



PRODULCÉ
SABOREA LA VIDA

2025

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DEL DULCE

CACAO Y CHOCOLATE; CARAMELOS Y CHICLES; GALLETAS; PASTELERÍA, BOLLERÍA Y PANIFICACIÓN;
Y TURRONES Y MAZAPANES

INFORME

informe
2025

Índice de Contenidos

Presentación. Mensaje de la Presidenta	5	Subsectores de la industria del dulce	43
Misión de Produlce	6	Cacao y Chocolate	44
Organización de Produlce	7	Caramelos y Chicles	48
El Entorno del sector del dulce	8	Galletas	52
Las grandes economías internacionales	9	Pastelería, Bollería y Panificación	56
La economía española en cifras	16	Turrones y Mazapanes	63
El sector del dulce en el contexto de la industria de alimentación y bebidas	27	Empresas miembro de Produlce	66



Mensaje de la Presidenta



Olga Martínez
Presidenta

La publicación de una nueva edición del Informe Anual de la industria española del dulce nos brinda la oportunidad de poner en perspectiva un año de intenso trabajo y de analizar la evolución de un sector que, una vez más, ha demostrado su **fortaleza y capacidad de adaptación**. Como presidenta de Produlce, me satisface compartir un ejercicio que refleja el **compromiso y el dinamismo** de una industria que continúa avanzando en un entorno cada vez más exigente. Un entorno que en 2025 ha vuelto a estar marcado por la incertidumbre internacional, las tensiones en los mercados, los cambios regulatorios, las exigencias en materia de sostenibilidad y la evolución de los hábitos de consumo.

Desde Produlce hemos acompañado a las empresas trabajando con cercanía, profesionalidad y compromiso. A través del asesoramiento técnico, la interlocución institucional, la formación, la comunicación y la puesta en valor del sector, hemos seguido trabajando para responder a las necesidades de los asociados y afrontar juntos los desafíos comunes.

Gracias a este **esfuerzo colectivo**, la industria española del dulce ha cerrado 2025 con una facturación de 8.100 millones de euros, un 4,5% más que el año anterior. Nos complace especialmente ver cómo este crecimiento ha estado cimentado en una gran sensibilidad hacia el consumidor nacional, al que hemos servido nuestros productos de manera muy competitiva, mientras las exportaciones han constituido nuestro principal motor de crecimiento, superando ya los 2.650 millones de euros, con un crecimiento del 10,5% y manteniendo una balanza comercial positiva de 833 millones de euros. Además, nuestro sector sigue generando empleo, habiendo alcanzado en 2025 los 28.500 empleos directos, con un alto grado de estabilidad y una destacada participación femenina, reflejo de nuestro compromiso con un empleo de calidad y con el talento de las personas.

Pero más allá de las cifras, este informe es también el reflejo de un **sector diverso, innovador y profundamente arraigado en nuestra sociedad**. Detrás de cada producto hay empresas y profesionales que trabajan cada día con esfuerzo, responsabilidad y vocación de mejora para seguir ofreciendo productos de calidad a millones de consumidores dentro y fuera de nuestras fronteras.

Desde Produlce seguiremos acompañando a nuestras empresas, impulsando la **innovación, la internacionalización y el desarrollo sostenible, y reforzando la voz de un sector que aporta valor económico, social y cultural a nuestro país**. Afrontamos los retos presentes y futuros con la convicción de que el trabajo conjunto y la colaboración público-privada siguen siendo nuestra mayor fortaleza.

Gracias a todas las compañías, profesionales y colaboradores que hacéis posible estos logros. Es, sinceramente, un orgullo formar parte de esta industria.

Un cordial saludo,

Olga Martínez

Presidenta

informe

2025

Misión de Produlce

PRODULCE (Asociación Española del Dulce) se crea con la misión específica de representar y defender los intereses de un sector que comprende las categorías de cacao y chocolate; caramelos y chicles; galletas; pastelería, bollería y panificación; y turrone y mazapanes.

Los fines de la Asociación son, principalmente:

- Representar y defender los intereses comunes de todas las industrias del sector ante diferentes entidades, instituciones y organizaciones clave en territorio nacional y europeo.
- Trabajar juntos para fortalecer la imagen de cada una de las categorías ante medios, administración y líderes de opinión.
- Potenciar las relaciones entre los operadores del mercado.
- Promover y divulgar la actividad de la Asociación y la existencia de sus miembros, y contribuir a su notoriedad, a través de los diferentes canales de comunicación de la organización.
- Dotar a sus empresas miembro de servicios que fomenten su desarrollo y su posición competitiva, tales como el asesoramiento, información acerca de las novedades del entorno y favoreciendo el encuentro e intercambio de experiencias entre los miembros.

Visión de PRODULCE

Deseamos posicionarnos como una asociación de referencia para las entidades con las que se relaciona y dar a conocer los esfuerzos de mejora, en términos de innovación, seguridad alimentaria y nutrición.

Organización de Produlce



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.

El entorno del sector del dulce

- Las grandes economías internacionales
- La economía española en cifras

Las grandes economías internacionales

Actividad y empleo

LA INESTABILIDAD GEOPOLÍTICA INTERNACIONAL SE PROLONGA, MANTENIENDO SIGNIFICATIVAS DOSIS DE INCERTIDUMBRE. La ligerísima mejora del crecimiento de las economías avanzadas continúa dando muestras de atonía, pese al significativo repunte de la eurozona en comparación con el conjunto. No obstante, el regreso de Donald Trump a la Casa Blanca, junto a la tensa situación en Gaza y el conflicto bélico persistente en Ucrania, ha debilitado a las economías desarrolladas, con retrocesos tanto en EE. UU. como en Francia, Alemania e Italia, dentro del continente europeo. Frente a estos retrocesos destaca, de nuevo, el avance de la economía española que, aunque modera su crecimiento respecto a 2024, vuelve a acercarse al 3% anual, algo extraordinario si se compara con el resto de las economías avanzadas.

Actividad. % Variación del PIB real

	2024	2025
Mundo	3,4	3,4
Economías avanzadas	1,8	1,9
Estado Unidos	2,8	2,1
Reino Unido	1,1	1,3
Japón	-0,2	1,2
Eurozona	0,9	1,4
Francia	1,1	0,9
Alemania	-0,5	0,2
España	3,5	2,8
Italia	0,8	0,5
Economías en desarrollo	4,5	4,4
China	5,0	5,0
India	7,1	7,6
Latinoamérica	2,4	2,4
Brasil	3,4	2,3
México	1,4	0,6
Rusia	4,9	1,0

Fuente: Fondo Monetario Internacional. World Economic Outlook

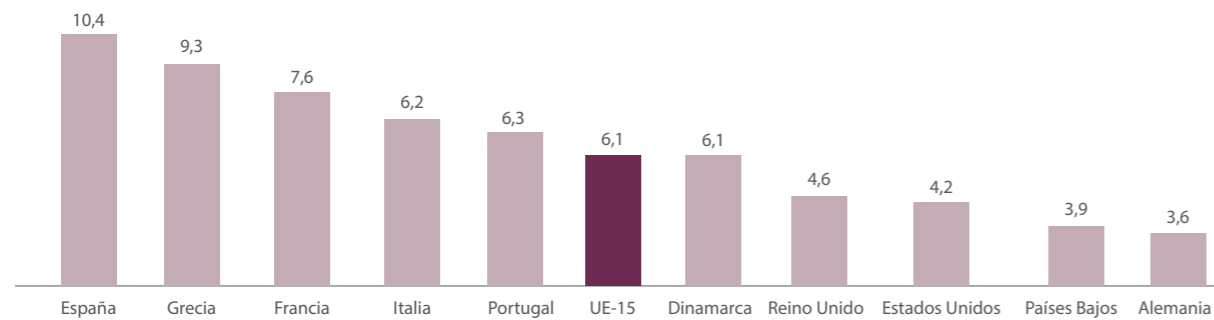
EL GIGANTE ASIÁTICO VUELVE A SER PROTAGONISTA DE UNO DE LOS MAYORES CRECIMIENTOS DE LA ACTIVIDAD MUNDIAL. Los continuos avances de su actividad, cifrados en un 5,0%, de nuevo en 2025 consolidan un perfil ininterrumpido de expansión china. Y destaca aún más el crecimiento de la India, el más intenso de los registrados en las principales economías mundiales. Por su parte, Japón logra revertir su tendencia negativa de los últimos cuatro años para sumar un avance superior al 1% en 2025.

Latinoamérica repite crecimientos, sin alcanzar la magnitud de las economías en desarrollo. Las economías latinoamericanas han firmado un tímido avance en conjunto (2,4%) lastradas por la caída del ritmo de crecimiento de Brasil y la importante desaceleración de México.

APUESTA POR LA SOSTENIBILIDAD Y PROCESOS DE AJUSTES EN LAS ECONOMÍAS EUROPEAS. En 2025 la economía europea ha mantenido un perfil discreto de crecimiento, alejado de su potencial, con avances de tan sólo el 1,4%. Los costes implícitos en el cambio de sus sistemas productivos, comprometidos con la sostenibilidad y un modelo de desarrollo fundamentado en su solvencia energética, han limitado la fortaleza de sus dinámicas de crecimiento. Alemania, aunque se aleja de la recesión, ha presentado unos crecimientos prácticamente nulos, que no le han permitido reconducir su economía hacia posiciones de liderazgo, con una industria que ha acusado las dificultades de suministros energéticos, consecuencia del cierre de sus centrales nucleares y su importante dependencia del mercado de gas ruso -más evidente desde que se produjo la invasión de Ucrania- y un comercio mundial debilitado incidiendo de manera directa sobre su capacidad exportadora. Por su parte, Francia, compartiendo circunstancias similares, ha elevado su producción, pero reduciendo sus tasas de crecimiento; una desaceleración de la que se hace eco su cifra de desempleo.

CRECIMIENTOS DE ACTIVIDAD EN ESPAÑA QUE LIBERAN PRESIÓN A SUS TASAS DE PARO. Aunque se mantiene como la economía de la UE que concentra las tasas de paro más elevadas, los logros en materia de actividad productiva se han traducido, aunque no con la misma intensidad, en una significativa mejora de su mercado laboral. En 2025 sus tasas de desempleo siguen superando los dos dígitos, enfrentándose adicionalmente a dos importantes limitaciones: un grave problema de envejecimiento y un desacople entre perfiles de demanda y oferta de empleo.

Tasa de paro 2025

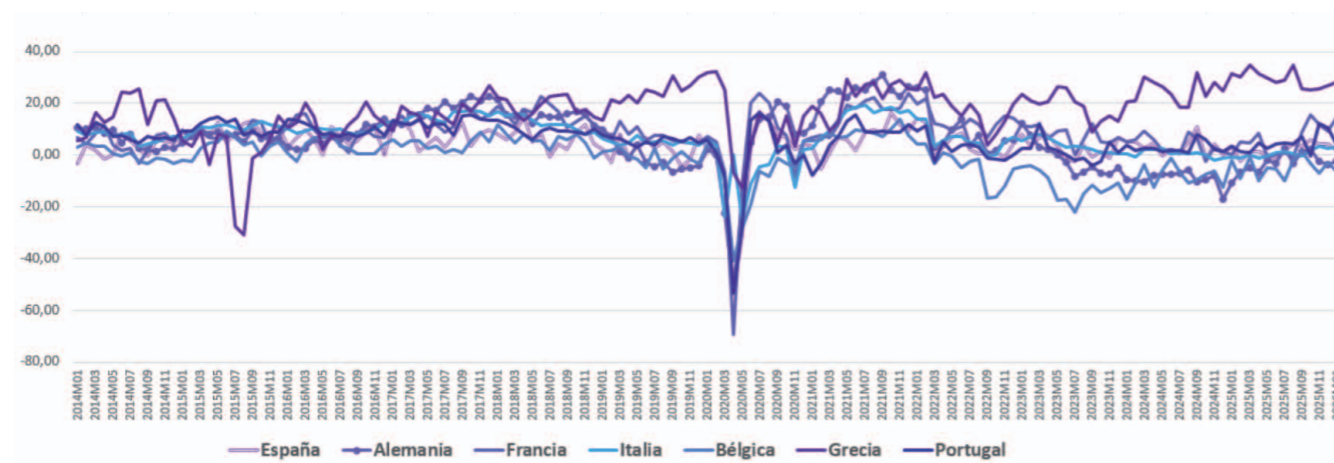


Fuente: Fondo Monetario Internacional. World Economic Outlook y elaboración propia

Clima económico

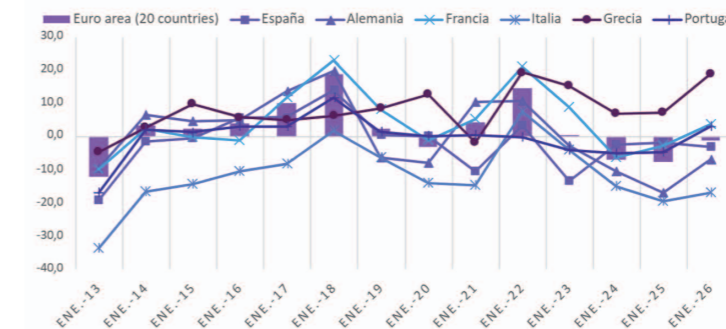
UNA OPORTUNIDAD INDUSTRIAL QUE SE RESISTE. Un contexto debilitado por los conflictos bélicos, un giro en los centros industriales mundiales y una persistente dependencia energética siguen poniendo límites al propósito de recobrar el impetu industrial del que hacían gala, hace algún tiempo, las economías europeas más avanzadas. No obstante, alianzas y desarrollos tecnológicos compartidos, fundamentalmente en el área de la UE, permiten vislumbrar algunos logros en 2025. Entre otros, el esperado tratado con Mercosur, que se presenta como una nueva oportunidad comercial de diversificar los mercados de destino y acceder a mercados proveedores de otros bienes y materias primas de interés para la producción europea. De hecho, aunque la industria europea se ve desafiada por un contexto internacional que debilita la demanda externa, el indicador de la cartera de pedidos ha comenzado a dar signos de una mejora sensible de su actividad. Así, aunque el conflicto en Ucrania y los problemas de suministros, agravados por la situación bélica de Oriente Medio, han provocado un cierre de 2025 en negativo de las industrias belga y alemana; sus caídas se han visto limitadas con relación a 2024. En la industria española perdura la trayectoria creciente, aunque con una ralentización evidente. A este enfriamiento en los países mencionados se une la estabilidad de la industria italiana, que registra un tímido avance inferior al 1,0%. La economía francesa muestra, sin embargo, avances significativos, que se suman a los cosechados también en 2024. También se observa un cierto dinamismo en las producciones griega y portuguesa.

Coyuntura industrial europea: Cartera de pedidos

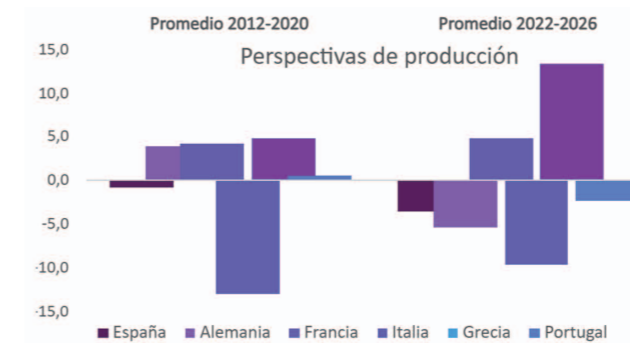


Fuente: OCDE

Coyuntura industrial europea: Perspectivas de producción



VIENTOS FAVORABLES EN LAS PERSPECTIVAS INDUSTRIALES EN 2026. Pese a las dificultades por las que sigue atravesando Europa, las cifras aportadas por la OCDE sobre su futuro desempeño afianzan tendencias positivas en sus niveles de producción, lideradas por la triada Francia, Grecia y Portugal. También relajan de forma significativa los perfiles negativos de la industria germana y de la italiana. Con ello, se podría asistir a una regeneración industrial de la que también formará parte la economía española, pero con perfiles más estables. Los diferentes niveles de especialización productiva son a la vez origen y resultado de la notable heterogeneidad en el conjunto de UE-19.



LAS CIFRAS DEL ÍNDICE DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL AMORTIGUAN EL DETERIORO DE LAS MANUFACTURAS EUROPEAS. Aunque Eurostat apunta a cifras de crecimiento del 4,7% para la industria europea, duplicando los crecimientos de prácticamente la primera década del siglo, 2025 cierra con aportaciones negativas de 5 de las seis economías históricas, manteniéndose España como salvedad, con un tímido avance cercano al 0,9%.

Fuente: OCDE

Índice de Producción Industrial (IPI). Tasas de crecimiento promedio anual

País	IPI Manufacturas			IPI Bienes Consumo		
	Promedio 2010-2018	Promedio 2019-2025	2025/2024	Promedio 2010-2018	Promedio 2019-2025	2025/2024
España	0,37	0,47	0,88	-0,28	0,86	1,78
Alemania	3,09	-2,10	-0,28	1,37	-2,10	-2,06
Francia	1,08	-0,18	-1,11	0,96	1,25	2,36
Italia	0,87	-0,87	-0,72	-0,20	-1,05	-3,72
Portugal	0,44	-0,86	-0,91	0,15	-0,84	0,19
Euro area - 20 países (desde 2023)	2,23	1,48	4,72	1,14	1,78	0,02

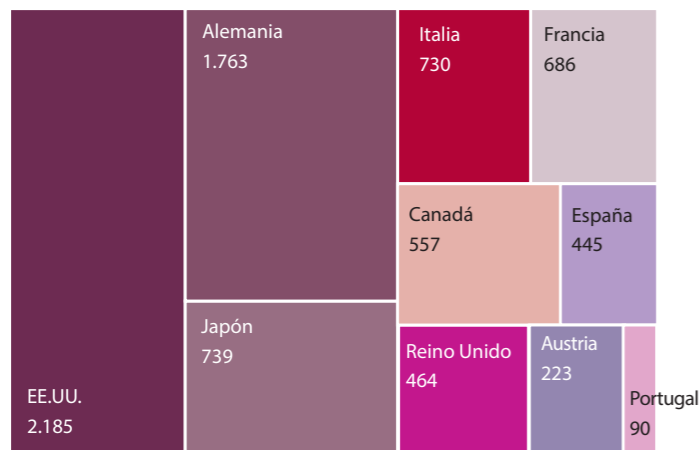
Fuente: EUROSTAT

LA PRODUCCIÓN DE BIENES DE CONSUMO LLAMA A MANTENER GRAN CAUTELA. El Índice de Producción de Bienes de Consumo ha cerrado 2025 en niveles prácticamente idénticos a los alcanzados en 2024, haciéndose eco de la cautela derivada de un espacio de incertidumbre en el que se han visto atrapadas las economías más expuestas a la evolución de la demanda externa, como es el caso alemán, pero también aquellas otras cuya oferta contempla como destinatarios claves a sus mercados interiores. La inestabilidad, la subida de costes y una pérdida de la capacidad adquisitiva, derivada de la inflación y de una contención de los crecimientos salariales zanján el ejercicio con importantes recortes en Italia, modestos avances en Portugal y comportamientos más favorables en España y, especialmente en Francia.

Actividad exterior

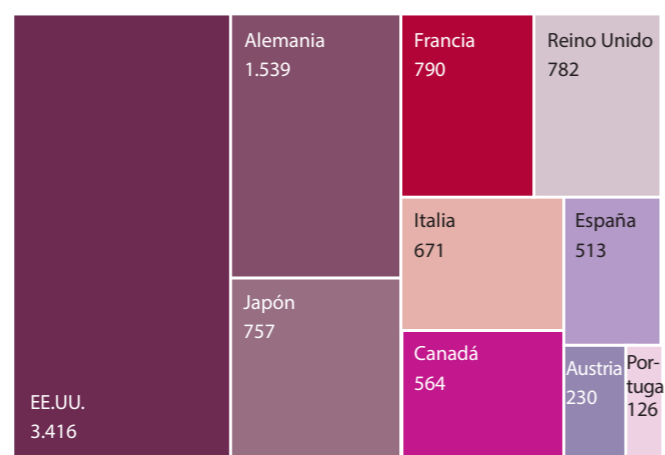
PERSPECTIVAS INCIERTAS PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL. El comportamiento de las exportaciones en el conjunto de la OCDE sugiere una mejora sustantiva de su capacidad exportadora, superando holgadamente las dinámicas de 2024, aunque claramente alejadas de los extraordinarios avances que protagonizaron en el bienio 2021-2022. La diversificación de sus clientes, especialmente hacia aquellas economías que han contado con crecimientos de actividad más intensos, ha sido sin duda un factor decisivo de este nuevo avance, que ha venido acompañado con una intensidad similar de crecimiento de las importaciones. De hecho, el ejercicio se salda con un déficit de 1.086 millones de dólares, con una importante contribución de EE.UU. a este desequilibrio, como resultado del importante crecimiento de sus exportaciones -que crecen un 6,0%- y de un crecimiento más moderado de sus importaciones (4,6%), como consecuencia de su política arancelaria. En el extremo opuesto, Alemania e Italia logran estabilizar en un caso y ampliar ligeramente en el otro su balance positivo. Las circunstancias detrás de estos resultados, especialmente en la economía germana, tienen que ver más con una desaceleración de su actividad productiva interna, dado que el peso de sus importaciones con relación al conjunto de las compras realizadas a la OCDE se mantiene en torno al 12,8% y, por el contrario, sus compras se han visto reducidas en un punto porcentual.

Exportaciones 2025 (miles de millones de €)



Fuente: OCDE

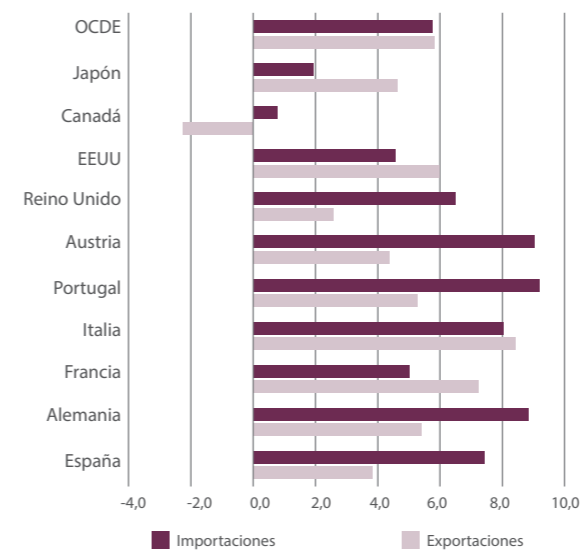
Importaciones 2025 (miles de millones de €)



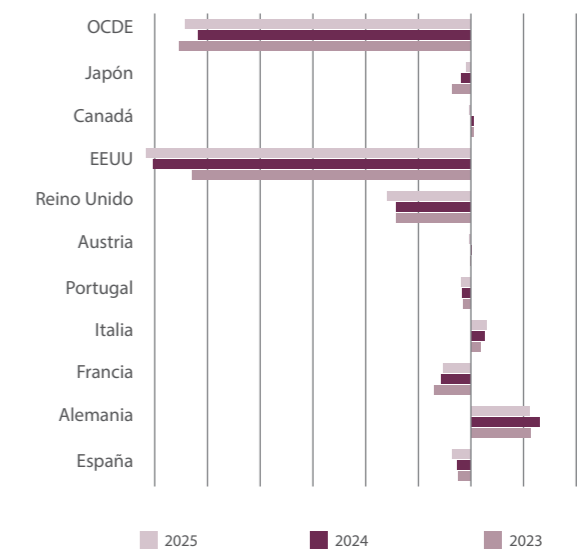
Fuente: OCDE

12

Saldo (Miles de millones de €)

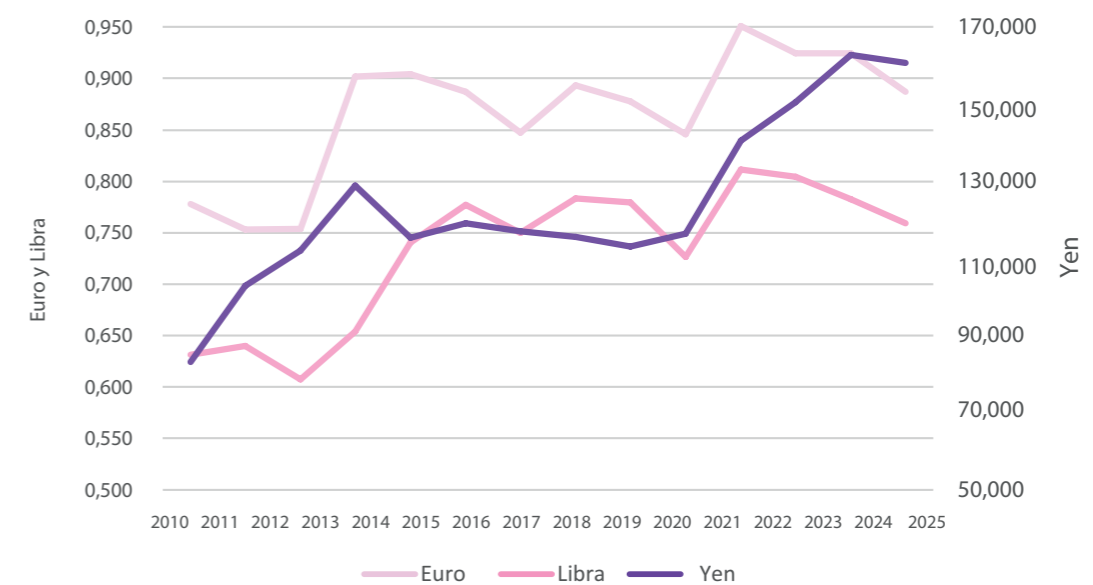


Tasas de cto. de 2025/2024



EL DÓLAR HA CERRADO 2025 CON UNA DEPRECIACIÓN SIGNIFICATIVA. El año arrancó con un euro frágil, condicionado tanto por la fortaleza del dólar, sustentada en una política fiscal expansiva y proteccionista tras la llegada de la administración Trump, como por una eurozona que arrastraba dudas sobre su crecimiento y un Banco Central Europeo inmerso en bajadas de tipos. Sin embargo, Europa sorprendió con un programa de rearme comunitario y, especialmente, con el giro fiscal en Alemania, donde un ambicioso plan de inversión en infraestructuras rompía con la contención presupuestaria. Tras estas iniciativas Europa se ha presentado más coordinada y con capacidad de respuesta, al mismo tiempo que el dólar ha ido perdiendo parcialmente su papel como activo refugio, en respuesta a un aumento de la incertidumbre sobre el crecimiento y la inflación en Estados Unidos y la consiguiente pérdida de confianza de los inversores, elementos que también han sido origen de las apreciaciones más significativas del resto de las monedas.

