 2024. El cociente €/Kg de nuestras exportaciones (6,21 €/Kg en 2024) aumentó un 14% en 2024, consecuencia de las enormes dificultades que los productores enfrentan en el aprovisionamiento de cacao. Sin embargo, esta cifra aparentemente alta palidece ante la evolución del cociente en las importaciones en el último año, que aumenta un 42,1%; esto es tres veces más que nuestras exportaciones.

- EL ESCENARIO INFLACIONISTA SIGUE REFORZANDO LA CONCENTRACIÓN DE NUESTRAS VENTAS EN EL CONTINENTE EUROPEO. Igual que sucediera en 2023, ante este convulso escenario inflacionista que ha persistido en 2024, las ventas de la categoría siguen aumentando su concentración en Europa, que ya supone más del 80% (80,2%) de las ventas globales. Una tendencia que se observa desde 2021, cuando el continente europeo suponía el 74% de nuestras exportaciones en 2021.

- CAMBIOS EN EL TOP 3 EXPORTADOR Y DINÁMICAS MUY DIFERENTES. Aunque Francia (+20,6%) continúa liderando la clasificación y crece con fuerza en 2024, su peso global -tanto en valor como en volumen- desciende. Esta pérdida de cuota relativa es aprovechada por Portugal (+27,3%), donde nuestras ventas han crecido casi un 60% en los dos últimos años. La participación de Portugal ha aumentado en este período del 14,7% al 18% de todas nuestras ventas exteriores. Por último, Alemania arrebata la tercera plaza a Reino Unido, aunque en este caso la explicación viene dada porque los resultados de Reino Unido (-21,5%) son aún peores que los de Alemania (-11,5%) en este 2024. En cualquier caso, hablamos de magnitudes muy diferentes. Mientras Francia y Portugal suman ventas por valor de 128 y 116 millones de euros, Alemania y Reino Unido (40 millones de euros) conforman, junto a Italia (37 millones de euros) un grupo perseguidor a mucha distancia de los anteriores.

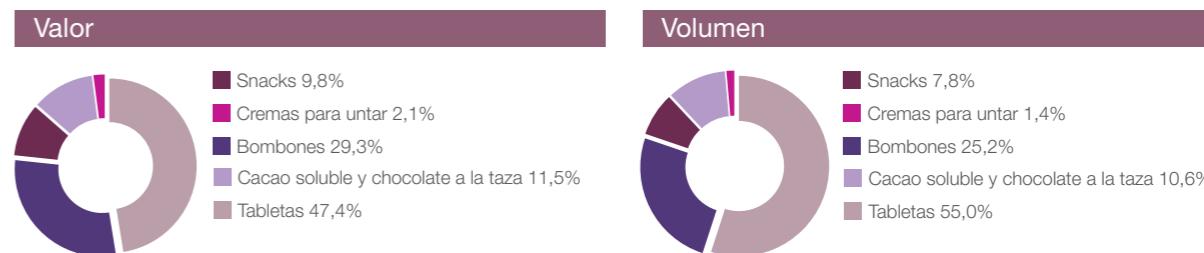
- FUERTES CRECIMIENTOS ENTRE LA QUINTA Y DÉCIMA POSICIÓN DE NUESTRAS EXPORTACIONES. La categoría de cacao y chocolate muestra variaciones notables al alza en el resto de destinos de su exportación, con la salvedad de EE.UU., que pierde un 8,3% en 2024, pero lo hace después de un extraordinario 2023 (+80,9%) y es, de hecho, el segundo destino que más crece desde 2022 (+65,9%), solo superado por Países Bajos, que ya se sitúa en séptima posición (+22,8% en 2024 y +75,7% desde 2022). Italia también crece con fuerza (casi 50% a dos años) y en Marruecos, conscientes de las limitaciones económico- sociales del país magrebí, nuestros productores afianzan este mercado con crecimientos más moderados pero muy notables también y balanceados, siendo prácticamente igual la variación de valor que de volumen desde 2022.