Tipos de cambio



Fuente: OCDE

13

Condicionantes financieros: Precios

NUEVOS CONDICIONANTES FINANCIEROS. Un equilibrio inestable, cada vez más dependiente de la política monetaria y de la evolución del entorno geopolítico, ha condicionado de manera decisiva la evolución de la economía financiera y, en menor medida, también de la economía real. De hecho, el relativo crecimiento de las importaciones en las economías desarrolladas, en paralelo a los primeros conatos de mejora de su actividad económica, ha generado un espacio europeo de mayor estabilidad. Este nuevo escenario, complementado con el cierre de ciclo de bajadas de tipos aplicado por el banco central europeo y simultaneado con el mantenimiento de recortes que seguía manteniendo la reserva federal, ha permitido que en 2025 el comportamiento de los diferenciales de tipos de interés se haya presentado como un apoyo para el comportamiento del euro, mejorando la valoración que sobre la economía europea barajaban los mercados. En suma, el escenario de 2025 ha quedado definido con tipos de interés más homogéneos que en ciclos previos, aunque con un bloque anglosajón ligeramente más elevado, cifrados por encima del 4,0%, frente a un mínimo que apenas alcanza el 0,3% en Suiza.

EL BCE ENVÍA UN MENSAJE. Con el cese de las bajadas de tipos de interés Europa pone rumbo hacia una consolidación de su crecimiento, apostando por una estabilidad de tipos de interés que se convierte en una acción viable en un contexto de inflación algo más controlada. Así lo definen las cifras que perfilan el crecimiento de los precios de las materias primas que, en promedio, han sido objeto de un descenso del 4,2%; el segundo más intenso de la última década, solo superado en 2023. Ahora bien, no todos los segmentos comparten esta trayectoria y, en consecuencia, no todas las actividades productivas encontrarán en este descenso el necesario respiro para recomponer sus cuentas de resultados. En particular, la notoriedad del descenso de los precios del Petróleo Brent, con una caída del 14,4%, podrían inyectar mejoras significativas de costes pero también convertirse en un argumento sólido para ralentizar el proceso de sustitución del componente energético de un importante segmento de la industria. Adicionalmente, los perfiles crecientes que mantienen los precios de las materias primas industriales, especialmente de las no metálicas, se han convertido en un freno a la competitividad de la industria europea.

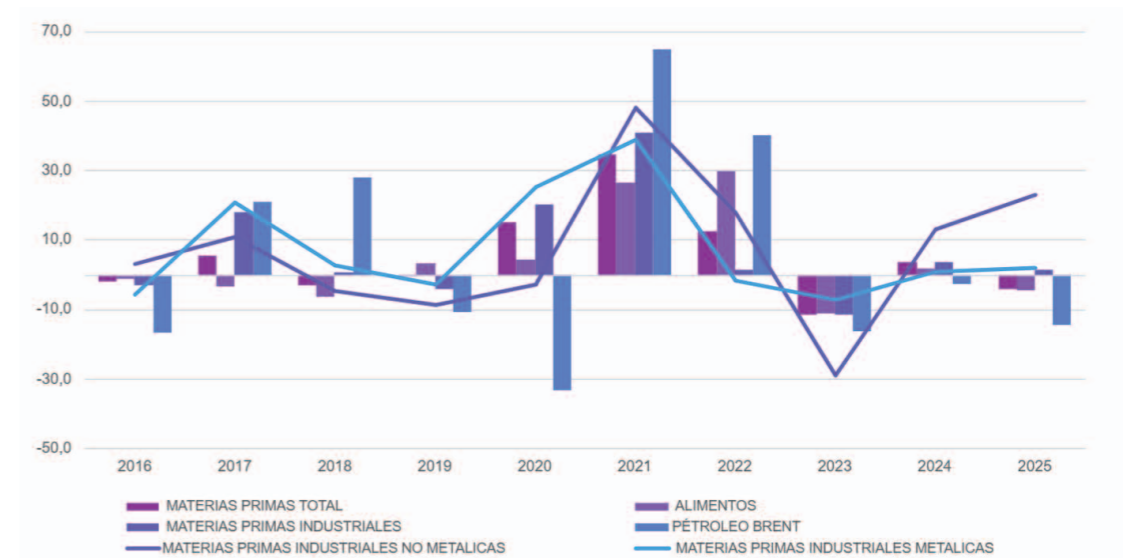
NORMALIZACIÓN PARCIAL EN LAS DINÁMICAS DE MATERIAS PRIMAS, CON TENSIONES RESIDUALES EN ALIMENTOS Y NO METÁLICAS. En 2022 se produjo un salto prácticamente generalizado en los índices de materias primas, alcanzando valoraciones de su índice global del 151,3, los alimentos en 164,0 y las industriales no metálicas en 174,8. Desde entonces muestran una corrección ordenada pero incompleta: en 2025 el total se sitúa en 132,6 (aún por encima de 2021), los alimentos en 141,2 (elevados respecto al promedio histórico) y las no metálicas en 172,8; lo que evidencia presiones persistentes en insumos químicos y de construcción. Por el contrario, las industriales metálicas corrigen de forma más nítida hasta 130,6 (por debajo del nivel de 2021), mientras que el Brent normaliza hasta 97,6 en 2025, por debajo de la base. Por lo tanto, en conjunto, el escenario actual combina una energía menos tensionada con encarecimientos relativos en componentes clave distintos del petróleo, configurando un entorno de costes más heterogéneo entre sectores.

Tasas de crecimiento de precios de materias primas. Índice 2020=100

	Materias Primas Total	Alimentos (Euro)	Materias Primas Industriales	Materias Primas Industriales no Metal (Euro)	Materias Primas Industriales Metal (Euro)	Precio petróleo Brent
2016	-2,0	-1,2	-3,1	3,3	-5,9	-16,9
2017	5,4	-3,4	17,8	10,8	21,0	20,9
2018	-3,2	-6,5	0,6	-4,6	2,9	28,0
2019	0,0	3,1	-4,2	-8,8	-2,8	-10,7
2020	14,8	4,2	20,0	-2,8	25,1	-33,4
2021	34,6	26,4	40,9	48,1	39,0	64,7
2022	12,4	29,8	1,5	18,0	-1,7	40,2
2023	-11,5	-11,2	-11,7	-28,9	-7,3	-16,3
2024	3,4	1,6	3,5	13,0	1,0	-2,9
2025	-4,2	-4,6	1,3	23,0	2,1	-14,4

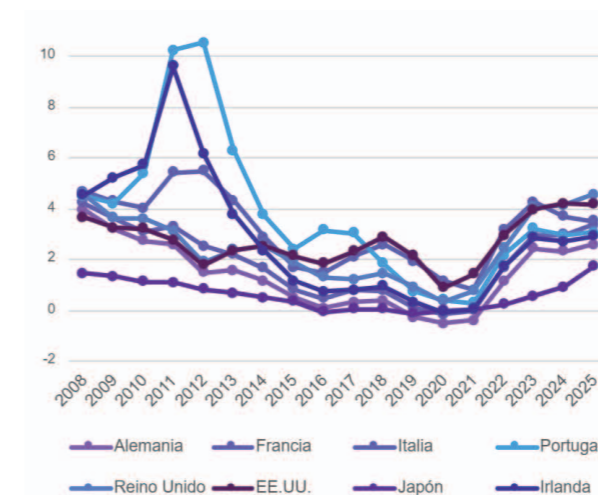
Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad

Evolución del índice de precios de materias primas



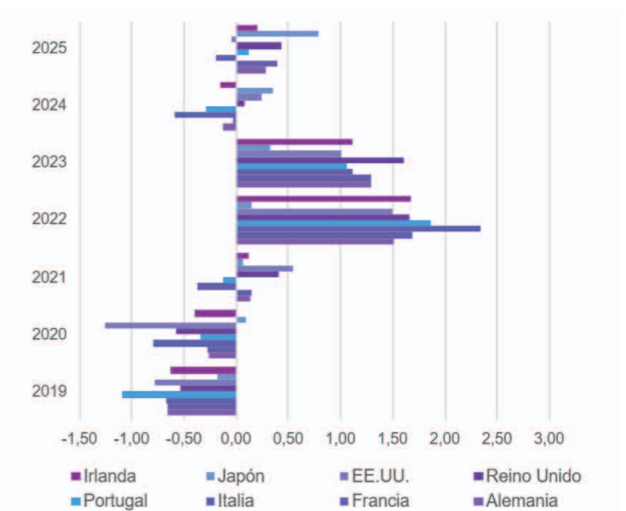
Fuente: OCDE

Tipos de interés a largo plazo, promedio anual



Fuente: OCDE

Diferencias anuales de los tipos de interés a largo plazo



Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad

La economía española en cifras

Valoración de la situación económica en España 2012-2025 (%)

Principales magnitudes

NUEVO AVANCE ECONÓMICO DIFERENCIAL. La economía española ha mantenido a buen ritmo sus niveles de actividad, pese a la envergadura que iban adquiriendo los conflictos geopolíticos, la ambigüedad de algunas actuaciones en materia de política económica de la UE y el aumento del estado de crispación en el contexto nacional. Su crecimiento del orden de 2,8%, en términos de PIB no sólo la sitúa entre las economías más dinámicas de la eurozona, sino que resalta la importancia de los procesos de inversión como elemento transformador de carácter estructural, habiendo registrado en 2025 el crecimiento más intenso del último cuatrienio. Junto a este componente de la demanda interna, la aportación del consumo final desvela la positiva incidencia sobre las rentas y la capacidad de compra de los hogares que ha representado y con el avance de las remuneraciones salariales como fundamentos de su positivo recorrido. También el comportamiento del gasto público ha sido inyector de este positivo panorama, con un déficit del 2,4% y una deuda pública que desde el 2022 ha venido recortando su peso relativo sobre las cifras del indicador global de la economía. De hecho, la evolución de las importaciones, con un incremento del 6,2%, apunala sus estrechas relaciones con el crecimiento, aunque haya supuesto una contención de los resultados en términos de balanza corriente de 0,3 puntos porcentuales del PIB, una desaceleración que ha contado con un nuevo y más intenso efecto expansivo de las exportaciones, que siguen contando con el turismo como fuente generadora de recursos económicos y de empleo.

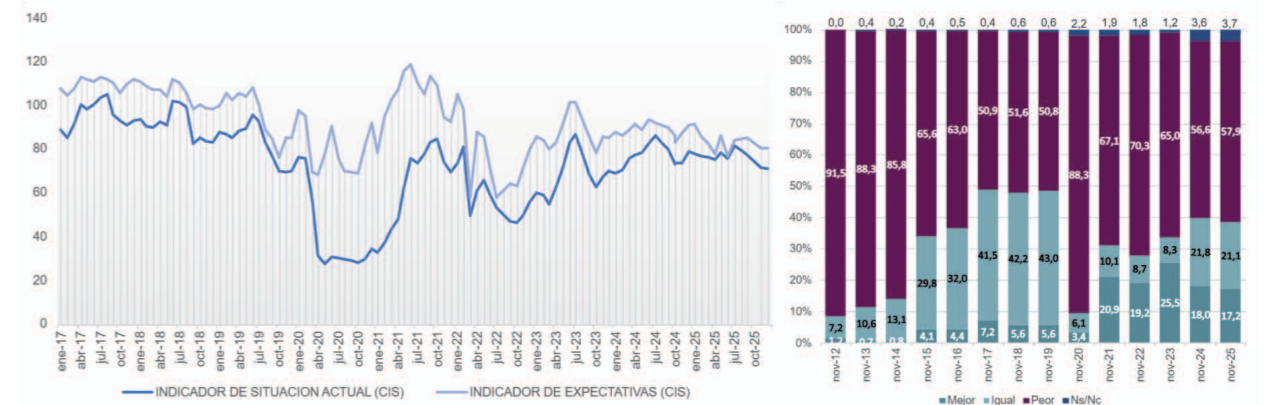
El positivismo de las cifras macro no encuentran respaldo en la percepción ciudadana sobre la economía española. La proliferación de noticias sobre incertidumbre, la inestabilidad y conflictividad social y el encarecimiento generalizado de los bienes y servicios básicos mantienen su eco en la sociedad, tal y como lo recoge el importante número de respuestas de los ciudadanos que define la situación económica del país como de estancamiento y, fundamentalmente, por el avance de la representatividad de aquellas otras que la identifican en términos de pérdidas, llegando a acumular cerca del 58% de las opiniones. En suma, podría advertirse que las mejoras de la economía a nivel macro no son percibidas como tales por más de la mitad de la población, un resultado ciertamente preocupante, aunque ligado con el escenario económico que describe el indicador del clima económico. En particular, a lo largo del segundo semestre de 2025, tanto el indicador de la situación actual como el de expectativas han sido objeto de significativas presiones a la baja, sincronizadas por la percepción ciudadana y añadiendo un matiz diferencial que inclina a pensar que la sociedad ya está anticipando un cierre de 2026 claramente menos positivo de lo que tradicionalmente venían manifestando en sus respuestas relativas a la cuestión de lo esperado, al percibirse un progresivo estrechamiento del diferencial entre los niveles de ambos índices que no había estado presente en los últimos 15 años.

Análisis de situación global

	2022	2023	2024	2025
PIB	6,4	2,5	3,5	2,8
Consumo final	3,8	2,5	3,0	3,1
Inversión	5,4	-1,4	4,7	5,8
Exportaciones	14,2	2,2	3,2	3,6
Importaciones	7,7	0,0	2,9	6,2
Balanza c/c (% PIB)	0,4	2,7	3,2	2,9
IPC	8,4	3,5	2,8	2,7
Tasa de paro (% P. activa)	13,0	12,2	11,3	10,5
Empleo (CNT)	4,4	3,6	2,8	3,1
Déficit AA. PP.	-4,6	-3,3	-3,2	-2,4
Deuda pública (% PIB)	109,3	105,2	101,6	100,7
Costes laborales unitarios	1,8%	5,8%	3,3%	4,1%
Tipo interés deuda pública 10 años	2,2	3,5	3,2	3,2
Prima de riesgo (respecto bono alemán, pb)	103,8	104,3	82,8	60,8

Fuente: INE y Banco de España

Evolución del clima económico

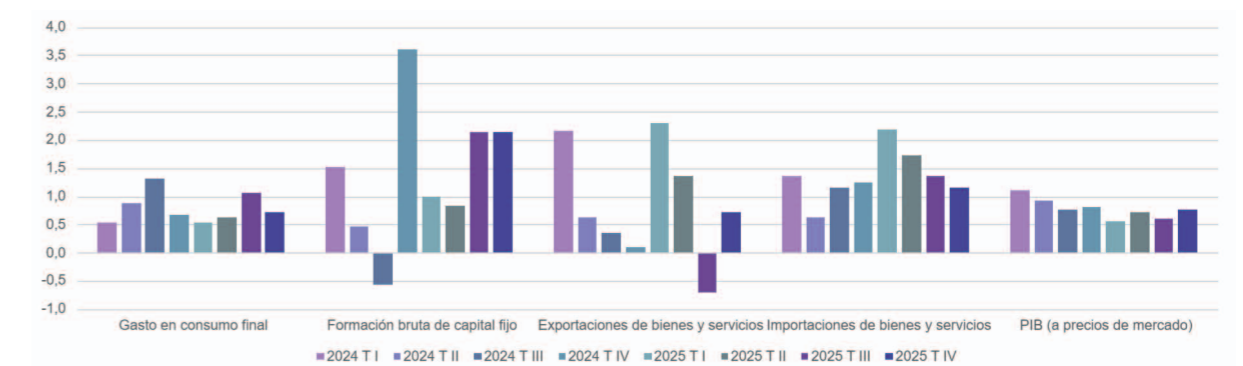


Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)

Actividad: demanda y oferta

CRECIMIENTO IMPULSADO POR LA DEMANDA INTERNA, CON CONTRIBUCIONES DESTACADAS DEL COMPONENTE INVERSOR. Los notables crecimientos de las importaciones han restado protagonismo a las aportaciones del sector exterior a la economía española, aunque las exportaciones también han presentado un nuevo e importante ascenso capaz de poner freno a lo que podría haber terminado siendo un deterioro todavía más pronunciado de su aportación neta. Concretamente, las ventas externas han acumulado un crecimiento de 1,3 puntos porcentuales, frente a los más de 2 que han presentado las importaciones. No obstante, las cifras facilitadas por el instituto nacional de estadística siguen otorgando la máxima responsabilidad del crecimiento a su componente interno, en particular el consumo privado, al que se atribuye cerca del 66,0% del crecimiento económico y también a un impulso inversor que ha logrado concentrar aproximadamente un 43,3% del crecimiento agregado de la economía española. El perfil temporal de los diferentes componentes del PIB desde la perspectiva de la demanda acentúa el protagonismo que ha adquirido la inversión en la segunda mitad del ejercicio, aunque sus variaciones se mantienen alejadas del récord observado en el último trimestre de 2024, donde quedaron registradas gran parte de las ejecuciones de los fondos estructurales, una vía de financiación que ha mantenido su relevancia también a lo largo de 2025. En definitiva, el perfil temporal del crecimiento deja evidencias de la existencia de una combinación equilibrada entre capital humano y tecnológico, actuando ambos factores productivos como palancas del crecimiento registrado en 2025, en términos de consumo e inversión, respetivamente.

Variación Intertrimestral del PIB a precios de mercado. Índice de volumen encadenado (%)



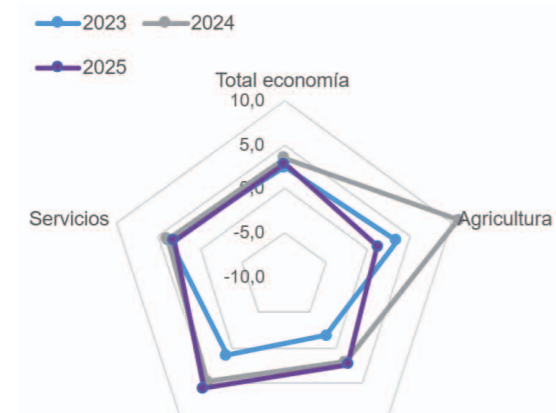
Fuente: INE

UNA DIMENSIÓN MÁS EQUILIBRADA DEL CRECIMIENTO SECTORIAL. La economía española ha mantenido su senda de crecimientos estables y generalizados en todos los sectores productivos de su economía, si bien, el mayor peso inversor ha procurado un dinamismo más acusado sobre los sectores de construcción e industria, dejando que los servicios -aun manteniendo una trayectoria positiva- hayan limitado su intensidad de crecimiento. Así, la construcción registra crecimientos del 3,2% mientras la actividad industrial ha presentado en este ejercicio un crecimiento del 2,3, aumentando su aportación al crecimiento económico, pese que su representatividad en la estructura española se mantenga en niveles similares a los alcanzados en 2019.

PARADOJAS DEL CRECIMIENTO. En 2025 el perfil trimestral del crecimiento económico de España frente al de la eurozona prolonga un escenario marcado por importantes divergencias. De hecho, este desacople se ha venido repitiendo de manera consecutiva a lo largo de todo el ejercicio, creando ciertas inconsistencias en la temporalidad de sus respectivos crecimientos. Aun así, una comparativa de los diferenciales del crecimiento inter trimestral en términos de promedio deja constancia de mayores niveles de convergencia, con valoraciones que en 2024 se establecieron superiores a los 0,58 puntos porcentuales, reduciéndose hasta apenas alcanzar los 0,35 en 2025, resultados que definen perfiles divergentes de crecimiento que se encaminan hacia mayores niveles de convergencia.

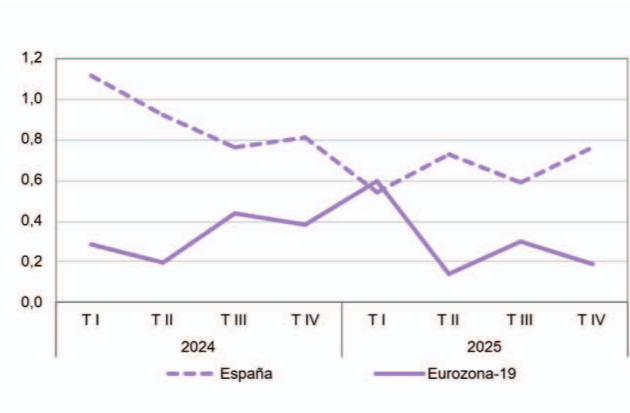
SALDOS PROMETEDORES EN LA BALANZA DE PAGOS. La progresiva apuesta por un modelo productivo impulsado por la integración de tecnologías, innovación y cualificación se ha traducido en un aumento de la competitividad de la economía española. La balanza de pagos muestra esta fortaleza al mantener sus saldos por cuenta corriente en niveles que, aunque ligeramente reducidos con relación al ejercicio previo, se aproximan a los 49.400 millones de €, lo que pone de manifiesto su capacidad exportadora de servicios, con un diferencial que se aproxima a los 2.300 millones de € con relación a idéntico periodo del año previo. Este empuje se ha visto limitado tanto por el peor desempeño del componente de bienes -minorado en aproximadamente 1.100 millones de €- y por el nuevamente desequilibrado saldo de rentas, cuyo déficit supera los a 15.100 millones de €. Aun así, se mantienen las señales de solvencia, con saldos en su cuenta de capital sobre los que se articulan los favorables niveles de confianza que mantiene la economía española en el marco internacional.

Crecimiento interanual del PIB. Índice de volumen encadenado (%)



Fuente: INE

Crecimiento intertrimestral de España y la Eurozona-19 del PIB (%)



Fuente: INE

Balanza de pagos de España. 2017-2025 (millones de euros)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1. Cuenta corriente	32.686	22.757	26.690	8.907	9.549	5.765	40.917	50.679	49.393
1.1. Bienes y servicios	42.512	33.219	37.421	17.117	12.224	12.075	57.450	66.348	64.519
1.1.1. Bienes	-4.559	-13.554	-8.933	8.486	-6.307	-36.014	-1.348	-1.842	-5.941
1.1.2. Servicios	47.071	46.773	46.354	8.631	18.531	48.089	58.798	68.190	70.460
1.2. Rentas	-9.827	-10.462	-10.732	-8.211	-2.675	-6.310	-16.531	-15.670	-15.124
2. Cuentas de capital	2.792	5.794	4.195	5.039	10.733	12.556	16.902	18.063	17.232
3. Corriente + capital	35.474	28.549	30.886	13.948	20.285	18.320	57.818	68.742	66.625

Fuente: Banco de España

Nivel de precios: inflación

LA VIVIENDA Y SUS SUMINISTROS ENERGÉTICOS SE MANTIENEN COMO UN FACTOR DECISIVO PARA EL CONTROL DE LA INFLACIÓN EN ESPAÑA. La aplicación de medidas para el control de la inflación en el último bienio ha ido ganando terreno en el conjunto de la UE y la economía española mantiene su empeño por seguir esta senda, aunque su efectividad en 2025 se ha visto ligeramente comprometida. Concretamente, el índice general en la eurozona ha presentado un crecimiento del 1,9%, un punto inferior a los resultados de la economía española. Partidas esenciales como los alimentos han mostrado un crecimiento más contenido (1,8%), cuando en Europa su inflación se amplía hasta el 2,5%. También destaca la mayor estabilidad de los precios de las enseñanzas en España (2,5% por segundo año consecutivo frente al 3,6% acumulado al 4,1% registrado un año antes en la eurozona). En sanidad la convergencia es mayor, elevando sus precios a ritmos del 2,0% y del 2,2%, respectivamente. Estas son, entre otras, algunas de las señales de los esfuerzos en materia de inflación que se vienen aplicando, aunque en 2025 sólo una de las categorías en cada uno de los ámbitos geográficos analizados ha sido objeto de un descenso real de sus precios. En España se localiza en vestido y calzado, que repite retrocesos ampliando su intensidad, frente a la notable estabilidad registrada en nuestros países vecinos, mientras que en la eurozona el comportamiento a la baja de las comunicaciones vuelve a estar presente, frente a un aumento moderado en el territorio nacional. Sin embargo, la nota más discordante y acentuada se mantiene en la categoría de vivienda y sus suministros energéticos, con crecimientos del 7,9% -cinco décimas añadidas al experimentado en 2024- frente a la notable moderación de sus ascensos en Europa a ritmos que han pasado del 2,9% al 1,2%. Por ello, el diferencial de inflación entre España y la eurozona, el más elevado de la última década, se focaliza en un importante desajuste en su mercado de la vivienda hasta convertirse en un desequilibrio que sobrepasa el ámbito económico hasta convertirse en un problema social.

Inflación interanual del Índice de Precios de Consumo Armonizado entre España y la Eurozona-19. 2015-2025 (puntos porcentuales)

España	dic-15	dic-16	dic-17	dic-18	dic-19	dic-20	dic-21	dic-22	dic-23	dic-24	dic-25
Alimentos y bebidas no alcohólicas	1,8	0,8	1,7	1,3	1,7	1,1	4,9	15,7	7,3	1,8	1,8
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,3	0,8	1,7	1,4	0,4	0,3	1,6	7,2	3,4	5,0	4,3
Vestido y calzado	0,9	0,5	1,4	1,2	0,6	1,3	0,7	-2,6	3,8	-1,1	-1,9
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros	-2,3	0,8	1,3	2,5	-4,9	-0,1	22,9	-4,5	-5,8	7,4	7,9
Muebles, artículos del hogar y otros	0,1	0,0	-0,5	0,3	0,5	0,3	2,1	8,5	2,0	0,6	0,5
Sanidad	0,5	0,5	0,4	0,8	0,5	0,5	0,8	1,0	2,2	1,9	2,0
Transporte	-3,6	4,3	1,9	0,2	4,0	-4,3	10,7	2,8	3,8	0,7	1,3
Comunicaciones	0,5	3,3	0,3	2,3	0,7	-4,1	-0,3	-1,9	3,1	0,2	1,2
Ocio y cultura	0,2	0,5	-0,7	-0,1	0,2	-1,9	2,3	5,1	3,9	3,9	2,6
Enseñanza	0,5	0,9	0,8	1,0	0,9	-0,2	1,2	1,4	3,0	2,5	2,5
Restaurante y hoteles	0,9	1,4	2,0	1,9	2,0	-0,4	4,0	8,0	5,6	4,1	4,4
Otros bienes y servicios	1,0	1,1	0,9	1,3	1,5	1,4	1,6	4,4	3,8	3,5	3,7
Índice general	-0,1	1,4	1,2	1,2	0,8	-0,6	6,6	5,5	3,3	2,8	2,9

Fuente: INE y Eurostat

Eurozona-19	dic-15	dic-16	dic-17	dic-18	dic-19	dic-20	dic-21	dic-22	dic-23	dic-24	dic-25
Alimentos y bebidas no alcohólicas	1,0	1,1	1,9	1,2	1,7	0,9	3,5	16,0	6,1	1,8	2,5
Bebidas alcohólicas y tabaco	2,0	1,6	2,7	3,8	3,4	3,0	2,2	5,2	6,1	5,8	2,7
Vestido y calzado	-0,1	0,8	0,3	0,4	0,9	-2,2	2,8	3,7	2,3	0,7	0,3
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros	-0,8	0,8	1,5	2,9	0,7	-0,6	9,7	16,3	-2,8	2,9	1,2
Muebles, artículos del hogar y otros	0,6	0,0	0,1	0,4	0,6	0,1	2,8	9,1	2,7	-0,2	0,2
Sanidad	0,8	0,8	1,0	0,8	0,8	0,2	0,9	1,8	2,9	3,1	2,2
Transporte	-1,8	2,4	2,3	2,2	1,9	-2,9	10,4	6,9	2,5	1,2	1,4
Comunicaciones	-0,1	-0,3	-1,7	-1,8	-1,4	-2,5	0,6	-0,9	-0,4	-3,5	-1,0
Ocio y cultura	1,0	0,4	1,1	0,3	1,1	0,1	2,9	5,5	3,3	2,5	1,2
Enseñanza	1,5	0,6	-2,2	-0,1	0,9	-0,1	-0,9	4,1	3,9	4,1	3,6
Restaurante y hoteles	1,7	1,6	1,9	1,9	2,0	0,9	3,5	8,3	5,5	4,5	3,7
Otros bienes y servicios	0,9	1,1	0,5	1,7	1,7	1,3	2,3	4,2	4,2	4,5	3,7
Índice general	0,3	1,1	1,3	1,5	1,3	-0,3	5,0	9,2	2,9	2,4	1,9

Diferencias entre España y Eurozona-19	dic-15	dic-16	dic-17	dic-18	dic-19	dic-20	dic-21	dic-22	dic-23	dic-24	dic-25
Alimentos y bebidas no alcohólicas	0,8	-0,3	-0,2	0,1	0,0	0,2	1,4	-0,3	1,2	0,0	-0,7
Bebidas alcohólicas y tabaco	-0,7	-0,8	-1,0	-2,4	-3,0	-2,7	-0,6	2,0	-2,7	-0,8	1,6
Vestido y calzado	1,0	-0,3	1,1	0,8	-0,3	3,5	-2,1	-6,3	1,5	-1,8	-2,2
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros	-1,5	0,0	-0,2	-0,4	-5,6	0,5	13,2	-20,8	-3,0	4,5	6,7
Muebles, artículos del hogar y otros	-0,5	0,0	-0,6	-0,1	-0,1	0,2	-0,7	-0,6	-0,7	0,8	0,3
Sanidad	-0,3	-0,3	-0,6	0,0	-0,3	0,3	-0,1	-0,8	-0,7	-1,2	-0,2
Transporte	-1,8	1,9	-0,4	-2,0	2,1	-1,4	0,3	-4,1	1,3	-0,5	-0,1
Comunicaciones	0,6	3,6	2,0	4,1	2,1	-1,6	-0,9	-1,0	3,5	3,7	2,2
Ocio y cultura	-0,8	0,1	-1,8	-0,4	-0,9	-2,0	-0,6	-0,4	0,6	1,4	1,4
Enseñanza	-1,0	0,3	3,0	1,1	0,0	-0,1	2,1	-2,7	-0,9	-1,6	-1,1
Restaurante y hoteles	-0,8	-0,2	0,1	0,0	0,0	-1,3	0,5	-0,3	0,1	-0,4	0,7
Otros bienes y servicios	0,1	0,0	0,4	-0,4	-0,2	0,1	-0,7	0,2	-0,4	-1,0	0,0
Índice general	-0,4	0,3	-0,1	-0,3	-0,5	-0,3	1,6	-3,7	0,4	0,4	1,0

Fuente: INE y Eurostat

Nivel de precios: paridad del poder adquisitivo

UN EJERCICIO TODAVÍA MARCADO POR SU COMPONENTE INFLACIONARIA. Las cifras relativas al ejercicio de 2024, último ejercicio para el que se dispone de información sobre el comportamiento de los precios en términos de poder de paridad de compra (PPA), dejan constancia de los avances logrados en el proceso de consolidación de la corrección de precios. Ya en 2023, el Índice PPA mostraba niveles inferiores a la media de la UE en todos y cada uno de los doce segmentos analizaros que, en 2024, incluso se han visto acentuadas. Tal evolución parece indicar que, poco a poco, se logran avances en la lucha contra la inflación en la economía española. En particular, el avance de la competitividad, las mejoras de sus rangos de eficiencia y los cambios e innovaciones que las han hecho posible, eliminan los sesgos más intensos que históricamente se presentaban en el segmento de comunicaciones, reducidos desde una valoración del 93,4% al 86,0% en tan sólo un ejercicio o en sanidad, a los que se han unido en este último año, reducciones que se identifican con actuaciones en pro de una mejora generalizada del bienestar social, tales como los que se han generado en alimentación y en enseñanza. Junto a estos logros, y pese a un destacado comportamiento inflacionista, la vivienda en España, en términos de paridad, recorta diferenciales y reduce el valor de su índice a 95,6%, frente al referente de 2023 establecido en un 97,8%, un recorrido que evidencia la dirección en materia de inflación aplicada, con el firme propósito de lograr un mayor nivel de convergencia en precios entre las economías que comparten moneda y objetivos económicos.

Posición del Índice de Nivel de Precios (PPA) de los artículos de consumo en España respecto a la media de la Eurozona-19, en 2024 (porcentaje, UE-27, 2020=100)

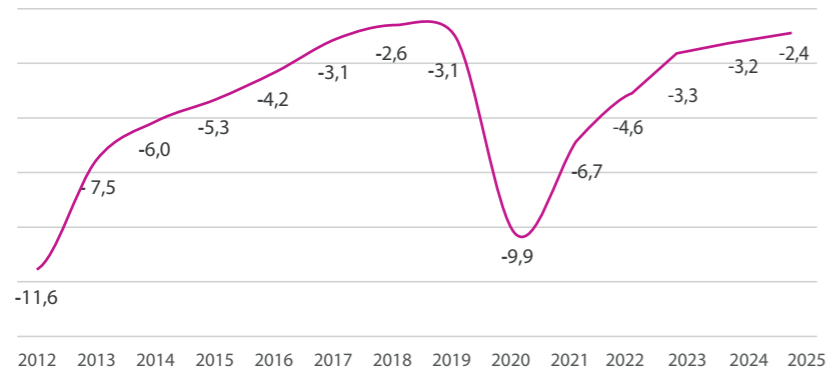
Sanidad 98,4	Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles 95,6	Alimentos y bebidas no alcohólicas 90,7
Ocio y cultura 94,6	Otros bienes y servicios 96,2	Transporte 92,0
Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar 94,0	Bebidas alcohólicas y tabaco 84,1	Vestido y calzado 88,5
Comunicaciones 86,0	Enseñanza 86,6	Restaurantes y hoteles 88,6

Fuente: Eurostat

Administración Pública y mercado de trabajo

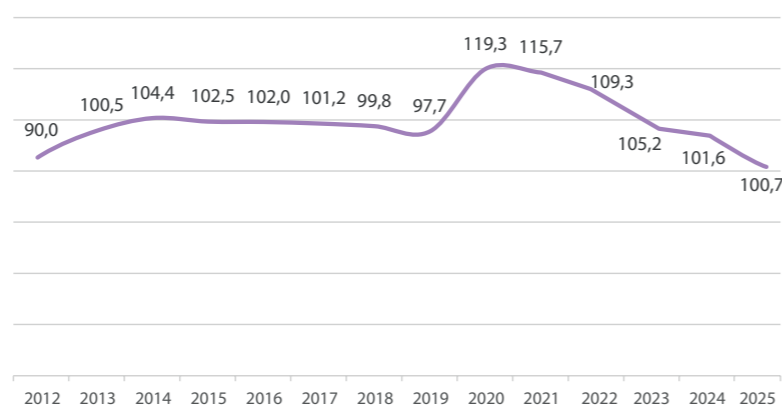
CUENTAS MÁS SANEADAS Y REDUCCIÓN DE DEUDA PÚBLICA. A lo largo de 2025 se ha asistido a un control del déficit público, que parecía inalcanzable hace poco menos de una década. En particular, es preciso remontarse al año 2018 para encontrar ciertos paralelismos en las cifras con las que se ha dado cierre al déficit público, un 2,4% del PIB. Tras múltiples ejercicios en los que se han sobrepasado los límites de las reglas fiscales europeas, en 2025 por fin se actúa dentro de su marco. Este resultado integra el aumento de las prestaciones sociales, con su consiguiente repercusión en el comportamiento del gasto y la mejora de los ingresos, como consecuencia de las favorables dinámicas registradas en la actividad productiva y la inflación y, por tanto, de los ingresos derivados de ella, así como a una elevación de la presión fiscal. Por otra parte, aunque el comportamiento de los tipos de interés sigue ejerciendo presión sobre las finanzas públicas, según las proyecciones del Banco de España, la ratio de deuda sobre el PIB se situó en torno al 100,7% en 2025, lo que supone una nueva contención del 1,0% con relación al cierre del ejercicio precedente - establecido en un 101,6%-, aunque todavía muy lejos de los objetivos del 60% marcados desde Europa. Este descenso se explica, principalmente, por el significativo crecimiento de los ingresos fiscales derivados de la producción económica.

Superávit/Déficit AA.PP. (% del PIB)



Fuente: Banco de España

Deuda AA.PP. (% del PIB)



Fuente: Banco de España

LA INESTABILIDAD GEOPOLÍTICA Y SUS IMPLICACIONES EN COSTES IMPONEN MAYORES PLAZOS PARA CORREGIR LOS DESEQUILIBRIOS PRESUPUESTARIOS. La Comisión Europea publicó en febrero de 2026 su monitor 'debt sustainability monitor' (DSM), en el que se advierte que España presenta riesgos contenidos a corto plazo, pero elevados a medio y largo plazo si no se adoptan nuevas medidas fiscales. Insisten en que la sostenibilidad fiscal estará condicionada principalmente por los retos demográficos, especialmente el envejecimiento de la población y su repercusión sobre el gasto en pensiones, sanidad y cuidados de larga duración. Más aún si los conflictos internacionales se extendiesen geográficamente y/ o se prolongan temporalmente, poniendo freno a las extraordinarias dinámicas de crecimiento económico acumuladas en el último quinquenio, las posibilidades de un rebrote inflacionista en suministros, energéticos y no energéticos y de materias primas, alimentarios e industriales, reaparecen, generando un entorno macrofinanciero menos favorable y crecientes necesidades de gasto.

Indicadores del mercado de trabajo español. 2024-2025 (media anual)

	2024	2025	Variación	Tasa de Variación (%)
Población de 16 años y más	41.565.750	42.111.625	545.875	1,3
Población activa	24.424.600	24.829.275	404.675	1,7
Población ocupada	21.653.900	22.221.125	567.225	2,6
Población parada	2.770.700	2.608.150	-162.550	-5,9
Población inactiva	17.141.175	17.141.175	0	0,0
Tasa de actividad (%)	58,76	58,96	0,20	---
Tasa de paro (%)	11,34	10,50	-0,84	---
Población entre 16 y 64 años	31.693.900	31.984.800	290.900	0,9
Población activa de 16 a 64 años	24.045.550	24.375.425	329.875	1,4
Población ocupada de 16 a 64 años	21.300.125	21.792.475	492.350	2,3
Población parada de 16 a 64 años	2.745.425	2.582.950	-162.475	-5,9
Tasa de actividad de 16 a 64 años (%)	75,87	76,21	0,34	---
Tasa de paro de 16 a 64 años (%)	11,42	10,60	-0,82	---
Población entre 16 y 29 años	7.383.900	7.560.900	177.000	2,4
Población activa de 16 a 29 años	3.994.800	4.110.800	116.000	2,9
Población ocupada de 16 a 29 años	3.186.500	3.344.475	157.975	5,0
Población parada de 16 a 29 años	808.300	766.325	-41.975	-5,2
Tasa de actividad de 16 a 29 años (%)	54,10	54,37	0,27	---
Tasa de paro de 16 a 29 años (%)	20,23	18,64	-1,59	---

FUENTE: INE

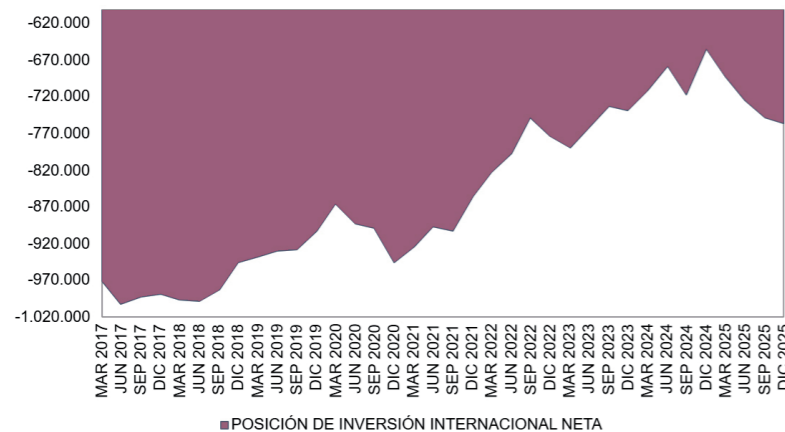
NUEVO AVANCE DEL EMPLEO, CON DINÁMICAS DESTACADAS EN EL TRAMO DE MENOR EDAD. 2025 se saldó con creación de empleo, lo que implica que el mercado laboral encadena once años consecutivos de crecimiento, excluyendo el 2020 por efecto de la pandemia. La ocupación alcanzó su máximo histórico (22,2 millones de personas) y el año se cerró con una tasa de paro del 10,5%, aproximándose la barrera del 10%, una cota inédita desde 2008. También la población española ha mantenido su tendencia creciente, a un ritmo del 1,3%, superando los 42,1 millones de personas de más de 16 años, de los que cerca del 59,0% son potenciales trabajadores. Excluyendo de estos indicadores a los tramos de mayor edad, es decir: limitándolos al segmento comprendido entre los 16 y los 64 años, las cifras relativas a la población ocupada se han incrementado un 2,3%; cerca de un punto adicional a lo que lo han hecho los activos y, con ello, la población parada se ha contenido de manera notable; haciéndose eco de ello tanta la tasas de actividad -que ya superan el 76,2%- como la de paro; que se ha visto contenida en más de 0,8 puntos porcentuales, hasta situarse en un 10,6%. Aun así, de los 2,6 millones de parados existentes al cierre de 2025, el 18,64% cuentan con menos de 30 años, pese al favorable comportamiento del que han sido objeto los niveles de empleo registrados en dicho tramo, con crecimientos cuantificados con un 5,0%, lo que ha hecho que sus tasas de paro se identifiquen con los mayores descensos, del orden de 1,6 puntos porcentuales.

Comportamiento financiero

RETROCESO EN EL PERFIL CRECIENTE DE LA POSICIÓN DE INVERSIÓN INTERNACIONAL NETA. La Posición de la Inversión Internacional Neta de España (PIIN) comenzó su andadura en 2025 con un saldo deudor de 689,7 miles de millones de euros; un valor que representaba un aumento del 5,6% con relación a las cifras de diciembre de 2024 y, a lo largo de todo el ejercicio ha ido ampliándolo, de manera continuada, hasta establecerse en -755,3 miles de millones de euros en el mes de diciembre. Tal avance, que supone un diferencial cercano a -102,4 millones de euros adicionales con relación al mismo periodo del año previo, refleja la insuficiente capacidad de financiación para cubrir las necesidades del país, a pesar del efecto positivo observado en la reducción de prima de riesgo frente al bono alemán. En ese sentido, una lectura positiva indica la apuesta por la capitalización de sus infraestructuras productivas, aunque también lo hace y en términos elocuentes, del aumento de la vulnerabilidad de la economía española ante cambios en el entorno mundial, como pueden ser el aumento de los tipos de interés o la disminución de la confianza de los inversores por el aumento del riesgo país asociado. La continuidad de este perfil, no deseable, podría convertirse en una señal anticipada de una posible fuga de capitales o de crisis financiera.

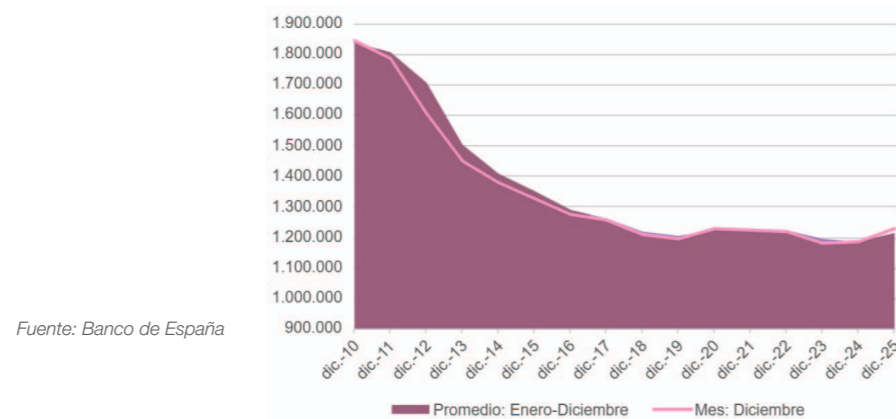
GIRO RADICAL DE LAS TENDENCIAS EN EL COMPORTAMIENTO DEL CRÉDITO. Los importantes crecimientos de las cifras de formación bruta de capital se alinean con los perfiles del valor de los créditos concedidos a lo largo de este ejercicio, con independencia del sector receptor. No obstante, sí puede observarse que los servicios siguen capitaneando la demanda, hasta representar más del 72,3%, manteniendo un mejor desempeño que la industria, en línea con la composición del crecimiento de la actividad productiva registrada. Adicionalmente, la disminución del coste de la nueva financiación se presenta como un estímulo para la demanda de fondos, propiciando un viraje hacia crecimientos que superan el 2% en el valor de los créditos concedidos, tanto a empresas como a hogares. Precisamente en este último colectivo, aunque la vivienda se mantiene hegemónica, concentrando más del 77,1% de los 654,2 miles de millones de euros a los que han accedido, sus tasas de crecimiento se han presentado más limitadas-del orden del 2,5%- y han sido la adquisición de bienes duraderos los que han despegado de forma inusual, registrado un avance del 11,1%.

Posición de inversión internacional neta (PIIN). 2017-2025 (millones de euros)



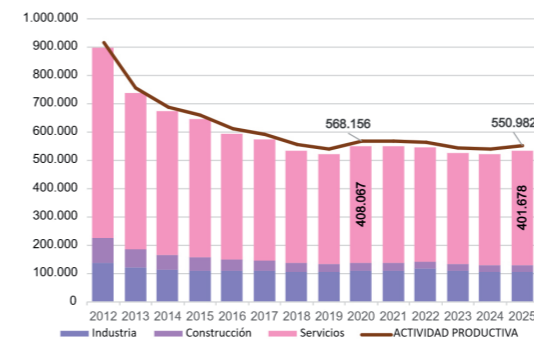
Fuente: Banco de España

Crédito a otros sectores residentes. 2010-2025 (millones de euros)



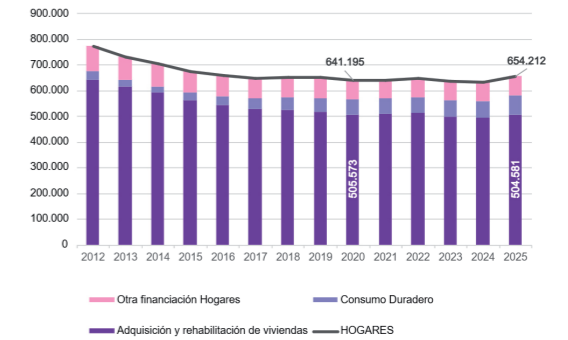
Fuente: Banco de España

Crédito a otros sectores residentes. Actividad productiva (millones de euros)



Fuente: Banco de España

Crédito a otros sectores residentes. Hogares (millones de euros)




Fuente: Banco de España

Nuevas operaciones crediticias

	2022	2023	2024	2025
Millones de Euros (Promedio anual)				
<1M€ a empresa	14.380	15.526	18.629	19.402
>1M€ a empresa	15.526	12.789	14.840	17.167
Vivienda	5.435	4.700	5.663	6.896
Consumo	2.494	2.692	3.220	3.887
Tasas de crecimiento (%)				
<1M€ a empresa	14,1	8,0	20,0	4,1
>1M€ a empresa	25,7	-17,6	16,0	15,7
Vivienda	9,7	-13,5	20,5	21,8
Consumo	5,3	8,0	19,6	20,7

Fuente: Banco de España

EMPRESAS Y FAMILIAS ELEVAN SU TONO INVERSOR. Repitiendo tendencias crecientes y generalizadas, en 2025 las operaciones crediticias han vuelto a batir récords, aunque con intensidades diferenciales. En particular, los créditos destinados a actividades productivas de menor cuantía han perdido fortaleza, mientras las inversiones más ambiciosas han aumentado casi 4 veces más. Por su parte, los hogares siguen apostando por la adquisición de vivienda como un bien refugio, ampliando las ya llamativas tasas de crecimiento registradas en 2024, como también lo hacen en aquellos otros destinados al consumo cuyos importes se colocan por encima de los alcanzados en los últimos cuatro años.