El único mercado que no avanza en el período 2022- 2024 es Bélgica, donde el crecimiento del 19,1% en 2024 no ha sido suficiente para neutralizar la caída del 17,3% en 2023.

- IMPORTACIONES: FRANCIA, ALEMANIA E ITALIA COMANDAN NUESTRAS IMPORTACIONES. Con crecimientos similares en 2024, estos tres países comandan las ventas a España de cacao y chocolate de manera destacada. Sin embargo, es Francia la que, de los tres, muestra un comportamiento más fuerte desde 2022, con un crecimiento acumulado del 47%, frente al 28,2% de Alemania y el 17% de Italia. De esta manera, la participación global gala aumenta mientras Alemania e Italia retroceden algo. No obstante, el crecimiento de Italia, aunque más moderado, es también el más equilibrado de los tres, midiendo esta relación según el diferencial crecimiento valor- crecimiento volumen 2022- 2024, que es de 15,4 p.p. en Italia frente a los 33,7 p.p. de Francia y los 36,3 p.p. de Alemania.

- IMPORTACIONES: EXCELENTE CRECIMIENTO DE LAS VENTAS PORTUGUESAS, AUSTRIACAS Y POLACAS. FORTALEZA BELGA. Con un crecimiento bienal del 35,1%, Bélgica apunta la cuarta posición entre nuestros proveedores, con casi 80 millones de euros. A continuación, se conforma un nuevo grupo (Países Bajos, Portugal y Austria), cuyas ventas oscilan entre los 50 y 60 millones de euros, pero con dinámicas muy diferentes. Mientras Países Bajos muestra un avance tímido en comparación con la media de las importaciones, Portugal más que triplica sus ventas desde 2022 y Austria las duplica. Polonia también más que duplica sus cifras de 2022. No obstante, el desequilibrio observado respecto a los volúmenes es muy elevado en los tres casos y las importaciones desde Portugal exhiben ya un cociente €/Kg (7,07) superior al de proveedores tan relevantes como Francia (4,38), Alemania (6,54), Bélgica (5,17) o Países Bajos (6,14), lo que podría poner cierto freno a futuro a estas importaciones de continuar esta tendencia. En el caso de Austria (5,98) todavía podría haber recorrido, mientras que las importaciones desde Polonia alcanzan cocientes muy elevados (11,08 €/Kg, un 87% más que en 2022) que habremos de ver si el mercado español puede seguir admitiendo.

Mix Products 2024



Empresas miembro del Comité Sectorial de Cacao y Chocolate

- ANDRÉS MEGÍAS MENDOZA, S.L. – LA ISLEÑA
- BORRAS, S.L. de Productos Alimenticios
- CHOCOLATE EXPRESS, S.L.
- CHOCOLATES LACASA (Comercial Chocolates Lacasa, S.A.)
- CHOCOLATES SIMÓN COLL, S.A.
- CHOCOLATES TORRAS, S.A.
- CHOCOLATES TRAPA (Europaliné, S.L.)
- CHOCOLATES VALOR, S.A.
- DELAVIDUA ALIMENTACIÓN, S.A.U.
- DOLCI PREZIOSI IBÉRICA, S.L.U.
- EUROCHOC, S.L.
- FERRERO IBÉRICA, S.A.
- GÓMEZ LIÑÁN HNOS. S.L.
- GUATEMALAN CANDIES, S.A. - GUANDY
- HNOS. LÓPEZ LLORET, S.A.
- IDILIA FOODS, S.L.U.
- LA MORELLA NUTS, S.A.U.
- LINDT & SPRÜNGLI (ESPAÑA), S.A.
- LUDOMAR CHOCOLATE PASSION, S.L.
- MARS IBERIA
- MONDEZ ESPAÑA
- NATRA OÑATI, S.A.
- NESTLÉ ESPAÑA, S.A.
- PROMERCA, S.A.
- TASTY AND UNIQUE S.L.
- TIRMA, S.A.
- UNITED CONFECTIONARY, S.L. – UNICONF