El sector del dulce en el
contexto de la industria
de alimentación y bebidas

El sector del dulce en el contexto de la industria de alimentación y bebidas

NUEVA REDUCCIÓN DEL TEJIDO INDUSTRIAL, CON ALIMENTACIÓN SUPERANDO SU INTENSIDAD. Las cifras proporcionadas por el Directorio Central de Empresas, elaborado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), dimensionan al conjunto de la industria española en 172.765 establecimientos que han ejercido su actividad a lo largo de 2025. De estos, el 88,7% lo han hecho bajo la rúbrica de generación de manufacturas, un total cercano a las 153.170 empresas, en un ejercicio que pierde 3.100 unidades manufactureras. De ellas, 584 están integradas en el segmento de alimentación y bebidas, experimentado un nuevo retroceso que ha queda cuantificado en una variación negativa del 2,1%, más intensa que la ya acumulada en 2024, con una notable incidencia de bebidas), frente a la de alimentos (-2,0%). El segmento del dulce no ha permanecido ajeno a este marco de concentración de actividad del que viene siendo protagonista la industria española, aunque en este último ejercicio ha sido capaz de mitigar sus dinámicas adversas y presenta, según las estimaciones realizadas por el Centro de Predicción Económica (CEPREDE), un descenso en su masa productiva del -1,6%, cuatro décimas inferior a los registros del conjunto de las manufacturas e idéntico diferencial con relación a la industria alimentaria. En suma, en 2025 la industria del dulce ha quedado dimensionada en 11.376 establecimientos.

Número de empresas	2023	2024	2025	ctos 2024	ctos 2025	Peso
Total Industria	177.865	175.806	172.765	-1,2	-1,7	---
Industria manufacturera	158.661	156.267	153.167	-1,5	-2,0	88,7%
Resto de industria	19.204	19.539	19.598	1,7	0,3	12,8%
Alimentación y bebidas	28.335	27.896	27.312	-1,5	-2,1	17,8%
Resto de manufacturas	130.326	128.371	125.855	-1,5	-2,0	82,2%
Alimentación	23.491	23.018	22.560	-2,0	-2,0	82,6%
Bebidas	4.844	4.878	4.752	0,7	-2,6	17,4%
Dulce ⁽¹⁾	11.842	11.567	11.376	-2,3	-1,6	50,4%
Resto alimentación	11.649	11.451	11.184	-1,7	-2,3	49,6%

(1) Estimación CEPREDE- Producción

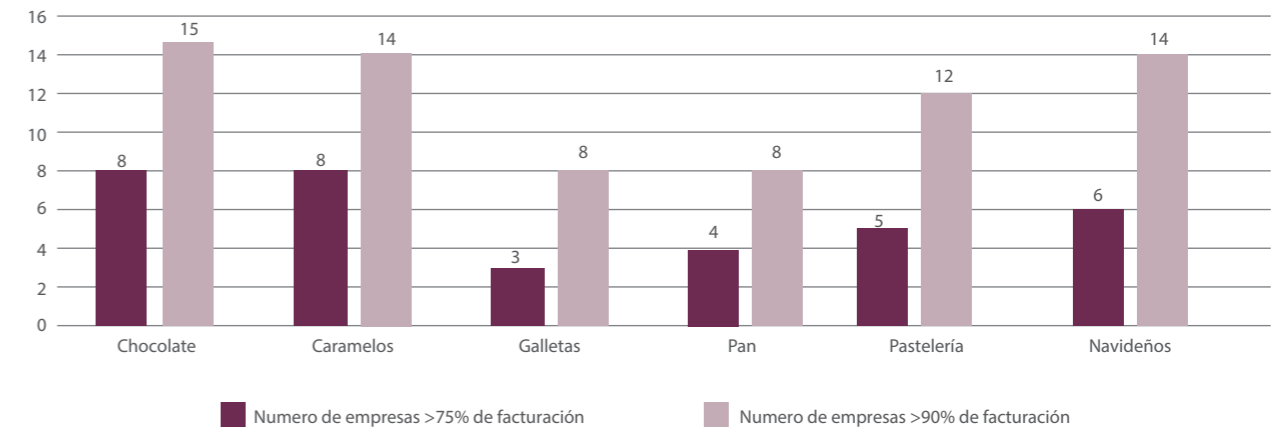
Fuente: Directorio Central de Empresas y Encuesta Industrial. Instituto Nacional de Estadística

EFICIENCIA, PRODUCTIVIDAD Y VIABILIDAD, EXIGENCIAS NECESARIAS PARA LA RECONFIGURACIÓN DE LA INDUSTRIA. Un tejido empresarial dominado por pequeñas y medianas empresas y sometido a fuertes dosis de competencia ha resultado ser una palanca para mejorar la competitividad del sector del dulce, aunque todo ello también haya dado lugar a procesos de integración empresarial y cierre de algunas empresas. La incorporación de nuevas líneas de productos, así como la integración de estándares de sostenibilidad y alianzas empresariales, han sido los motores de los niveles de facturación alcanzados por esta industria, que cierra el ejercicio con un crecimiento en el valor de sus ventas del 4,5%.

ESCALA Y ESPECIALIZACIÓN CONFORMAN LA OFERTA DEL SECTOR, CON UN DENOMINADOR COMÚN EN LA INNOVACIÓN Y EXPERIENCIA. Los notables niveles de concentración presentes en la industria del dulce son la manifestación de los procesos de readaptación de una industria con experiencia y capaz de dar respuesta a las nuevas exigencias del mercado. La ampliación de su oferta productiva ha conducido a un crecimiento de sus ventas, concentradas en un número reducido de empresas, aunque coexistiendo con empresas de menor tamaño, pero altamente especializadas que cuentan con una fidelidad muy alta de los consumidores. En particular, en el segmento de chocolates se identifica la máxima diversidad de fabricantes, con un total de 15 en 2025 que concentran más del 90% de la facturación. Se trata de empresas emblemáticas definidas mayoritariamente por sus ventas en el mercado nacional, aunque con cada vez mayor participación en mercados internacionales.

Concentración de actividad por categorías de producto

(representando el número de empresas que en cada categoría superan el 75 y 90% de la facturación total de la misma)



ENTRE TRES Y OCHO EMPRESAS CONCENTRAN EL 75% DE LA FACTURACIÓN EN LOS SEGMENTOS DEL DULCE. Mientras las categorías con base cereal (galletas, bollería y panificación) siguen tendiendo a la mayor concentración de actividad, los segmentos de caramelos, chocolates y productos navideños reparten la facturación entre un número mayor de competidores. De igual manera, cuando se analiza el número de empresas que concentra el 90% de la facturación, estos segmentos muestran una participación notablemente más alta, rondando en los tres casos la quincena de empresas, frente a las 8 que participan de esta cuota de mercado en los segmentos de galletas y panificación.

OFERTA: PRODUCCIÓN

A PESAR DEL DISCRETO AVANCE, LA INDUSTRIA ALIMENTARIA DESTACA RESPECTO AL CONJUNTO DE LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL ESPAÑOLA. En un marco de crecimiento moderado del comercio internacional, tensiones geopolíticas, incertidumbre económica y social y un contexto que mantiene su carácter inflacionista -con niveles de precios de materias primas en el que acumulan un crecimiento del 32,6% en el último quinquenio-, la industria española avanza tímidamente, con un crecimiento de tan sólo un 0,4% que, sin embargo, sirve para cambiar la tendencia observada en 2024; donde se apuntó un retroceso del 0,8%. Enfocando en la industria manufacturera, el enfriamiento es aún más evidente (solo suma un + 0,3%), resultado de la atonía tanto exportadora como de la demanda interior, condicionadas por las dificultades de suministros básicos y la inflación de insumos que dañan sus niveles de competitividad. Frente a esta ralentización, la industria alimentaria destaca con un crecimiento del 1,1%, que sirve para consolidar el crecimiento del 3% observado en 2024.

Cifra de negocio

	Total industria	Manufacturera	Alimentos, bebidas y tabaco ¹	Dulces ²
Millones de €				
2023	864.728	695.857	178.923	7.568
2024	857.826	710.363	184.377	7.760
2025 ¹	861.025	712.561	186.342	8.110
Tasas de crecimiento				
2024	-0,8%	2,1%	3,0%	2,5%
2025 ¹	0,4%	0,3%	1,1%	4,5%

(1) Estimación a partir de la Encuesta Industrial y del índice de cifra de negocio de la industria, INE

(2) Estimación CEPREDE-Produlce

Fuente: Encuesta Industrial, Instituto Nacional de Estadística, INE

UN EJERCICIO EXTRAORDINARIO PARA EL SECTOR DEL DULCE. En este contexto de ralentización mostrado por el conjunto de la industria española y, en menor medida, por la industria alimentaria, los 8.110 millones de euros con los que cierra el ejercicio el sector del dulce se revelan como altamente meritorios. Este crecimiento es resultado de un doble esfuerzo: de un lado, integrar en sus estructuras de costes parte de las presiones de estos, especialmente de las materias primas y, de otro, seguir apostando por la innovación de procesos y productos y la internacionalización de su oferta, a pesar de las complicadas circunstancias que vive el comercio internacional. Con ambas actuaciones, el sector ha logrado incrementar sus niveles de facturación un 4,5% y elevar ligeramente también sus volúmenes (+0,7%). Así, el sector del dulce muestra en 2025 un importante diferencial positivo (+ 3,4 p.p.) respecto al conjunto de la industria alimentaria, con la que cierra holgadamente el ligero gap observado en 2024 (- 0,5 p.p.) y refuerza su papel clave en la contribución al crecimiento del segmento de alimentación y el buen hacer de este último respecto al conjunto de las industrias manufactureras españolas.

Peso relativo

	Manufacturas / Total Industria	Alimentos, bebidas y tabaco ¹ / Manufacturas	Dulces ² / Alimentos, bebidas y tabaco
2023	80,5%	25,7%	4,2%
2024	82,8%	26,0%	4,2%
2025 ¹	82,8%	26,2%	4,4%

(1) Estimación a partir de la Encuesta Industrial y del índice de cifra de negocio de la industria, INE

(2) Estimación CEPREDE-Produlce

Fuente: Encuesta Industrial, Instituto Nacional de Estadística, INE

MANTENER EL RUMBO, PRIORIZANDO EMPLEO, INVERSIÓN Y RENTABILIDAD. A pesar de que las circunstancias han obligado a repensar ciertas estrategias y actuaciones, el sector del dulce se mantiene fiel a la hoja de ruta que se viene marcando desde hace mucho tiempo y que contempla estas circunstancias como un nuevo ejercicio de adaptación sin perder su esencia. Así, la apertura de nuevas líneas de negocio, la consolidación de su imagen de marca, la calidad, el empleo cualificado y la internacionalización siguen siendo las banderas que caracterizan al sector del dulce contra viento y marea. Las cifras sobre su desempeño económico dan muestra de ello y, en 2025, vuelven a surgir significativas diferencias en cuanto a sus compromisos de capitalización como arma para mantener la rentabilidad de sus negocios, la estabilidad en el empleo y las mejoras de productividad.

LA REINVERSIÓN IMPULSA LA RENTABILIDAD Y LA RETRIBUCIÓN. En particular, las empresas operadoras en la industria del dulce habrían destinado a mejorar sus procesos productivos un 5,2% de sus cifras de negocio -frente al 3,6% representativo de la industria de alimentos y bebidas- siendo además esta valoración un referente medio ampliamente superado en el segmento de galletas (6,3%) y más discretamente en panadería y pastelería (5,5%). Las ganancias asociadas a esta transformación técnica y tecnológica del sector habilitan sus opciones de mejora de rentabilidad, establecida en un 11,3%. Unidos a este nuevo logro en materia de finanzas, las retribuciones salariales siguen ampliando su cuota de representatividad sobre sus cifras de negocio, hasta superar el 19,3%, un resultado que obedece no sólo al crecimiento del empleo directo que han sido capaces de generar, próximo al 2,8% según nuestras estimaciones, sino al aumento de los salarios medios a ritmos que no solo han mantenido la capacidad adquisitiva de sus trabajadores sino que la han mejorado, muestra de una redistribución significativa de las ganancias de productividad entre trabajo y capital.

Indicadores globales	Industria	Manufacturas	Alimentos y bebidas	Dulce ^(f)	Panadería y pastelería	Galletas	Cacao, chocolate y confitería
Esfuerzo inversor ^(a)	4,4%	3,9%	3,6%	5,2%	5,5%	6,3%	3,8%
Rentabilidad ^(b)	11,5%	9,5%	9,0%	11,3%	11,9%	12,4%	9,3%
Costes laborales ^(c)	12,5%	13,4%	9,8%	19,3%	24,2%	14,1%	12,9%
Compra de bienes y servicios ^(d)	77,7%	79,3%	82,1%	70,4%	63,3%	71,6%	80,9%
Valor añadido ^(e)	240.086,0	178.780,0	38.096,0	1.658	481,9	360,3	438,8
Personal ocupado ^(e)	2.393	2.117	477	28,4	7,5	4,9	7,0
Productividad	100.349,4	84.461,7	79.820,3	58.301,2	63.973,6	73.615,9	62.740,5

(a) Inversión en activos materiales sobre cifra de negocio

(b) Excedente bruto de explotación sobre cifra de negocio

(c) Gastos de personal sobre cifra de negocio

(d) Compras de bienes y servicios sobre cifra de negocio

(e) Estimaciones CEPREDE

(f) Estimaciones CEPREDE-PRODULCE

Fuente: Encuesta Industrial, Instituto Nacional de Estadística, INE

NUEVOS AVANCES DEL VALOR AÑADIDO DE LA INDUSTRIA DEL DULCE. La combinación del refuerzo de sus factores productivos, las iniciativas inversoras y las actuaciones para promover sus carteras de clientes internacionales -diversificando su oferta y sus destinos-, ha sido decisiva para alcanzar nuevos crecimientos del valor añadido de la industria del dulce, cuya cifra de cierre en 2025 ha quedado establecida por encima de los 1.658 millones de euros, cifra que representa aproximadamente un ascenso del 5,4% con relación a 2024. Tales resultados se han trasladado a sus niveles de productividad con resultados nuevamente favorables -acumulando un incremento del 2,6% con relación al ejercicio precedente-, permitiendo con ello consolidar sus compromisos con la generación de empleo, sin comprometer sus ganancias y su redistribución entre los agentes productivos que han hecho posible sus significativas mejoras de actividad.

INDICIOS CLAROS DE SOLVENCIA Y ÉXITO DE LA OFERTA ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR. La tendencia continuamente creciente de las exportaciones de la industria española consolida la buena acogida de su producción en numerosos y cada vez más amplios destinos internacionales. En 2025, los niveles de facturación en el exterior han duplicado su crecimiento -un avance de entorno al 10%, que se une al 5% registrado un año antes-, hasta alcanzar los 2.658 millones de euros. Tales ingresos responden en buena parte a una elevación de costes que se ha logrado trasladar en los mercados internacionales, pero también al mantenimiento continuo y consolidado de una trayectoria positiva en las toneladas de dulces que han tenido como destino estos mercados, con volúmenes ampliados un 2,2%, hasta situarse a lo largo del último año por encima de las 671.000 toneladas.

UN MERCADO INTERNO TAMBIÉN AMPLIAMENTE INTERNACIONALIZADO. El comportamiento de las importaciones consolida también una tendencia creciente de las entradas de productos de diferentes orígenes, manteniéndose un claro dominio europeo, aunque de forma paulatina se han ido incorporando a la oferta otros actores internacionales. Este avance de las importaciones, que capturan una facturación de más de 1.825 millones de euros, ha limitado el saldo comercial exterior en más de un 5%, aunque se mantiene en términos muy positivos, con un saldo positivo de 833 millones de euros.

Principales Magnitudes	Millones de €					Toneladas métricas (miles)				
	2023	2024	2025	%24/23	%25/24	2023	2024	2025	%24/23	%25/24
Facturación Total	7.567,6	7.759,8	8.110,1	2,5%	4,5%	1.613,3	1.626,0	1.637,1	0,8%	0,7%
Mercado Interior (a)	5.284,8	5.358,9	5.452,1	1,4%	1,7%	971,4	969,2	965,6	-0,2%	-0,4%
Exportaciones	2.284,4	2.403,1	2.658,0	5,2%	10,6%	642,2	656,8	671,5	2,3%	2,2%
Importaciones (b)	1.325,4	1.540,9	1.825,1	16,3%	18,4%	309,2	319,8	329,6	3,4%	3,0%
Consumo Aparente (a+b)	6.610,2	6.899,8	7.277,2	4,4%	5,5%	1.280,7	1.289,1	1.295,2	0,7%	0,5%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Produlce

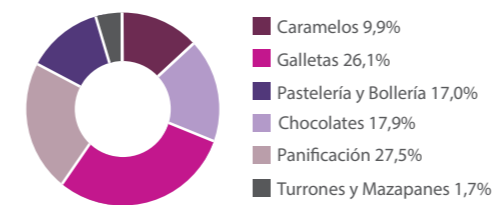
RESPUESTAS FAVORABLES DEL MERCADO A LAS INICIATIVAS EMPRESARIALES. La valoración a los esfuerzos realizados por la industria del dulce para ofrecer respuesta a las perspectivas de los consumidores se ha traducido en una respuesta favorable del consumidor que vuelve a elevar sus cifras de consumo aparente un año más y a un ritmo del 5,5%, situándose sus valoraciones por encima de los 7.277 millones de euros. El componente dominante de estos resultados se mantiene en la oferta interna, con un peso relativo que se aproxima al 75% de las cifras agregadas del consumo aparente, si bien, las cantidades demandadas muestran indicios de una significativa estabilidad, como consecuencia de la ligera contracción de la oferta nacional y de los amplios diferenciales valor-volumen de las importaciones.

LAS TENSIONES INFLACIONARIAS EN CACAO AUMENTAN SU PARTICIPACIÓN EN VALOR, MIENTRAS PANIFICACIÓN Y BOLLERÍA LIDERAN LOS ESFUERZOS POR EQUILIBRAR VALOR Y VOLUMEN. Las tensiones experimentadas en los mercados internacionales de cacao han llevado a que la categoría de cacao y chocolate aumente su participación en el mix de consumo en valor de un 30,5% a un 31,9% y donde esa tensión ha sido trasladada de manera especialmente significativa en las importaciones, frente a una oferta nacional mucho más contenida en este aspecto. También el crecimiento más intenso en los niveles de precios de los productos navideños, un 9,9%, ha dejado su impronta en el peso relativo de sus volúmenes de ventas, en este caso permaneciendo estable con una cuota del 1,7%, lo que ha supuesto que se mantenga como la gama de productos con menor representatividad sobre el valor global de las ventas interiores, aunque ampliada en dos décimas, hasta representar el 4,4%, un peso que consolida el todavía elevado componente estacional de su consumo.

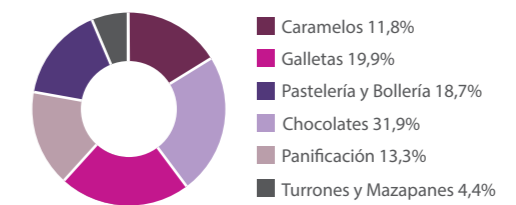
En sentido contrario han destacado como grandes azotes de la inflación las categorías de panificación y bollería, que incrementan su participación en volúmenes de manera más notable que en valor, poniendo de manifiesto los esfuerzos que los fabricantes han hecho en los últimos ejercicios para lograr un crecimiento lo más equilibrado posibles.

Se une también a este esfuerzo la categoría de caramelos y chicles, que esencialmente ha mantenido su cuota de participación en valor (+ 0,1 p.p.) mientras en volúmenes ha avanzado de manera mucho más notables, conquistando 0,5 p.p. adicionales de cuota de mercado en 2025.

Mix categorías volumen (tm)



Mix categorías valor (€)



OFERTA: MERCADO LABORAL

Empleo (miles de personas)

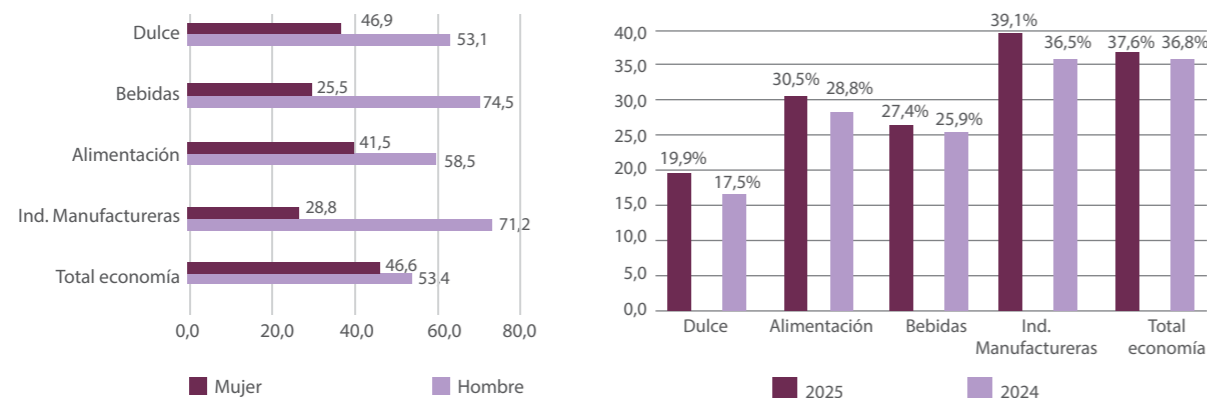
	Total industria	Manufacturera	Alimentos	Bebidas	Dulces ¹
2023	2.583,6	2.552,4	492,7	65,0	27,0
2024	2.633,1	2.600,3	486,3	68,3	27,7
2025	2.729,9	2.698,1	501,8	68,3	28,4
Tasas de crecimiento					
2024	1,9%	1,9%	-1,3%	5,2%	2,6%
2025	3,7%	3,8%	3,2%	-0,1%	2,8%

(1) Estimación CEPREDE-Produlce

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

GANANCIAS DE EFICIENCIA PRODUCTIVA, UN NUEVO LOGRO ALCANZADO CON MAYOR PRESENCIA DE CAPITAL HUMANO. Los resultados en términos de facturación avalan los positivos efectos generados por las iniciativas inversoras, especialmente de aquellas que atañen a las mejoras tecnológicas y, asociadas a éstas, a los avances de su eficiencia. Así, el sector ha logrado consolidar crecimientos sostenidos capaces de sortear las situaciones de desaceleración del crecimiento mundial, de los procesos inflacionistas y del marco de incertidumbre global sobre el que ha transcurrido el escenario macroeconómico del último trienio y adicionalmente, estas mejoras productivas han estado sostenidas por una trayectoria creciente de su empleo, con crecimientos del 2,8% en 2025 que, aunque más reducidos que los identificados en el conjunto de la industria de alimentos, han contado con el rasgo de su continuidad, añadiendo estabilidad y diversificación de perfiles, especialmente en torno a cualificación y género, aunque también apostando por una mayor presencia de jóvenes entre sus efectivos. Por tanto, han sido parte activa de las mejoras del empleo global de la industria manufacturera, con cerca de 28.440 personas empleadas de manera directa. En consecuencia, su dinamismo ha permitido dar visibilidad y refuerzo a su papel como impulsor del empleo y hacerlo en zonas de la geografía española donde su ubicación les otorga una importante relevancia, al convertirse en motor de progreso económico, suministrando nuevas oportunidades de empleo, con rasgos de especialización y estabilidad, al mismo tiempo que garantes de unas rentas que servirán como reactivo a otras ramas y sectores económicos establecidos en dichas zonas.

Porcentaje de empleados de menos de 40 años



EL DULCE SE UNE, INTENSIFICANDO SU APUESTA POR EL EMPLEO JUVENIL. El conjunto de la economía española ha incorporado en su estructura del empleo una mayor presencia de empleo juvenil, que en 2025 ha representado un 37,6% del total de los ocupados cuya edad se sitúa por debajo de los 40 años. Este referente es superado por la industria manufacturera hasta elevarse por encima del 39,0%, mientras alimentación recorta distancias hasta alcanzar una representatividad del 30,5%. En este marco de mejoras generalizadas, la participación de las industrias del dulce destaca no tanto por su magnitud, aproximándose al 20,0%, sino por la notoriedad de su ascenso, añadiendo según las cifras aportadas por el propio sector, incorporaciones que representan 2,4 puntos porcentuales adicionales al ratio alcanzado en 2024, avalando un proceso de rejuvenecimiento de su capital humano que responde tanto a razones de índole económico como social y de bienestar personal.

LA PARTICIPACIÓN FEMENINA ASCIENDE Y SUPERA A LA MEDIA DEL PAÍS. Desde el ejercicio pasado, la convergencia relativa entre la industria del dulce y el conjunto de la economía comenzó a mostrar claros síntomas de progresos y los más de 18 puntos que separan la presencia del colectivo femenino en la industria del dulce con relación a la industria manufacturera en 2025 vuelven a presentarse como una confirmación de este recorrido. Igualmente, esta participación vuelve a superar los referentes de la industria alimentaria en más de 5 puntos porcentuales, convirtiendo al sector del dulce en un referente de género dentro de la industria alimentaria española.

DEMANDA: CONSUMO

UN SECTOR CADA VEZ MÁS INTERNACIONALIZADO. En términos globales, cerca del 55,0% del negocio del dulce obedece al comportamiento de la demanda interna nacional, es decir, de las ventas realizadas en el interior de nuestras fronteras de productos generados en el país. Aun así, los procesos de apertura de la industria española, tanto en términos de incorporación de productos procedentes de otras latitudes como de la incorporación de nuevos demandantes del resto del mundo, han hecho de la demanda de dulces un mercado abierto y competitivo. Concretamente, 2025 se salda con una aportación del mercado interior nacional para el conjunto de la industria del dulce próximo al 55%, como ya ha sido señalado, aunque esta contribución imprime continuidad a una andadura decreciente, situándose por debajo de los registros de 2024 y 2023 de los que actualmente dista 2,7 y 4,5 puntos porcentuales, respectivamente. Estos resultados encierran comportamientos claramente heterogéneos, en los que la capacidad de internacionalización de las empresas productoras de cada segmento y la intensidad con la que las importaciones han ampliado la oferta definen situaciones contrapuestas.

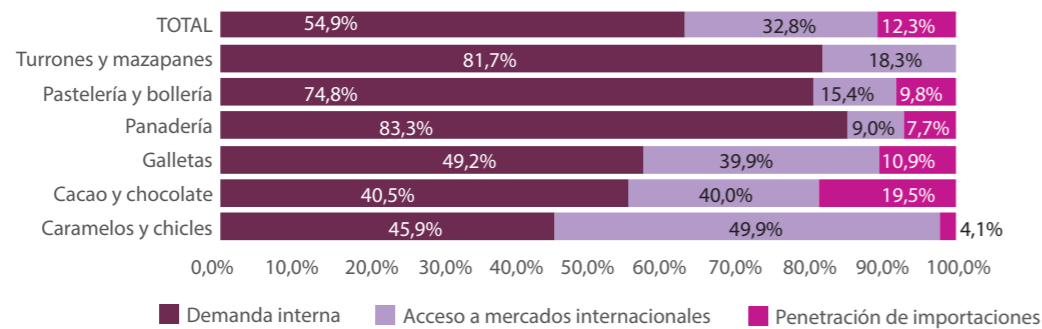
CARAMELOS Y TURRONES A CONTRACORRIENTE. El peso de la demanda interna capturada por la producción del país para la línea de caramelos y chicles se establece en un 45,9% y junto con la gama de productos navideños se presentan como la excepción a la norma de los descensos en este apartado. De hecho, caramelos eleva su presencia en 3,1 puntos porcentuales y turrones y mazapanes elevan sus ventas en el mercado nacional hasta el 81,7%, 1,3 puntos adicionales a la cota alcanzada en 2023. De esta manera, ambas categorías obtienen en 2025 una participación menor de sus ventas internacionales sobre sus respectivas demandas globales, con reducciones de 3,8 y de 0,7 puntos porcentuales, respectivamente y, adicionalmente, caramelos ha sido objeto de un avance de la penetración de importaciones, que ha pasado a representar un 4,1%, frente al 3,6% establecido en 2024.

Valor (€)	2023			2024			2025		
	Demanda Interna	Exportación	Importación	Demanda Interna	Exportación	Importación	Demanda Interna	Exportación	Importación
Caramelos y Chicles	41,0%	55,6%	3,4%	42,8%	53,6%	3,6%	45,9%	49,9%	4,1%
Cacao y Chocolate	50,9%	30,6%	18,6%	46,9%	32,9%	20,2%	40,5%	40,0%	19,5%
Galletas	53,7%	36,1%	10,2%	52,3%	36,6%	11,1%	49,2%	39,9%	10,9%
Panadería	84,7%	9,0%	6,4%	83,5%	9,7%	6,8%	83,3%	9,0%	7,7%
Pastelería y Bollería	78,4%	13,3%	8,3%	76,3%	15,1%	8,6%	74,8%	15,4%	9,8%
Prod. Navideños	80,4%	19,6%		81,2%	18,8%		81,7%	18,3%	
TOTAL	59,4%	30,2%	10,4%	57,6%	31,0%	11,4%	54,9%	32,8%	12,3%

MÁXIMA DISCRECIONALIDAD EN LOS MERCADOS EXTERIORES DE PANADERÍA, AUNQUE LA PRESENCIA DE IMPORTACIONES SIGUE GANANDO TERRENO. Con un ratio del 83,3%, tan sólo dos décimas inferior a sus registros de 2024 en términos de demanda interna, panadería se ha visto afectada por una merma en la representatividad de sus exportaciones, cuyo acceso a los mercados internacionales ha retornado a valoraciones del 9,0% -idénticas a las registradas en 2023- y, en paralelo, por un significativo avance de la oferta de productos importados cuya representación se establece en un 7,7%, frente al 6,8% representativo del ejercicio previo. Esta redistribución de su cartera de clientes ha supuesto que aun manteniéndose en mayor medida ajeno a las dinámicas del comercio internacional, su contribución al mercado del dulce se haya visto ligeramente más comprometida.

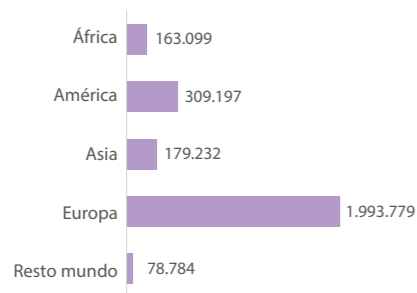
GALLETAS Y CHOCOLATES, DOS INDUSTRIAS QUE SIGUEN GANANDO ADEPTOS FUERA DE NUESTRAS FRONTERAS. Añadiendo notoriedad a su capacidad de acceso a los mercados internacionales, sus cuotas exportadoras han sido protagonistas de un ascenso en el valor de sus ventas con pesos que se han establecido en 2025 en ambos casos en torno al 40,0%. Esta elevación -más intensa en chocolates que partía de un 32,9% frente al 36,6% relativo a galletas- junto con los recortes también compartidos en la importancia relativa de penetración de importaciones, de intensidad de nuevo de mayor calado en la primera de las tipologías, redundan en un paralelismo del comportamiento de sus demandas internas de producción nacional. Es decir, esta magnitud acusa una reducción de las ventas nacionales en el mercado interior de carácter global, haciendo retroceder sus pesos relativos en 3,1 y 5,7 puntos porcentuales y, en consecuencia, la operativa productiva de galletas con destino interior ha quedado establecida en un 49,2% y la de chocolates en un 40,5%, originando diferenciales negativos en términos comparados con 2024 como los ya señalados, y remarcando su carácter internacional.

Distribución de la demanda, por mercados y segmentos, 2025

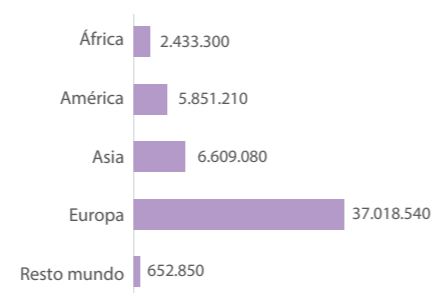


COMERCIO EXTERIOR

Exportaciones sector del dulce en 2025 (miles de €)



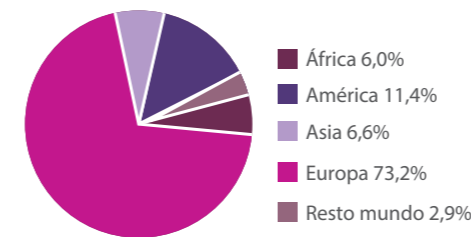
Exportaciones sector de alimentos y bebidas 2025 (miles de €)



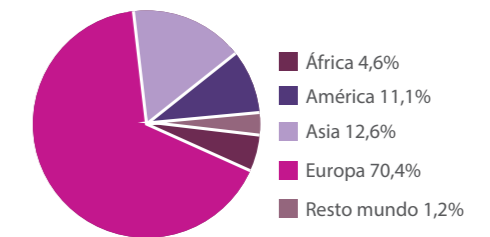
PAN Y PASTELERÍA, ESFUERZOS CONTINUOS POR AMPLIAR SU PRESENCIA EN EUROPA. Estos dos segmentos han resultado fundamentales para consolidar la hegemonía del viejo continente, con Francia y Portugal actuando como principales anfitriones de sus ventas, pese al deterioro registrado en 2025 en el segmento del pan destinado a la economía gala.

LAS EXPORTACIONES, CLAVE EN LAS MEJORAS DE ACTIVIDAD Y EMPLEO DEL SECTOR. Las cifras de negocio de la industria del dulce vuelven a encontrar apoyo en su cartera exterior para elevar su actividad y, con ello, ampliar su base productiva en términos de empleo y capital. No obstante, se repiten patrones de comportamiento desde que los costes de las materias primas comenzaron a ser objeto de serios crecimientos y ante el aumento progresivo de los costes energéticos y salariales. Esta escalada inflacionista distorsiona la cuantía del crecimiento cuando el foco se centra en facturación, al combinar efectos de mejoras reales y circunstanciales. Concretamente, en 2025 se ha asistido a un ascenso global en el valor de las ventas internacionales del 10,6%, una dinámica de la que han quedado excluidas las gamas de caramelos y panadería, que han añadido a este deterioro monetario un retroceso en la intensidad de los flujos reales de sus ventas externas. De hecho, en el resto de las líneas, especialmente en chocolates y galletas, la tensión inflacionaria ha supuesto buena parte de las mejoras en los niveles de facturación obtenidos por sus ventas en el exterior. Estas disparidades de crecimientos llevan a la industria del dulce a una expansión de sus cifras de negocio hasta los 2.658 millones de €, con crecimientos físicos mucho más limitados del 2,2%, alcanzando un nivel de 671,5 miles de toneladas. No obstante, estos diferenciales son mucho menores que los mostrados por las importaciones, lo que evidencia una oferta más competitiva de la producción nacional respecto de sus pares, esencialmente europeos.

Distribución geográfica exportaciones del dulce 2025



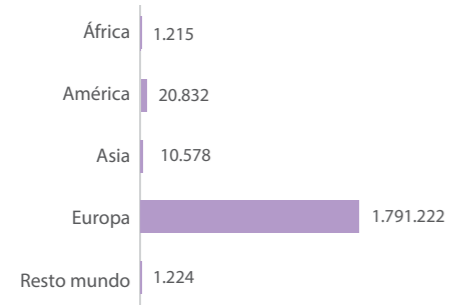
Distribución geográfica exportaciones de alimentos y bebidas 2025



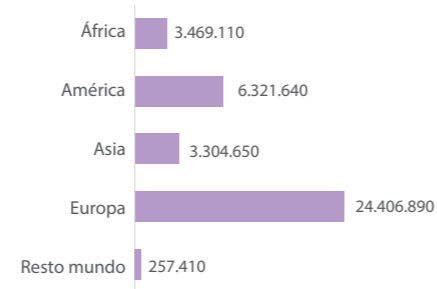
EXPLORANDO NUEVOS DESTINOS, UNA DIVERSIFICACIÓN NECESARIA EN TIEMPOS DE INESTABILIDAD E INCERTIDUMBRE ECONÓMICA. El destino mayoritario del movimiento exportador se mantiene en el continente europeo, especialmente en las economías con las que comparte moneda y, por tanto, exentas de la influencia del comportamiento de los tipos de cambio, destacando por su elevada participación las economías gala y lusa y sumándose, fuera de la eurozona, la británica. Esta notable concentración es un rasgo compartido con el conjunto de la industria de alimentos y bebidas, aunque esta última muestra unos niveles de diversificación mayores, especialmente en Asia. De forma inversa, en el continente africano los dulces cuentan con cuotas de ventas que superan las cifras que acumula la industria alimentaria en su conjunto, contando con chocolates y galletas como elementos destacados de dicho resultado y una elevada concentración espacial que convierte a Marruecos en un enclave fundamental de su proceso de expansión territorial. De la misma forma, Estados Unidos continúa siendo un cliente preferente del continente americano, a pesar del retroceso experimentado desde 2023.

Área geográfica	País	Exportaciones (€)	Peso s/Área
África	Marruecos	111.166	68,2%
América	Estados Unidos	182.619	59,1%
Asia	Israel	50.785	28,3%
Europa	Francia	467.121	23,4%
	Portugal	404.175	20,3%
	Alemania	198.445	10,0%
	Reino Unido	197.767	9,9%

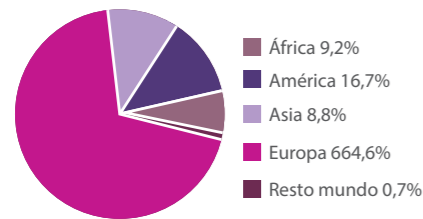
Importaciones sector del dulce en 2025 (miles de €)



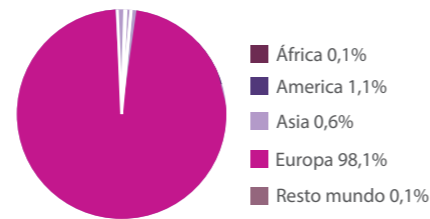
Importaciones sector de alimentos y bebidas 2025 (miles de €)



Distribución geográfica importaciones de alimentos y bebidas 2025



Distribución geográfica importaciones del dulce 2025



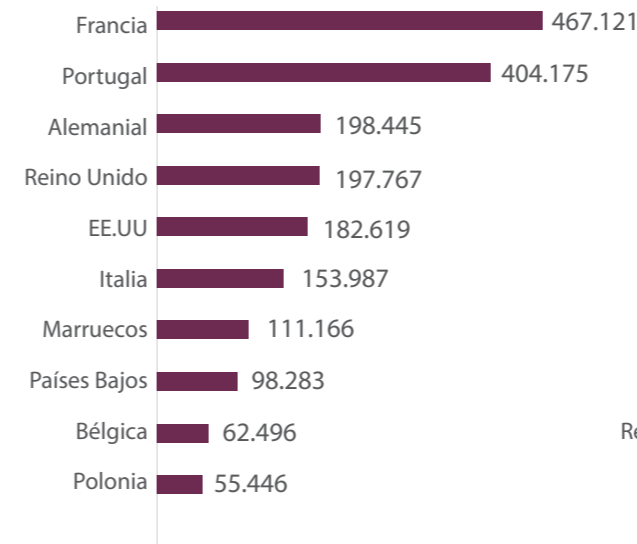
LA OFERTA INTERNACIONAL SIGUE PENETRANDO EN EL MERCADO NACIONAL CON GRAN FIDELIDAD. de nuevo, las importaciones de dulces han incrementado su presencia y lo han hecho a ritmos que representan un proceso acelerado de penetración en el mercado español. Con crecimientos que en términos de valor se cifran en un 18,4%, elevando su nivel hasta superar los 1.825 millones de euros, los volúmenes siguen mostrando un avance significativamente inferior, que desde 2023 amplía los diferenciales valor- volumen a más de 30 p.p. Estas dinámicas muestran una enorme fidelidad por parte del consumidor español a las importaciones consolidadas en el mercado nacional. Así, el proceso de encarecimiento de las importaciones desde 2023 ha sido el triple de intenso que el de nuestras exportaciones, que muestran unos precios medios un 42% inferiores de media. En consecuencia, el impulso de las compras definido más por diferencias de nivel que por intensidades de sus crecimientos justifican el ascenso de las demandas de productos internacionales, jugando adicionalmente a su favor el componente de fidelidad, especialización o simplemente curiosidad, llevando la representatividad de los ingresos por ventas de productos internacionales sobre el consumo aparente de dulces en España a cifras que superan el 25%, cinco puntos adicionales en tan solo dos ejercicios, dado que en 2023 representaban el 20,0%.

SEGURIDAD, CALIDAD Y GUSTOS SIMILARES, TRES RASGOS DETERMINANTES DEL DOMINIO EUROPEO. Marcando diferencias con el perfil diversificador detectado en las exportaciones, los orígenes de las importaciones se mantienen prácticamente inmóviles, otorgando a Europa la máxima concentración, al ser la protagonista del 98,1% de las entradas del dulce, cotas que para el conjunto de la industria alimentaria también se presentan mayoritarias, aunque limitadas al 64,6% en 2025.

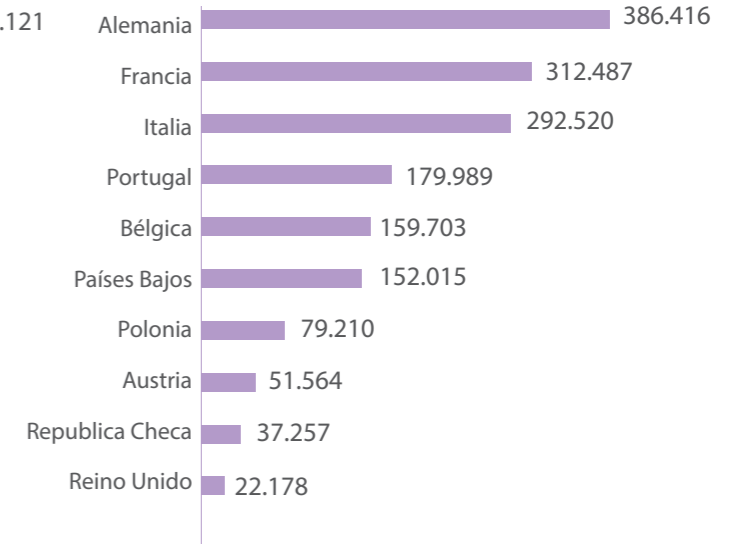
Área geográfica	País	Importaciones (€)	Peso s/Área
África	Marruecos	606	49,9%
América	Colombia	10.351	49,7%
Asia	China	6.356	60,1%
Europa	Alemania	386.416	21,6%
	Francia	312.487	17,4%
	Italia	292.520	16,3%
	Portugal	179.989	10,0%

LA OFERTA PORTUGUESA SE CONSOLIDA, DESPLAZANDO A BÉLGICA COMO QUINTA POTENCIA IMPORTADORA. Europa se mantiene como el principal enclave de las importaciones del dulce, con Alemania manteniendo su liderazgo, con un 21,6%, tras la que se sitúa la procedencia francesa, con cotas del 17,4%. Portugal ha protagonizado en 2025 un sorpasso, desplazando a Bélgica, gracias al fuerte dinamismo registrado en chocolates.

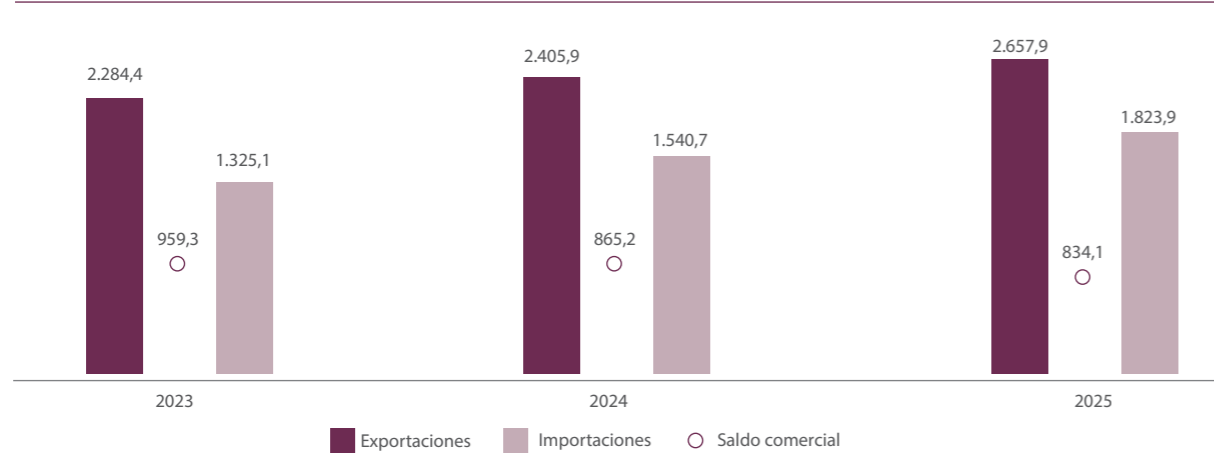
Exportaciones sector del dulce (miles de €)



Importaciones sector del dulce (miles de €)



Comercio exterior sector del dulce (millones de €)



UNA APERTURA BIDIRECCIONAL EN LA INDUSTRIA DEL DULCE. La estrategia de diversificación de productos y mercados sigue cosechando éxitos en la industria del dulce, que cierra el ejercicio de 2025 con una valoración de su facturación externa próxima a los 2.658 millones de euros, un récord con el que medir resultados satisfactorios y alineados con los esfuerzos por mantener sus nichos tradicionales en los mercados internacionales y comenzar a instalarse en otros territorios más remotos pero con un importante potencial de crecimiento. Pero también encontramos una demanda muy abierta a los productos foráneos, en los que el consumidor encuentra diversidad y probabilidad de ajustar sus preferencias de manera más holgada. Así, este mayor comercio bidireccional cierra 2025 con un ajuste a la baja de su saldo comercial, pero que todavía aporta a la economía nacional un balance positivo de 834 millones de euros.

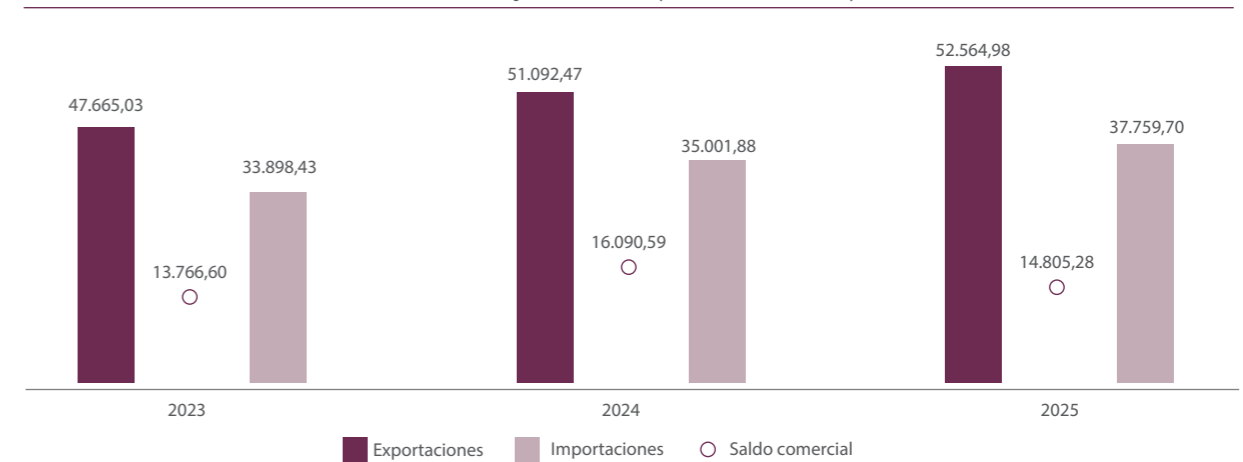
SALDOS CONTENIDOS CON GRANDES PROTAGONISTAS. La diferenciación por gamas de productos permite identificar cuál de ellas se ha visto en mayor medida afectada por niveles de penetración de importaciones. En un marco de consumo relativamente estable, fundamentalmente en términos de volumen, como describen las cifras aportadas por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la adquisición de bienes de origen exterior se traduce en una dimensión más reducida del consumo de productos nacionales y, en términos de saldo comercial, en un avance de las importaciones que podría comprometer los favorables resultados que de manera continuada ha registrado la industria alimentaria española, en general, y, en particular, el segmento del dulce. En este sentido, las cifras de comercio exterior identifican a los chocolates como el segmento que ha soportado un mayor grado de penetración de importaciones, acumulando un nuevo crecimiento de su valor del 25,6%, 3,4 puntos adicionales a la dinámica registrada un año antes, aunque esta responde prácticamente de forma exclusiva a un ascenso de sus precios que invisibiliza una situación de total estabilidad en el volumen de sus entradas, mayoritariamente de origen europeo. Comparten deterioros en su saldo comercial y en su ubicación geográfica el segmento de panadería, y aunque sus dimensiones resultan claramente menos representativas, con cifras que valoran las importaciones en 89,5 millones de euros, frente a los más de 1.034 relativas a chocolates, su ascenso ha invertido el signo de su saldo, convirtiéndose en un factor drenante de la posición acreedora de la industria del dulce española.

40

GALLETAS, UN EJERCICIO DE SANO CRECIMIENTO. En 2024, los resultados de la cartera exterior de galletas sufrieron un estancamiento al que 2025 da carpetazo con un avance contundente y equilibrado de las exportaciones de la categoría, que superan los 700 millones de euros, con un incremento del 14% de su facturación y del 7,7% en su volumen. Prueba del equilibrio con que crece la categoría es que las importaciones crecieron en mucha menor cuantía y mucho más desequilibradas (+8,9% en valor y 0,4% en volumen), favoreciendo el atractivo de la producción nacional. De esta manera, la categoría no solo consolida su tercera posición exportadora, sino que amenaza seriamente la segunda plaza de caramelos y chicles y, además, ha aumentado su saldo comercial en más de un 20% en tan solo un ejercicio, contribuyendo con 314 millones de euros al saldo comercial positivo del sector del dulce. Además, la categoría sigue aportando presencia y consolidación de mercados no europeos como Marruecos y Estados Unidos.

TRAYECTORIA ALINEADA CON LA INDUSTRIA ALIMENTARIA, MAGNITUDES ALEJADAS. La moderación en el ritmo de crecimiento de las exportaciones de la industria alimentaria, junto al aumento de las penetraciones de las importaciones son características que el sector del dulce comparte con el conjunto de la industria alimentaria. Sin embargo, al revisar las magnitudes de estas tendencias observamos cómo en el sector del dulce aparecen mucho más amplificadas. Así, mientras la industria de alimentación ve crecer sus exportaciones un 2,9% mientras las importaciones aumentan un 7,9%, en el sector del dulce estas dinámicas aumentan hasta cifras cercanas al 10% y 18%, respectivamente. Otro punto en común derivado de lo anterior es que en ambos casos la balanza comercial se ve afectada de manera negativa, manteniendo no obstante importantes saldos comerciales positivos en ambos casos y la sensación de que la competitividad de la industria española gana enteros en estos ejercicios de cara a un posicionamiento mucho más fuerte a futuro.

Comercio exterior sector alimentos y bebidas (millones de €)



41



Subsectores de la Industria del Dulce

- Cacao y Chocolate
- Caramelos y Chicles
- Galletas
- Pastelería, Bollería y Panificación
- Turrónes y Mazapanes

Cacao y Chocolate



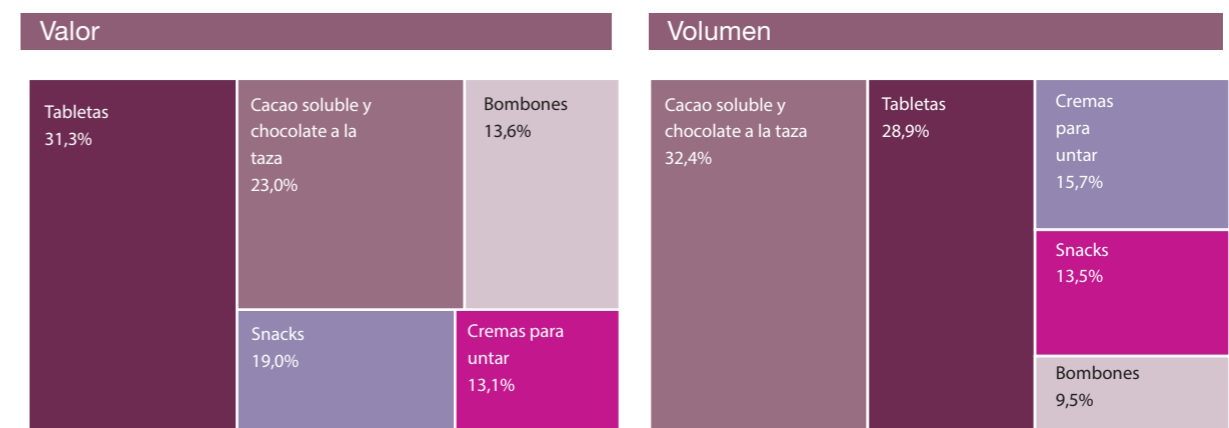
- LA PRODUCCIÓN NACIONAL APROVECHA SU COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL Y AMORTIGUA EL IMPACTO INFLACIONARIO EN EL CONSUMIDOR NACIONAL.** La categoría firma en 2025 uno de los ejercicios más complejos de los últimos años por las tensiones internacionales sobre el cacao, pero la industria española consigue convertir este contexto en una ventaja competitiva. Así, el fuerte crecimiento exterior y la capacidad para capturar valor en mercados internacionales permiten contener notablemente el impacto inflacionario en el mercado nacional, donde la evolución valor-volumen muestra un comportamiento mucho más moderado que el observado en exportaciones e importaciones, con un diferencial de crecimiento valor- volumen de tan solo 5,1 p.p. De este modo, la producción nacional aprovecha el mayor margen competitivo exterior para amortiguar la presión sobre el consumidor español.
- CACAO Y CHOCOLATE SE CONVIERTE EN LA PRIMERA CATEGORÍA EXPORTADORA DEL DULCE.** La categoría arrebató el liderazgo a caramelos y chicles tras registrar un extraordinario crecimiento del 35,7% en exportaciones en valor y del 6,8% en volumen. Todo ello en un contexto internacional marcado por fuertes tensiones de aprovisionamiento y encarecimiento de materias primas, donde la industria española no solo mantiene su competitividad, sino que mejora claramente su posición relativa frente a otros operadores europeos. Además, el mayor dinamismo exportador permite reducir el déficit comercial un 7,7% respecto a 2024, reforzando todavía más la posición estratégica de la categoría dentro del sector.
- PRIMERA TAMBIÉN EN PRODUCCIÓN.** La categoría consolida su posición estratégica liderando de nuevo la participación en valor en la producción nacional del dulce, copando el 26,4% de las ventas totales del sector en 2025, por el 12,6% del volumen total.
- EL MIX DE CONSUMO REFUERZA EL PESO DE LAS CATEGORÍAS MÁS DINÁMICAS Y DE MAYOR VALOR AÑADIDO.** Las tabletas continúan liderando el consumo, aunque pierden algo de peso relativo frente al avance de categorías con mayor dinamismo comercial, como snacks, cremas para untar o cacao soluble y chocolate a la taza. En volumen destaca además la recuperación de bombones, confirmando una progresiva normalización también en esta subcategoría.

Principales magnitudes y progresión (2023-2025)

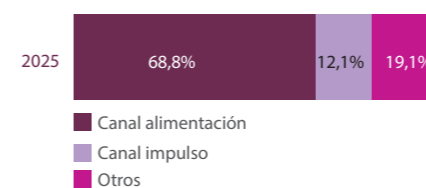
Principales Magnitudes	Millones de €					Toneladas métricas (miles)				
	2023	2024	2025	%24/23	%25/24	2023	2024	2025	%24/23	%25/24
Facturación Total	1.849,8	1.911,8	2.146,3	3,3%	12,3%	218,3	203,7	206,2	-6,7%	1,2%
Mercado Interior (a)	1.284,6	1.282,4	1.288,4	-0,2%	0,5%	112,6	100,3	95,7	-10,9%	-4,6%
Exportaciones	565,3	632,3	857,8	11,9%	35,7%	105,6	103,4	110,5	-2,1%	6,8%
Importaciones (b)	674,3	823,8	1.034,5	22,2%	25,6%	133,0	135,7	135,5	2,0%	-0,1%
Consumo Aparente (a+b)	1.958,9	2.106,2	2.323,0	7,5%	10,3%	245,7	236,0	231,2	-3,9%	-2,0%

Detalle Nacional

Mix Productos 2025

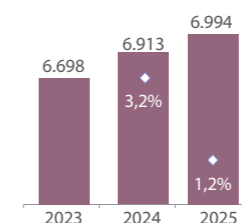


Canales de distribución

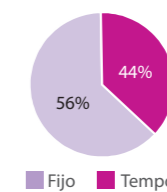


Empleo

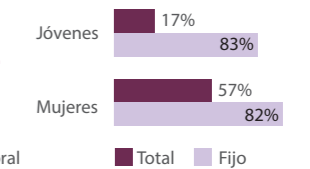
Evolución del empleo (Nivel y tasa de variación)



Empleo fijo y temporal 2025



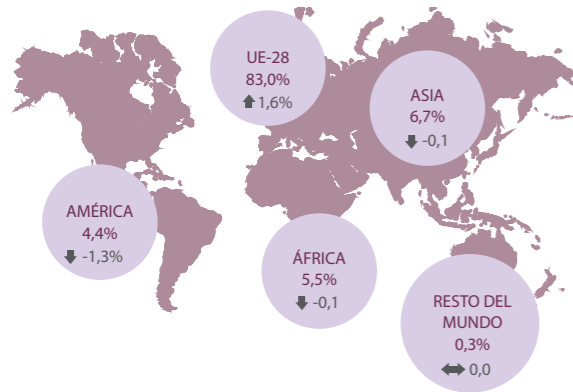
Estabilidad del empleo por género y edad en 2025 (% empleo sobre total)



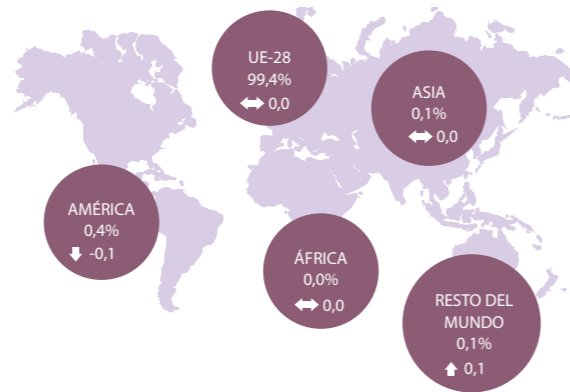
- EL CACAO Y CHOCOLATE CONSOLIDA SU PERFIL COMO INDUSTRIA GENERADORA DE EMPLEO ESTABLE Y CUALIFICADO.** La categoría vuelve a incrementar su empleo directo en 2025 y roza ya los 7.000 trabajadores, lo que la sitúa como la mayor empleadora del sector, manteniendo además elevados niveles de estabilidad laboral pese al complejo contexto internacional vivido durante el ejercicio.
- EL EMPLEO JOVEN MEJORA CLARAMENTE SU ESTABILIDAD Y LA PARTICIPACIÓN FEMENINA SIGUE DESTACANDO.** Aunque la participación del empleo joven se mantiene estable respecto a 2024, el dato más positivo del ejercicio es el fuerte aumento de su contratación indefinida. Más de ocho de cada diez trabajadores jóvenes cuentan ya con contrato fijo. Mientras, las mujeres representan ya más del 57% del empleo total de la categoría, manteniendo además elevados niveles de estabilidad contractual. La categoría continúa así mostrando uno de los perfiles laborales más equilibrados e inclusivos de toda la industria alimentaria.
- EL CANAL IMPULSO VUELVE A GANAR DINAMISMO EN UN CONTEXTO DE NORMALIZACIÓN DEL CONSUMO.** Aunque alimentación continúa siendo claramente el principal canal de venta, el ejercicio 2025 vuelve a reflejar una recuperación progresiva de las ventas ligadas a impulso y conveniencia. Esta evolución beneficia especialmente a categorías como snacks, bombones y formatos vinculados al consumo fuera del hogar.

Detalle Internacional

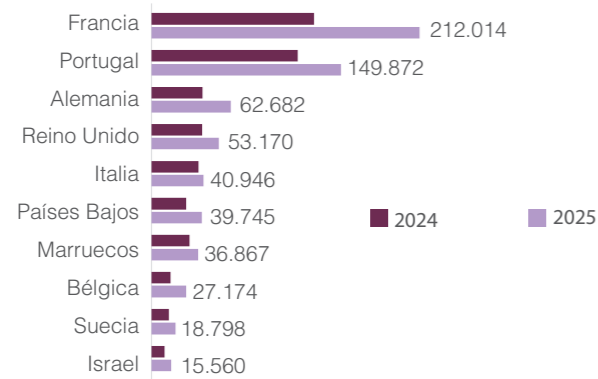
Mapa exportaciones (% sobre mundo)



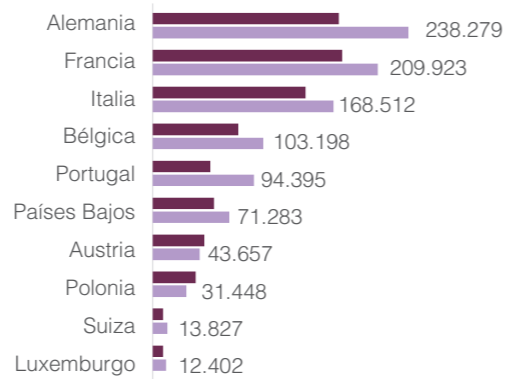
Mapa importaciones (% sobre mundo)



Principales destinos (exportaciones) miles de €

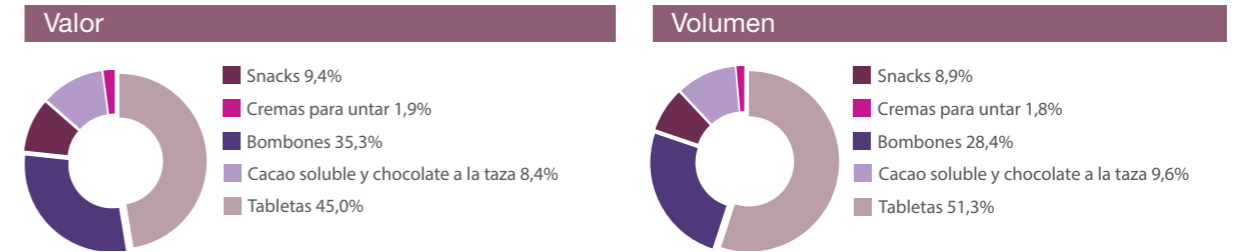


Principales orígenes (importaciones) miles de €



- **CACAO Y CHOCOLATE SE CONVIERTE EN LA GRAN PROTAGONISTA DEL COMERCIO EXTERIOR EN 2025.** La categoría arrebató el liderazgo exportador a caramelos y chicles y se sitúa como primera categoría exportadora del dulce español, tras alcanzar los 858 millones de euros en ventas exteriores. Las exportaciones crecen un 35,7% en valor y un 6,8% en volumen en un contexto internacional extraordinariamente condicionado por las tensiones sobre el cacao y el fuerte encarecimiento de materias primas. La industria española consigue así transformar uno de los ejercicios más complejos para la categoría en una oportunidad para reforzar su competitividad internacional y ganar valor añadido en los mercados exteriores.
- **LAS EXPORTACIONES CRECEN DE FORMA MUCHO MÁS COMPETITIVA QUE LAS IMPORTACIONES.** Aunque las importaciones vuelven a crecer con fuerza y superan los 1.034 millones de euros, lo hacen con volúmenes prácticamente estancados (-0,15%), evidenciando un comportamiento mucho más tensionado. Frente a ello, las exportaciones españolas muestran una evolución significativamente más equilibrada entre valor y volumen, mejorando además los diferenciales respecto a 2024. Esta evolución permite reducir el déficit comercial un 7,7% y confirma una mejora competitiva de la producción nacional incluso en el momento de mayor tensión internacional sobre el cacao de los últimos años.
- **FRANCIA DISPARA SU DEMANDA Y PORTUGAL SE CONSOLIDA COMO EL MERCADO MÁS EQUILIBRADO Y ESTRATÉGICO.** Francia afianza su liderazgo como principal destino exterior del cacao y chocolate español y prácticamente duplica sus compras desde 2023, aunque mostrando un fuerte desequilibrio entre valor y volumen asociado al encarecimiento internacional del cacao. Frente a ello, Portugal se consolida como el mercado más sólido y equilibrado de la categoría, combinando fuertes avances con mayor equilibrio valor- volumen y reforzando su carácter estratégico para la industria española. Alemania y Países Bajos muestran igualmente una evolución especialmente positiva y equilibrada, consolidándose como mercados prioritarios para el crecimiento exterior de la categoría.
- **LAS IMPORTACIONES REFUERZAN EL PESO DE EUROPA, AUNQUE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA MEJORA SU POSICIÓN RELATIVA.** Alemania mantiene su liderazgo como principal proveedor exterior de cacao y chocolate para España y lo hace además mostrando uno de los comportamientos más equilibrados del ejercicio tanto en valor como en volumen. Italia y Países Bajos refuerzan igualmente su posición competitiva, mientras Francia vuelve a registrar un crecimiento muy tensionado por precio. El movimiento más destacado corresponde nuevamente a Portugal, que prácticamente triplica sus ventas hacia España desde 2023 y se consolida como uno de los socios estratégicos más relevantes para la categoría tanto en exportación como en importación, a pesar de que en esta última lo hace con gran desequilibrio valor- volumen, posiblemente capturando las oportunidades que el mercado español le ha ofrecido.

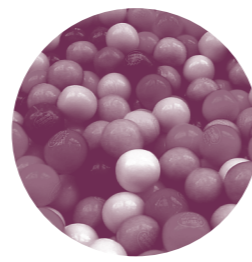
Mix Productos 2025



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
- CHOCOLATES SIMÓN COLL, S.A.
- CHOCOLATES TORRAS, S.A.
- CHOCOLATES TRAPA (Europraliné, S.L.)
- CHOCOLATES VALOR, S.A.
- DELAVIUDA ALIMENTACIÓN, S.A.U.
- DOLCI PREZIOSI IBÉRICA, S.L.U.
- EUROCHOC, S.L.
- FERRERO IBÉRICA, S.A.
- GÓMEZ LIÑÁN HNOS. S.L.
- IDILIA FOODS, S.L.U.
- LA MORELLA NUTS, S.A.U.
- LINDT & SPRÜNGLI (ESPAÑA), S.A.
- LUDOMAR CHOCOLATE PASSION, S.L.
- MARS IBERIA
- MONDELEZ ESPAÑA
- NATRA OÑATI, S.A.
- NESTLÉ ESPAÑA, S.A.
- PROMERCA, S.A.
- TIRMA, S.A.
- UNITED CONFECTIONARY, S.L. – UNICONF

Caramelos y Chicles



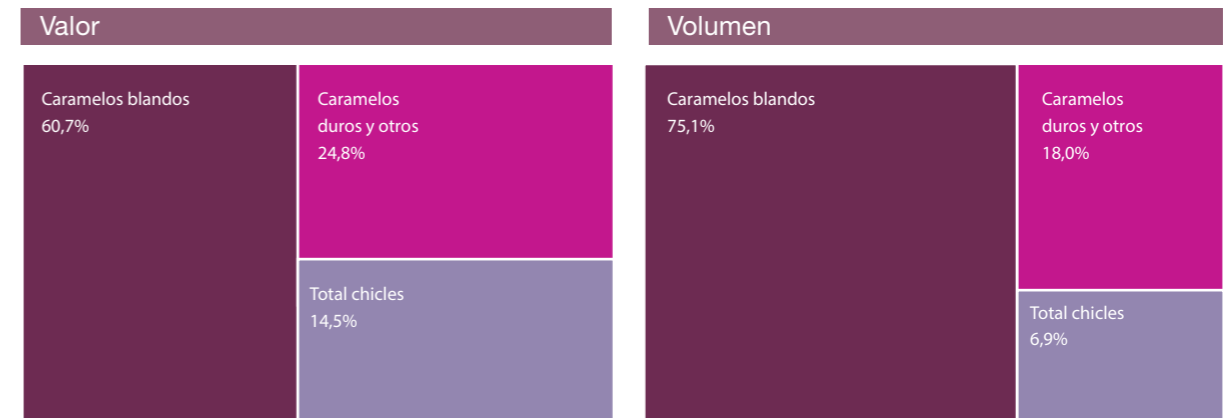
- **EL MERCADO NACIONAL GUÍA A LA CATEGORÍA HACIA EL EQUILIBRIO Y AMORTIGUA LA CAÍDA DE LAS EXPORTACIONES.** La categoría alcanza en 2025 una facturación total de 1.448 millones de euros, representando cerca del 22% de la facturación sectorial y más del 27% de las exportaciones totales del sector. Aunque la cifra global retrocede ligeramente respecto a 2024 por la caída exterior, el comportamiento del mercado nacional resulta especialmente positivo. Las ventas interiores crecen un 5,9% en valor y un 4,1% en volumen, mientras el consumo aparente aumenta un 5,7% en valor y un 4,7% en volumen. La categoría continúa reduciendo así los diferenciales valor-volumen observados en ejercicios anteriores y sustenta su evolución vinculándola de forma clara al crecimiento real de la demanda.
- **POSICIÓN EXPORTADORA PRIVILEGIADA Y BASES MUY COMPETITIVAS.** La categoría pierde este año el liderazgo exportador del dulce, con 723 millones de euros exportados, aunque continúa comandando el impacto sobre la balanza comercial del dulce, aportando a ésta cerca de 593 millones de euros. La caída de las exportaciones (-8,5% en valor y -3,8% en volumen) responde principalmente al fuerte ajuste sufrido en sus dos principales mercados, Estados Unidos y Francia. No obstante, un balance agregado de la categoría confirma su elevada capacidad competitiva. Así, si miramos el cociente €/Kg exportado, vemos que disminuye un 4,9% en 2025, frente a una caída mucho más moderada del 2,9% en importaciones. Además, el €/kg de las importaciones continúa siendo un 78% superior al de las exportaciones, uno de los diferenciales más favorables de todo el sector y una muestra clara del fuerte posicionamiento competitivo de la producción nacional.
- **CARAMELOS BLANDOS REFUERZAN SU LIDERAZGO Y EL MIX DE CONSUMO CONSOLIDA EL PERFIL DE IMPULSO DE LA CATEGORÍA.** Los caramelos blandos continúan siendo el gran motor de la categoría y concentran más del 60% del valor y cerca del 75% del volumen consumido. Los caramelos duros pierden algo de participación respecto al ejercicio anterior, tanto en valor como en volumen, aunque continúan representando cerca de una cuarta parte de la facturación del semento. Por último, los chicles muestran una evolución más estable, tras varios años de fuerte ajuste estructural, consolidando su participación dentro del mix de consumo y mostrando señales de estabilización en volumen.

Principales magnitudes y progresión (2023-2025)

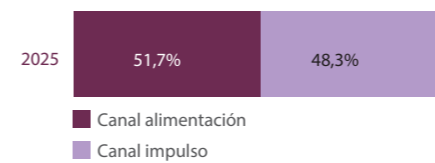
Principales Magnitudes	Millones de €					Toneladas métricas (miles)				
	2023	2024	2025	%24/23	%25/24	2023	2024	2025	%24/23	%25/24
Facturación Total	1.393,8	1.474,6	1.447,9	5,8%	-1,8%	301,4	310,7	306,7	3,1%	-1,3%
Mercado Interior (a)	618,8	684,3	724,9	10,6%	5,9%	90,0	97,2	101,2	7,9%	4,1%
Exportaciones	775,0	790,3	723,0	2,0%	-8,5%	211,3	213,6	205,5	1,1%	-3,8%
Importaciones (b)	113,8	124,6	130,2	9,5%	4,5%	19,2	19,3	20,8	0,5%	7,7%
Consumo Aparente (a+b)	732,6	808,9	855,1	10,4%	5,7%	109,2	116,5	121,9	6,6%	4,7%

Detalle Nacional

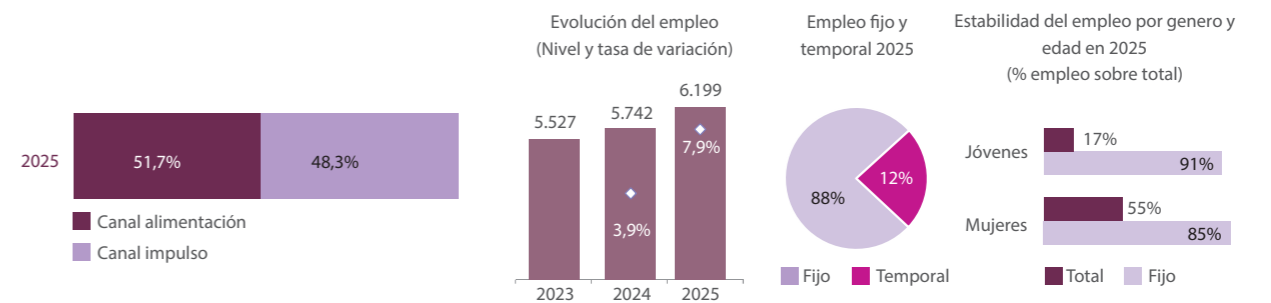
Mix Productos 2025



Canales de distribución



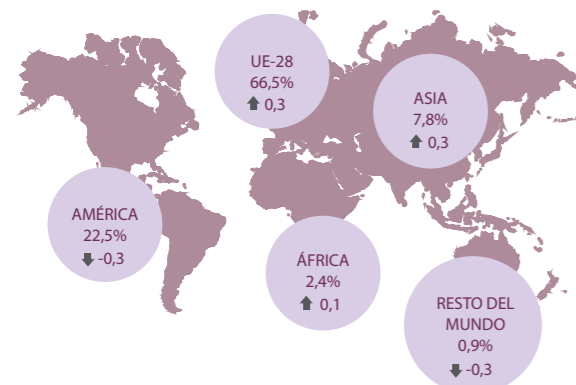
Empleo



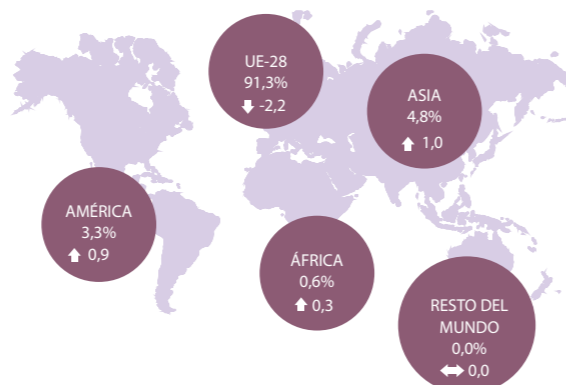
- **LÍDER EN CRECIMIENTO DEL EMPLEO.** La categoría alcanza los 6.199 empleos directos en 2025, creciendo un 7,9% respecto al ejercicio anterior y consolidándose como la segunda mayor empleadora del sector. Este avance resulta especialmente relevante en un ejercicio marcado por el ajuste exportador, y refuerza la solidez y convicción de la categoría respecto a su competitividad.
- **GRAN ESTABILIDAD Y PARTICIPACIÓN FEMENINA, CON AVANCES EN RELEVO GENERACIONAL.** El 88,2% del empleo total es fijo, situándose claramente por encima de la media sectorial. Además, la estabilidad también alcanza niveles especialmente elevados entre jóvenes y mujeres: más del 91% de los trabajadores jóvenes y cerca del 85% de las mujeres cuentan con contrato indefinido. La participación femenina es mayoritaria en la categoría (54,8% del total) y el relevo generacional toma fuerza respecto a 2024, pasando de un 14% al 17% del total en este ejercicio.
- **EL CANAL IMPULSO RETROCEDE, PERO CONTINÚA SIENDO VITAL PARA LA CATEGORÍA.** A pesar del ligero retroceso en el reparto de ventas del canal impulso, caramelos y chicles mantiene uno de los repartos más equilibrados del sector, con un peso del canal impulso cercano al 50% del consumo total y participando del incremento de ventas y consumo que ha caracterizado el 2025 para esta categoría.

Detalle Internacional

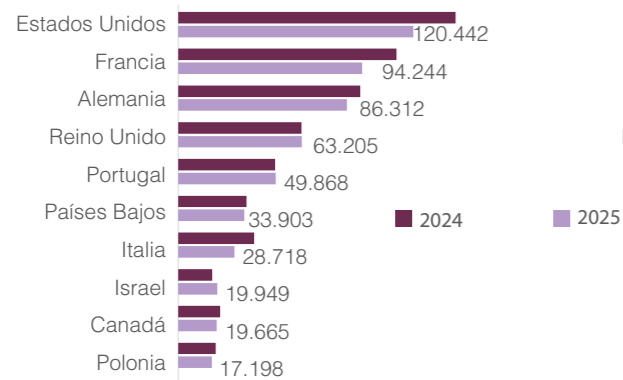
Mapa exportaciones (% sobre mundo)



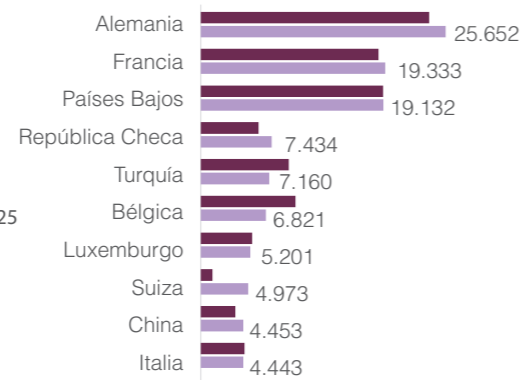
Mapa importaciones (% sobre mundo)



Principales destinos
(Exportaciones) miles de €



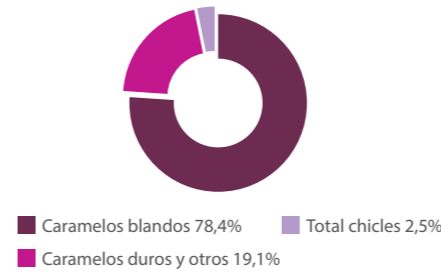
Principales orígenes
(Importaciones) miles de €



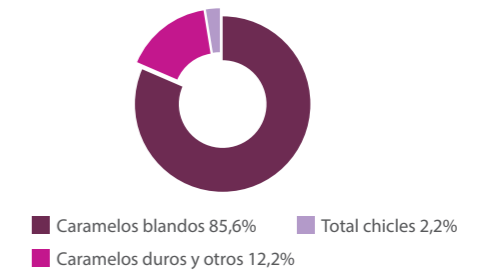
- **CARAMELOS Y CHICLES MANTIENE UNA DE LAS POSICIONES EXTERIORES MÁS SÓLIDAS DEL DULCE ESPAÑOL.** La categoría pierde en 2025 el liderazgo exportador tras años encabezando el comercio exterior del dulce, aunque mantiene todavía una posición extraordinariamente robusta, con más de 723 millones de euros exportados y una balanza comercial positiva de 593 millones. A pesar de esta corrección, la categoría muestra fuertes bases para continuar siendo competitiva internacionalmente a futuro.
- **LA PRODUCCIÓN ESPAÑOLA REFUERZA SU COMPETITIVIDAD.** La evolución del cociente €/kg refleja claramente la capacidad competitiva de la categoría. El cociente medio exportado en 2025 cae un 4,9%, permitiendo sostener volúmenes en un entorno especialmente complejo. Además, el diferencial respecto a importaciones continúa siendo extraordinariamente favorable: el €/kg importado sigue siendo un 78% superior al exportado, uno de los mayores diferenciales de todo el sector y que muestra el holgado margen con que cuenta la industria española para recuperar posiciones a nivel internacional.
- **ESTADOS UNIDOS Y FRANCIA EXPLICAN EL GRUESO DEL AJUSTE EXPORTADOR.** Estados Unidos, principal destino exterior de la categoría, registra una caída del 17,2% en valor y del 7,8% en volumen, muy condicionado por el triple efecto inflación, aranceles y devaluación del dólar. Francia, segundo mercado exterior, también muestra un retroceso significativo a pesar del relativo abaratamiento de las exportaciones hacia el país galo en 2025 y del diferencial €/Kg con nuestras importaciones desde Francia, que son, de media, un 43% más caras que nuestras exportaciones. Entre ambos mercados explican gran parte de la caída global de la categoría. Frente a ello, Portugal mantiene una evolución positiva y equilibrada desde 2023, mientras Reino Unido confirma una recuperación progresiva tanto en valor como en volumen.
- **LAS IMPORTACIONES CRECEN CON MAYOR EQUILIBRIO Y REFUERZAN LA PRESIÓN COMPETITIVA EUROPEA.** Las importaciones aumentan un 4,5% en valor y un 7,7% en volumen, mostrando un comportamiento más equilibrado que en ejercicios anteriores. Alemania y Francia lideran las ventas hacia España, mientras República Checa destaca como uno de los proveedores con mejor equilibrio valor-volumen del ejercicio y mayor proyección a futuro. Aun así, el fuerte superávit comercial confirma que caramelos y chicles continúa siendo una de las categorías más competitivas e internacionalizadas del dulce español.

Mix Productos 2025

Valor



Volumen



- **LOS CARAMELOS BLANDOS LIDERAN AÚN MÁS FUERTE, LOS CHICLES GANAN CUOTA.** Las exportaciones siguen estando comandadas por los caramelos blandos, que con su participación y un menor diferencial valor- volumen guían el crecimiento exterior, caracterizado por un mayor crecimiento en valor y un retroceso en volúmenes que genera un mayor valor añadido en cada exportación de esta subcategoría. Los chicles, por su parte, aunque aún participan de manera muy ligera de estas exportaciones, crecen significativamente en términos relativos respecto a 2022 y suponen un 3,2% del valor exportado por la categoría en 2023.

Empresas miembro del Comité Sectorial de Caramelos y Chicles

- BURMAR SWEETS, S.L.
- CAFOSA GUM, S.A.U.
- CARAMELOS CERDÁN, S.L.
- CHICKLES GUM
- CHOCOLATES LACASA
- CHUPA CHUPS, S.A.U.
- DAMEL GROUP, S.L.
- DOLCI PREZIOSI IBÉRICA, S.L.U.
- DULCES EL AVIÓN, S.A.
- EL CASERÍO, S.A.
- FIESTA COLOMBINA S.L.U.
- FINI GOLOSINAS ESPAÑA, S.L.U.
- FLEER ESPAÑOLA S.L.
- GUATEMALAN CANDIES, S.A. – GUANDY
- HARIBO ESPAÑA, S.A.U.
- MARS IBERIA
- MARSHMALLOWS INTERNATIONAL S.L.U.
- MONDELEZ ESPAÑA
- STORCK IBÉRICA, S.L.U.
- TASTY AND UNIQUE S.L.
- TROLLI IBÉRICA, S.A.
- UNITED CONFECTIONARY, S.L. – UNICONF
- VDA. PIFARRÉ y Cía. S.L.
- VIDAL GOLOSINAS, S.A.

Galletas



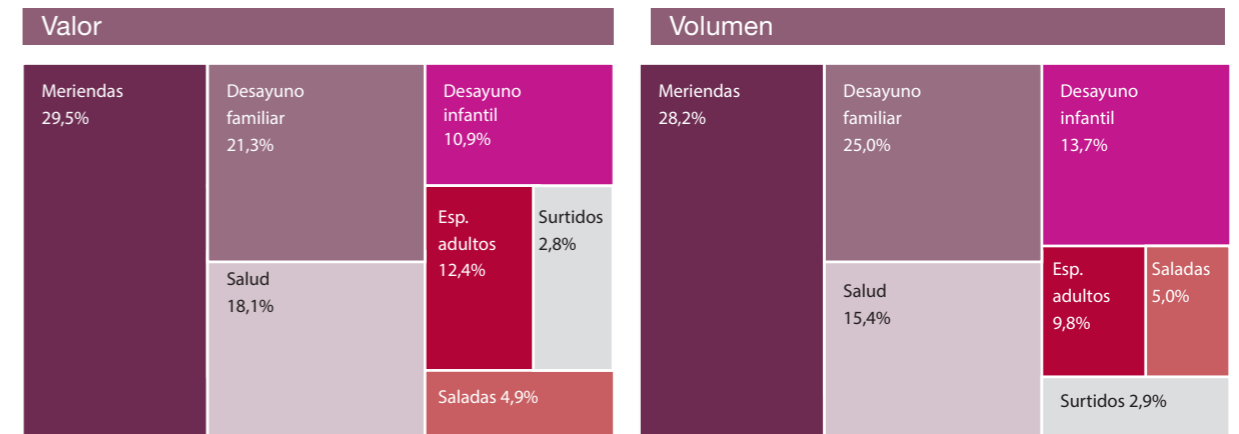
- **LAS EXPORTACIONES IMPULSAN UN EJERCICIO DE CRECIMIENTO MUY EQUILIBRADO.** La categoría alcanza en 2025 una facturación total de 1.768 millones de euros, con un crecimiento del 4,7% respecto a 2024, rompiendo con el estancamiento mostrado el ejercicio anterior. Este avance se apoya especialmente en el extraordinario comportamiento exterior, aunque la categoría mantiene una posición muy relevante dentro de la producción nacional del sector, representando el 21,8% de la facturación sectorial y afianzándose en primer lugar en términos de volumen, con casi el 30% de la producción total sectorial.
- **EL CRECIMIENTO EXPORTADOR COMPENSA LA MODERACIÓN DEL MERCADO NACIONAL Y MEJORA EL SALDO COMERCIAL.** Las exportaciones crecen un 14,5% en valor y un 7,8% en volumen, rompiendo claramente la atonía de 2024, cuando apenas avanzaron un 0,5% en valor y retrocedieron ligeramente en toneladas. Así, la categoría de galletas supone el 26,6% del valor de exportaciones del sector y el 36% de sus volúmenes, afianzándose en tercera posición exportadora, muy cercana a la segunda: caramelos y chicles. Frente a ello, el mercado nacional cae un 1% en valor y un 4,6% en volumen, lo que explica la moderación del consumo aparente, que crece un 1,4% en valor pero retrocede un 3,3% en toneladas. Aun así, el fuerte dinamismo exterior permite elevar la balanza comercial hasta los 319 millones de euros, con una mejora del 21% respecto a 2024.
- **LAS MERIENDAS MANTIENEN EL LIDERAZGO EN CONSUMO, MIENTRAS EL DESAYUNO Y LAS ESPECIALIDADES DE ADULTOS GANAN PARTICIPACIÓN.** Meriendas continúa siendo la principal subcategoría en valor, con el 29,5% del total, aunque pierde una décima respecto a 2024. Desayuno familiar y desayuno infantil ganan peso de forma sostenida y alcanzan ya el 21,3% y el 10,9% del valor, respectivamente, reforzando la posición de las galletas en momentos de consumo cotidiano en familia. La participación del segmento salud se mantiene estable, con ligera reducción en volúmenes, mientras las especialidades para adultos ganan participación en valor y los surtidos y saladas mantienen participaciones más reducidas y estables.

Principales magnitudes y progresión (2023-2025)

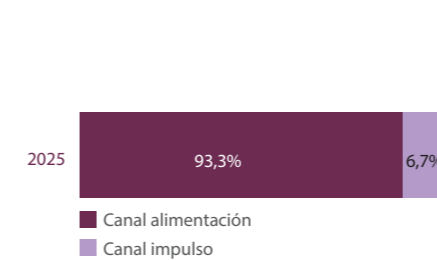
Principales Magnitudes	Millones de €					Toneladas métricas (miles)				
	2023	2024	2025	%24/23	%25/24	2023	2024	2025	%24/23	%25/24
Facturación Total	1.701,7	1.688,1	1.762,4	-0,8%	4,4%	479,8	480,7	486,4	0,2%	1,2%
Mercado Interior (a)	1.087,0	1.070,7	1.059,5	-1,5%	-1,0%	254,5	255,6	243,8	0,4%	-4,6%
Exportaciones	614,6	617,3	702,9	0,4%	13,9%	225,3	225,1	242,5	-0,1%	7,7%
Importaciones (b)	323,7	357,4	389,1	10,4%	8,9%	94,1	93,3	93,7	-0,9%	0,4%
Consumo Aparente (a+b)	1.410,7	1.428,1	1.448,7	1,2%	1,4%	348,6	348,9	337,5	0,1%	-3,3%

Detalle Nacional

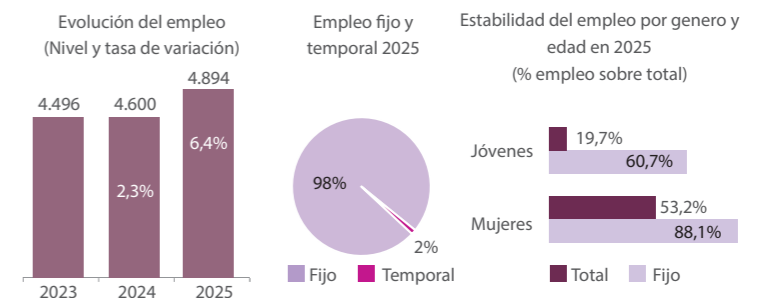
Mix Productos 2025



Canales de distribución



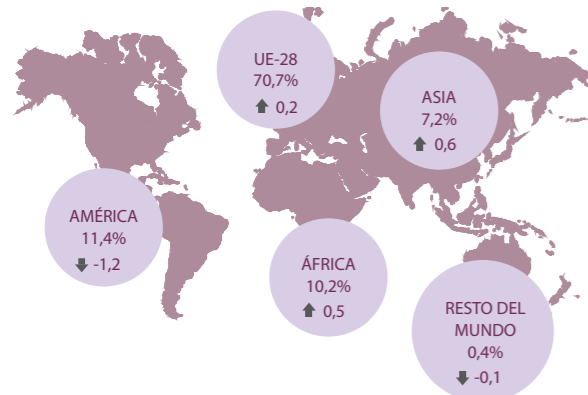
Empleo



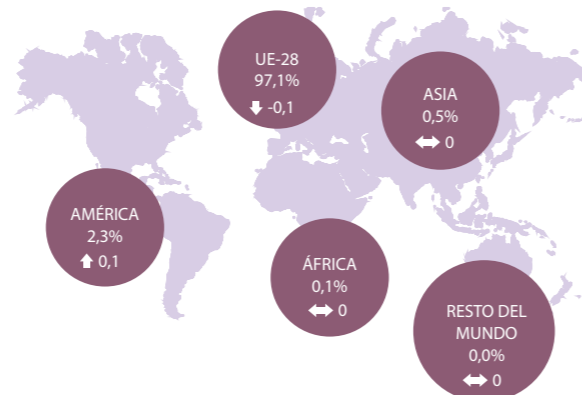
- **GALLETAS CONSOLIDA SU MODELO DE EMPLEO MÁS ESTABLE DEL SECTOR.** La categoría alcanza en 2025 los 4.894 empleos directos, con un crecimiento del 6,4% respecto a 2024, muy por encima del avance medio del sector. Este crecimiento, además, sigue acompañado de una gran estabilidad laboral extraordinaria del 98%, el porcentaje más alto de todo el sector.
- **SE CONSOLIDA LA MAYORÍA DE EMPLEO FEMENINO Y AVANZA LA PARTICIPACIÓN DE LOS JÓVENES.** Las mujeres representan el 53,2% del empleo de la categoría, con un 88,1% de contratos fijos. Por su parte, los jóvenes representan el 19,7% del empleo total, 2,2 p.p. más que en 2024, lo que lo sitúa muy cerca de la media del conjunto del sector.
- **LIGERO AVANCE DEL CANAL IMPULSO EN UNA CATEGORÍA MUY DIRIGIDA AL CANAL DE ALIMENTACIÓN.** El canal alimentación concentra el 93,3% de las ventas de la categoría, 0,2 p.p. menos que en 2024. La categoría confirma su identidad ligada al consumo en familia en el hogar, aunque la facturación del canal impulso aumenta sus ventas tanto por mayor participación como por el crecimiento general de la categoría en 2025, premiando así los desarrollos de productos de conveniencia que han aparecido en los últimos años.

Detalle Internacional

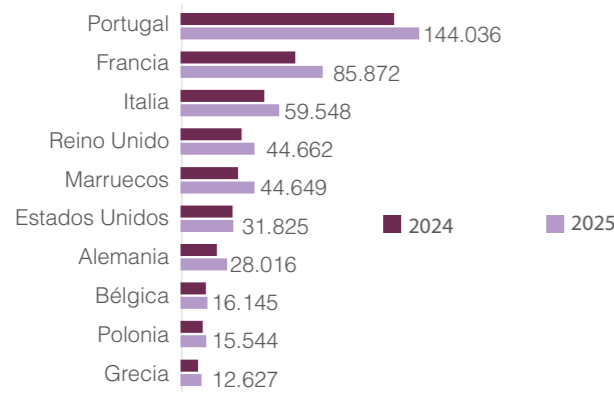
Mapa Exportaciones (% sobre mundo)



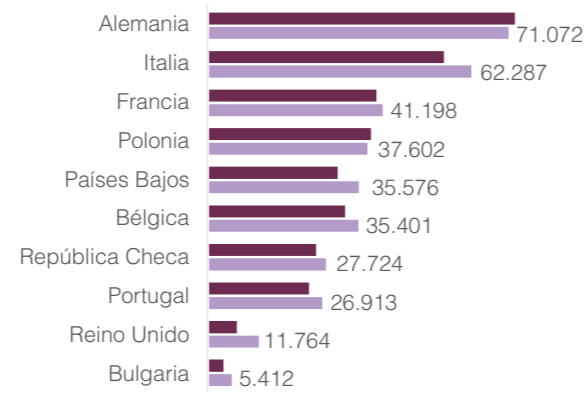
Mapa Importaciones (% sobre mundo)



Principales destinos (exportaciones) miles de €



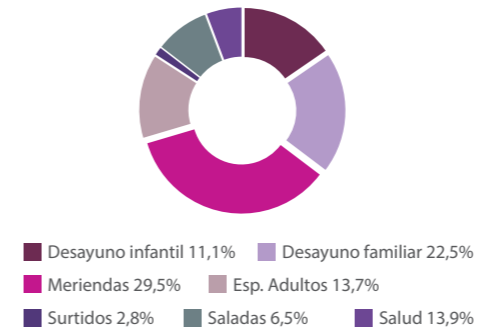
Principales orígenes (importaciones) miles de €



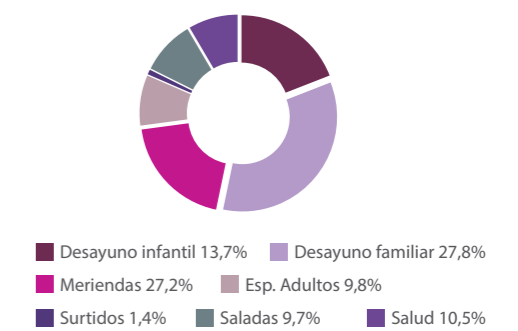
- **GALLETAS FIRMA EL CRECIMIENTO EXPORTADOR MÁS EQUILIBRADO Y COMPETITIVO DEL DULCE EN 2025.** Las exportaciones alcanzan los 708 millones de euros y crecen un 14,5% en valor y un 7,8% en volumen, superando con claridad la evolución prácticamente plana de 2024 y amenazando la segunda posición exportadora de caramelos y chicles. La categoría combina así crecimiento fuerte y equilibrio valor-volumen, lo que la convierte en una de las grandes noticias del ejercicio y refuerza su competitividad internacional.
- **COMPETITIVIDAD AMPLIFICADA FRENTE A IMPORTACIONES Y BALANZA RÉCORD.** Las importaciones crecen en 2025 hasta los 389 millones de euros, pero lo hacen a un ritmo inferior y con mucho menos equilibrio (+8,9% en valor y apenas +0,4% en volumen). Esta diferencia permite ampliar el saldo comercial positivo de la categoría por encima de los 319 millones de euros, un 21% más que en 2024. Además, el cociente €/kg confirma esta ventaja competitiva, situándose el cociente medio de las exportaciones en 2,90 €/kg, frente a los 4,15 €/kg de las importaciones, un 43% superior. Además, desde 2023 el €/kg exportado apenas aumenta un 6,3%, mientras el importado lo hace un 20,8%.
- **PORTUGAL MANTIENE EL LIDERAZGO Y FRANCIA, ITALIA, REINO UNIDO Y MARRUECOS IMPULSAN EL CRECIMIENTO.** Portugal continúa siendo el primer destino, con 144 millones de euros, aunque crece por debajo del conjunto de la categoría (+11,7%). El mayor dinamismo procede de Francia, que avanza un 23,9% en valor y un 18,8% en volumen; Italia, con un crecimiento del 17,7%; Reino Unido, que sube un 20,9%; y Marruecos, que vuelve a destacar con un avance del 28,3% en valor y del 21,5% en toneladas. Esta evolución confirma la competitividad, capacidad de adaptación y diversificación de mercados de la categoría.
- **LAS IMPORTACIONES CRECEN, PERO SU MAYOR ENCARECIMIENTO Y DESEQUILIBRIO REFUERZAN LA VENTAJA DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL.** Alemania sigue siendo el primer origen de importación, aunque pierde tracción tanto en valor como en volumen. Italia refuerza su segunda posición y Francia mantiene la tercera, con un avance más tímido. Mientras, Polonia destaca por una corrección muy competitiva en toneladas, creciendo un 21,7% en volumen pese a caer en valor (-2,1%). Países Bajos y Bélgica ganan peso en valor, pero con comportamientos más tensionados. En conjunto, las importaciones siguen creciendo, pero lo hacen con un €/kg mucho más elevado y con menor dinamismo en volumen, lo que confirma que la categoría española mantiene una posición exterior muy sólida y con perspectivas positivas.

Mix Productos 2025

Valor



Volumen



Empresas miembro del Comité Sectorial de Galletas

- ADAM FOODS, S.L.U.
- ARLUY, S.L.U.
- BORRAS, S.L. de Productos Alimenticios
- CASA SANTIVERI, S.L.
- CEREAUTO
- DULCA, S.L.
- GALLETAS CORAL, S.A.
- GALLETAS GULLÓN, S.A.
- IDILIA FOODS, S.L.U.
- INACO (Industria Navarra de Confeitería S.L.)
- INDI CAPITAL TEAM, S.L.U.
- LA FLOR BURGALESA, S.L.
- MEDITERRANEAN FOODS, S.L. (Rifacil)
- MONDELEZ ESPAÑA
- TASTY AND UNIQUE S.L.
- UNITED CONFECTIONARY, S.L. – UNICONF

Pastelería, Bollería y Panificación

Pastelería y Bollería



- **BOLLERÍA Y PASTELERÍA CONSOLIDA SU CRECIMIENTO EQUILIBRADO.** La categoría alcanza en 2025 una facturación de 1.390 millones de euros, con un crecimiento del 2,6% respecto a 2024, prolongando la senda positiva iniciada tras la recuperación postpandemia. El avance se produce además acompañado por un crecimiento del 2,6% en volumen, hasta rozar las 250.000 toneladas, confirmando una evolución especialmente equilibrada entre valor y demanda real. De esta manera, bollería y pastelería representa cerca del 17% de la facturación del sector y más del 15% del volumen de producción.
- **EL MERCADO NACIONAL MANTIENE SU FORTALEZA Y SIGUE SIENDO EL PRINCIPAL MOTOR DE LA CATEGORÍA.** Las ventas en el mercado interior alcanzan los 1.176 millones de euros y crecen un 1,9% en valor y un 2% en volumen. Por su parte, el consumo aparente supera ya los 1.357 millones de euros y las 220.000 toneladas, creciendo un 3,6% en valor y un 3,5% en volumen. Estos datos reflejan una categoría que continúa ampliando su base de consumo y que mantiene una evolución especialmente saludable al apoyarse simultáneamente en valor y volumen para crecer.
- **LAS EXPORTACIONES VUELVEN A COTAS MÁS MODERADAS, FRENTE A UNAS IMPORTACIONES QUE CRECEN A DOBLE DÍGITO.** Tras un 2024 de enorme crecimiento, las exportaciones en 2025 moderan su avance, si bien éste es muy equilibrado (+5,3% en valor y +3,9% en volumen). Por el contrario, las importaciones aceleran su penetración, aunque con un diferencial valor- volumen más acusado (+16,1% en valor y +9,6% en volumen).
- **LAS ROSQUILLAS GANAN PROTAGONISMO Y RECONFIGURAN EL MIX DE CONSUMO DE LA CATEGORÍA.** Aunque la pastelería y bollería sin relleno continúa liderando ampliamente la categoría, con el 72,9% del consumo en valor y el 69,7% en volumen, 2025 viene marcado por el fuerte avance de las rosquillas, que ganan más de cinco puntos de participación tanto en valor como en volumen respecto a 2024, hasta alcanzar el 22,3% y el 17,9%, respectivamente. Por el contrario, la bollería sin relleno cede parte de su peso relativo, mientras magdalenas refuerzan ligeramente su posición y cruasanes y productos con relleno reducen su participación.

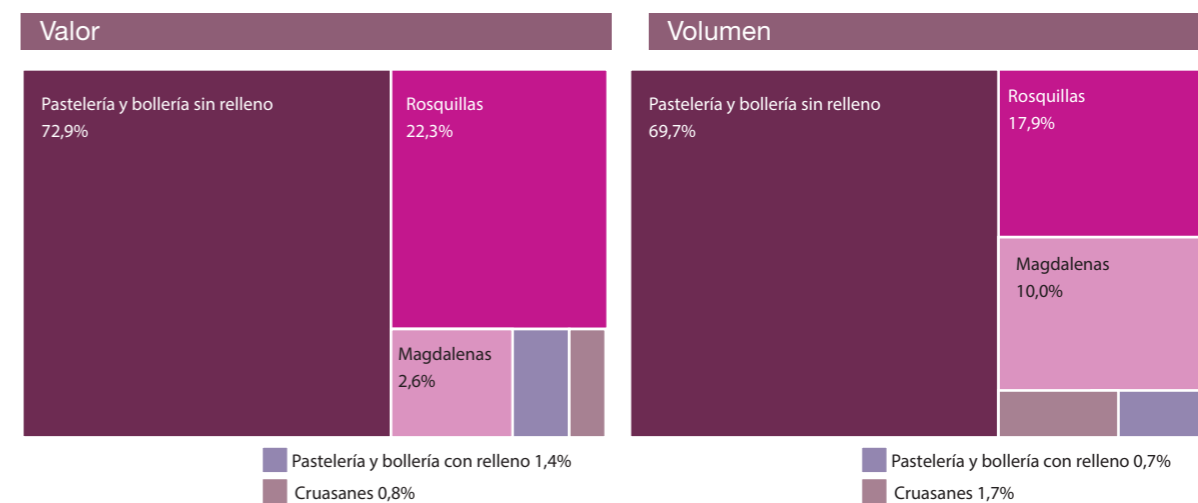
Principales magnitudes y progresión (2023-2025)

Principales Magnitudes	Millones de €					Toneladas métricas (miles)				
	2023	2024	2025	%24/23	%25/24	2023	2024	2025	%24/23	%25/24
Facturación Total	1.320,9	1.355,1	1.390,4	2,6%	2,6%	229,3	243,4	249,7	6,1%	2,6%
Mercado Interior (a)	1.145,6	1.153,4	1.175,7	0,7%	1,9%	170,0	171,9	175,4	1,1%	2,0%
Exportaciones	175,8	204,0	214,7	16,0%	5,3%	59,4	71,5	74,3	20,4%	3,9%
Importaciones (b)	140,4	156,5	181,7	11,4%	16,1%	35,0	40,7	44,6	16,3%	9,6%
Consumo Aparente (a+b)	1.286,0	1.309,8	1.357,4	1,9%	3,6%	205,0	212,6	220,0	3,7%	3,5%

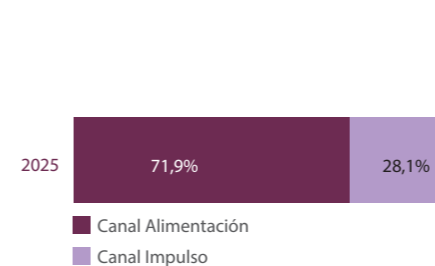
56

Detalle Nacional

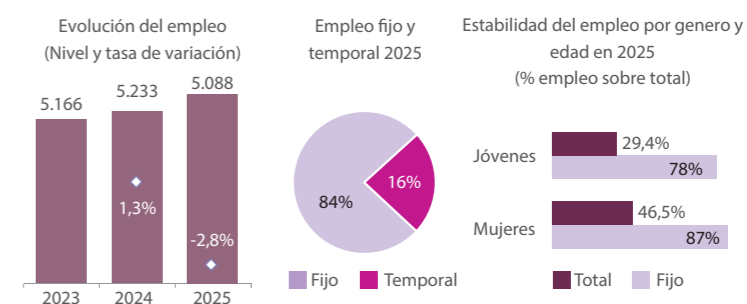
Mix Productos 2025



Canales de distribución



Empleo

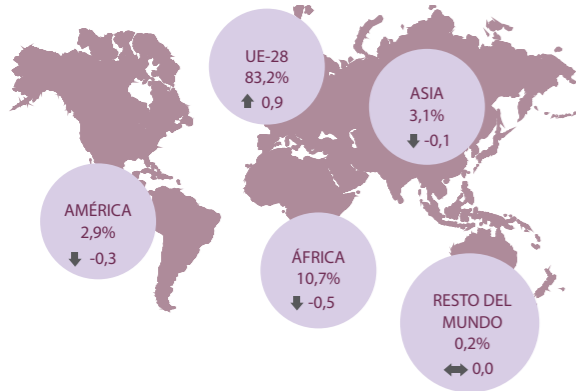


- **LA ESTABILIDAD SIGUE MARCANDO LA PAUTA EN EL EMPLEO.** La categoría mantiene una de las estructuras laborales más sólidas del sector, apoyada en una elevada estabilidad contractual, a pesar del retroceso (-2,8%) experimentado por el empleo en el ejercicio 2025.
- **ALTA PARTICIPACIÓN FEMENINA Y AVANCE DEL EMPLEO JOVEN.** Bollería y pastelería mantiene una presencia femenina destacada dentro del conjunto del dulce (46,5%), tanto en términos de participación como de estabilidad laboral. Además, el ejercicio 2025 trae un avance sustancial en materia de empleo joven, cuya representatividad crece en 8,4 p.p. y lidera con claridad la empleabilidad de este segmento de población en la industria del dulce.
- **EL CANAL ALIMENTACIÓN CONSOLIDA SU LIDERAZGO.** El consumo de bollería y pastelería sigue concentrándose mayoritariamente en el canal alimentación, aunque el canal impulso mantiene un papel relevante. En 2025, el canal alimentación avanza 1,6 p.p. como consecuencia del crecimiento parejo de valor y volúmenes en la categoría.

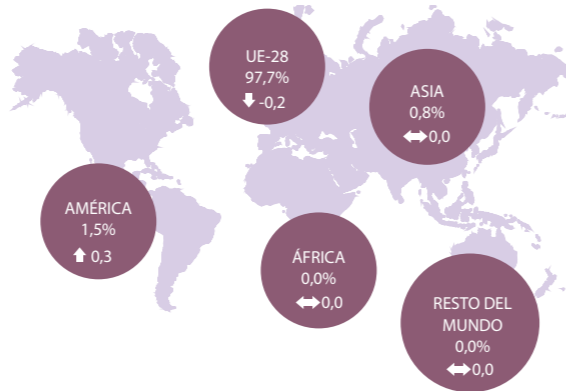
57

Detalle Internacional

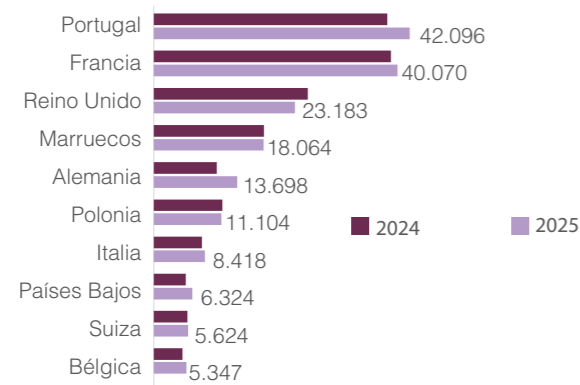
Mapa exportaciones (% sobre mundo)



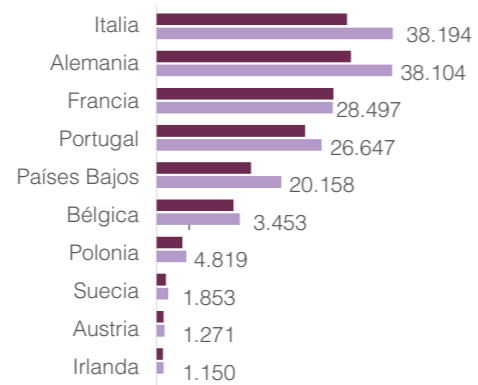
Mapa importaciones (% sobre mundo)



Principales destinos (exportaciones) miles de €



Principales orígenes (importaciones) miles de €



- **LAS IMPORTACIONES CRECEN CON MAYOR INTENSIDAD Y PRESIONAN EL SALDO COMERCIAL.** Las importaciones alcanzan los 181,7 millones de euros y crecen un 16,1% en valor y un 9,6% en volumen, superando claramente el ritmo de avance de las exportaciones. Como consecuencia, la balanza comercial se reduce hasta los 33 millones de euros, su nivel más bajo de los últimos años. No obstante, la categoría continúa manteniendo saldo positivo y una posición competitiva favorable, especialmente teniendo en cuenta que el crecimiento exportador sigue apoyándose en una evolución equilibrada de las toneladas vendidas.
- **LA PRODUCCIÓN NACIONAL MANTIENE UNA POSICIÓN COMPETITIVA FAVORABLE FRENTE A LA OFERTA EXTERIOR.** A pesar de la caída de la balanza comercial como consecuencia del ritmo superior de crecimiento de las importaciones, los diferenciales valor-volumen continúan siendo más favorables en exportaciones que en importaciones y el encarecimiento del €/kg exportado (+1,3%) sigue siendo significativamente más moderado que el registrado en las compras exteriores (+5,9%). Esta evolución confirma que la industria española conserva capacidad para ganar mercado internacional manteniendo niveles de competitividad superiores a los de muchos de sus competidores, como pone de manifiesto el hecho de que el €/Kg importado es todavía un 41% superior al exportado, frente al 35% de 2024.

58

59

Panificación



- EJERCICIO PLANO, QUE AFIANZA EL EQUILIBRIO.** La categoría alcanza en 2025 una facturación total de 966,6 millones de euros, prácticamente en línea con 2024 (-0,4%), mientras el volumen crece ligeramente hasta las 358.929 toneladas (+0,2%). El comportamiento del mercado interior muestra, al igual que las cifras de consumo, que la categoría ha puesto sus esfuerzos en aumentar los volúmenes y cerrar la brecha con el valor tras años muy complejos por el entorno inflacionario. Así, la producción local dirigida al mercado nacional avanza un 0,4% en valor y un 1,5% en volumen, lo que sumado a unas importaciones muy competitivas, eleva las dinámicas de consumo un 1,5% en valor y un 2,4% en volumen, hasta los 969,2 millones de euros y 356.119 toneladas.

La categoría de panificación representa el 11,9% de la facturación sectorial, pero concentra el 21,9% de las toneladas vendidas por el sector. En términos de consumo, estas cifras ascienden hasta el 13,3% del valor y el 27,5% del volumen, respectivamente.

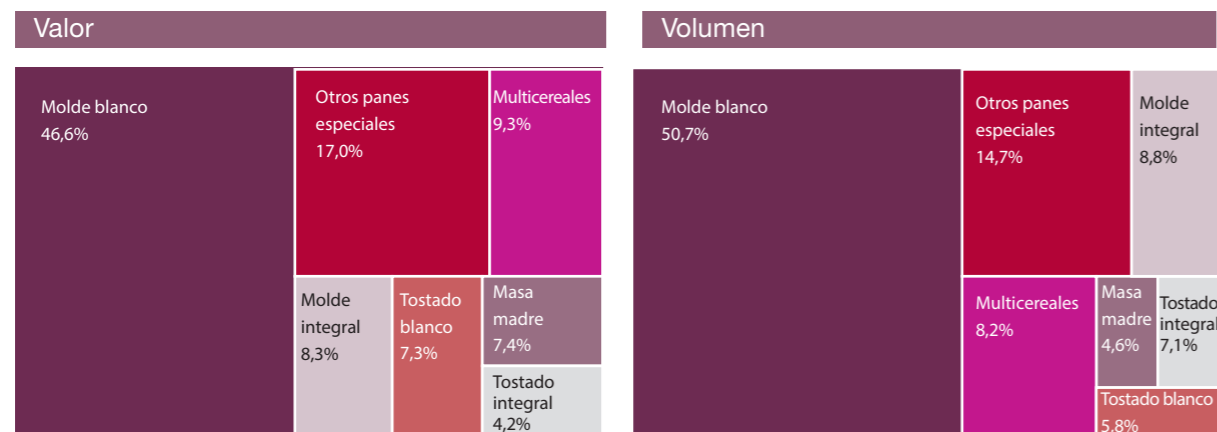
- EL MERCADO INTERIOR COMPENSA PARCIALMENTE LA FUERTE CORRECCIÓN EXTERIOR.** El discreto comportamiento agregado de la categoría tiene relación con la caída de las exportaciones, que retroceden un 8% en valor y un 11,4% en volumen, tras el buen avance registrado en 2024. Sin embargo, el crecimiento del mercado nacional y del consumo aparente permite amortiguar el impacto sobre la actividad total. Las importaciones, por su parte, crecen de forma intensa y equilibrada (+13,9% en valor y +14,1% en volumen), lo que presiona la balanza comercial, que pasa de un superávit de 15,8 millones de euros en 2024 a un déficit moderado de 2,7 millones en 2025.
- EL REEQUILIBRIO DE VOLÚMENES CARACTERIZA EL MIX DE CONSUMO TAMBIÉN.** El pan de molde blanco continúa liderando claramente la categoría, con el 46,6% del valor y el 50,7% del volumen, manteniendo prácticamente intacto su peso en facturación respecto a 2024 pero reduciendo su participación en volumen en seis puntos, que son capturados principalmente por otros panes especiales, pan tostado blanco y multicerales.

Principales magnitudes y progresión (2023-2025)

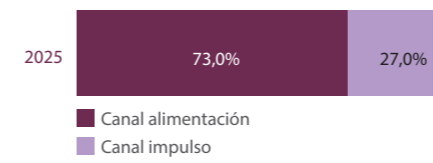
Principales Magnitudes	Millones de €					Toneladas métricas (miles)				
	2023	2024	2025	%24/23	%25/24	2023	2024	2025	%24/23	%25/24
Facturación Total	954,5	970,3	966,6	1,6%	-0,4%	354,4	358,3	358,9	1,1%	0,2%
Mercado Interior (a)	870,1	875,9	879,8	0,7%	0,4%	320,6	322,2	327,0	0,5%	1,5%
Exportaciones	85,5	94,4	86,8	10,4%	-8,0%	34,1	36,1	32,0	6,0%	-11,4%
Importaciones (b)	73,2	78,6	89,5	7,4%	13,9%	22,7	25,6	29,2	12,8%	14,1%
Consumo Aparente (a+b)	943,3	954,4	969,2	1,2%	1,5%	343,3	347,8	356,1	1,3%	2,4%

Detalle Nacional

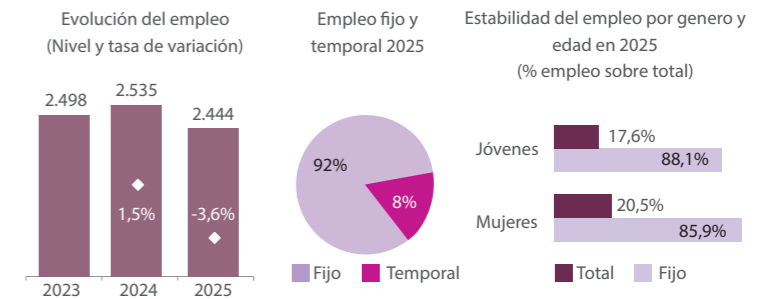
Mix Productos 2025



Canales de distribución



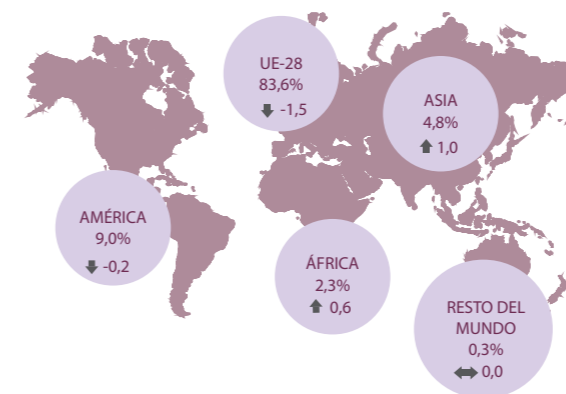
Empleo



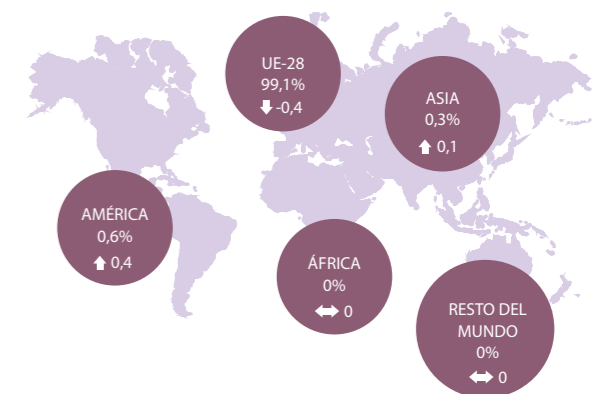
- APUESTA POR LA ESTABILIDAD EN EL EMPLEO.** A pesar del retroceso observado en la creación de empleo en 2025 (-3,6%), la categoría alcanza los 2.444 empleos directos y aumenta la estabilidad del empleo del 88% al 92%, una cifra notablemente superior a la media del sector (79,2%). Igualmente, aunque los niveles de empleo joven, y especialmente femenino, se sitúan por debajo de la media sectorial, la estabilidad de estos dos grupos de trabajadores se sitúa en niveles muy altos, superiores al 85% en ambos casos.
- EL CANAL ALIMENTACIÓN AVANZA LIGERAMENTE, AUNQUE CON PARTICIPACIÓN NOTABLE DE LA COMPRA DE CONVENIENCIA.** El canal alimentación concentra el 73% del consumo aparente, frente al 27% del canal impulso, un movimiento alineado con la actuación general de la categoría, donde el crecimiento de volúmenes supera al del valor. No obstante, la compra de conveniencia en canal impulso sigue siendo muy importante para la categoría, con una participación del 27% en 2025.

Detalle Internacional

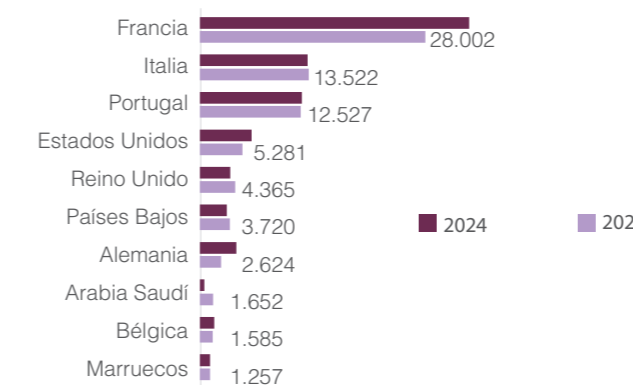
Mapa exportaciones (% sobre mundo)



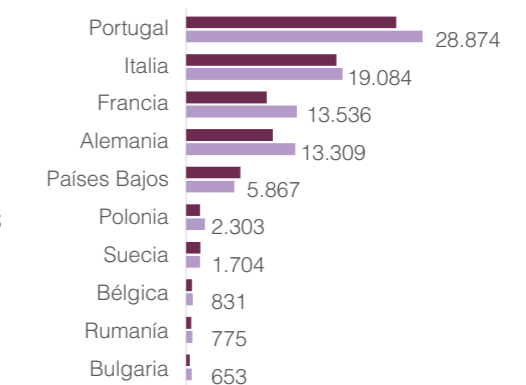
Mapa importaciones (% sobre mundo)



Principales destinos (exportaciones) miles de €



Principales orígenes (importaciones) miles de €





Turrónes y Mazapanes

- **FUERTE CORRECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES EN 2025.** Las exportaciones alcanzan los 86,8 millones de euros y 31.973 toneladas, con caídas del 8% en valor y del 11,4% en volumen. Aun así, el balance a dos años mantiene una lectura menos negativa: respecto a 2023, las exportaciones en valor todavía crecen un 1,5%, aunque las toneladas caen un 6,1%. La categoría atraviesa así un ejercicio de ajuste exterior tras la expansión de 2024, con un impacto concentrado en algunos mercados clave.
- **FRANCIA CENTRALIZA LA CORRECCIÓN ANTE LA ATONÍA EN ITALIA Y PORTUGAL.** Francia continúa siendo el primer destino destacado, con 28 millones de euros, pero cae un 16,3% en valor y un 36,4% en volumen en 2025, condicionando así el resultado global de la categoría. Italia mantiene la segunda posición con una evolución estable (+0,9% en valor y +4,9% en volumen), mientras Portugal se mantiene prácticamente plano en valor (-1,2%) y corrige ligeramente en toneladas (-1,8%). Esta fuerte caída del mercado francés, junto a la atonía de los mercados italiano y portugués eclipsa por completo los avances en otros mercados secundarios. Reino Unido crece un 16% en valor y un 14,9% en volumen, Países Bajos avanza un 11,9% en valor y recupera con fuerza toneladas, y Arabia Saudí multiplica sus compras desde una base todavía reducida.
- **LA BALANZA COMERCIAL RETORNA A LOS NÚMEROS ROJOS, CON EL FUERTE AVANCE DE LAS IMPORTACIONES.** Después de unos años en que la categoría había revertido el tradicional déficit comercial y lo había convertido en superávit recurrente, en 2025 a la caída de las exportaciones se suma un fuerte aumento de las importaciones que devuelve el saldo comercial negativo a la categoría. Así, este saldo cae desde los así 16 millones de euros en positivo registrados en 2024 a un déficit de 2,6 millones de euros en 2025.
- **LAS IMPORTACIONES CRECEN DE FORMA MUY EQUILIBRADA Y ELEVAN LA PRESIÓN COMPETITIVA EN EL MERCADO INTERIOR.** Las importaciones alcanzan los 89,5 millones de euros y 29.164 toneladas, con crecimientos prácticamente idénticos en valor y volumen (+13,9% y +14,1%). Portugal se consolida como primer proveedor, con 28,9 millones de euros y un crecimiento del 12,5% en valor y del 18,2% en volumen, reforzando una posición muy competitiva. Italia conserva la segunda posición, mientras Francia y Alemania ganan peso con avances relevantes. Esta evolución explica el deterioro en la balanza comercial comentado en el párrafo anterior.
- **EL MARGEN PARA RECUPERAR COMPETITIVIDAD SE ESTRECHA.** El cociente medio de exportación se sitúa en 2,72 €/kg, con un aumento del 3,8% respecto a 2024 y del 8,1% desde 2023. Las importaciones, por su parte, se mantienen en 3,07 €/kg, prácticamente estables respecto al año anterior y un 5% por debajo de 2023. Así, y aunque el producto importado sigue siendo un 13% más caro que el exportado, el margen para la competitividad se estrecha como demuestra el hecho de que esta relación en 2023 era de un 29%.

Empresas miembro del Comité Sectorial de Pastelería, Bollería y Panificación

- ADAM FOODS, S.L.U.
- ARTESANOS MÉNDEZ, S.A.
- BIMBO, S.A.U.
- BRIOCHE PASQUIER IRÚN, S.L.
- CARO IMPORT, S.L.
- CASA SANTIVERI, S.L.
- CEREALTO
- DULCA, S.L.
- DULMATESA, S.L.
- GLASEADOS ORIGINALES, S.L.
- INÉS ROSALES, S.A.U.
- LA GRANJA FOODS 1959, S.L.
- MAGDALENAS DE LAS HERAS, S.A.
- MIA FOODS - MAYRIT Inversiones Alimentarias, S.L.U.
- NORAC FOODS SPAIN, S.L.U.

62

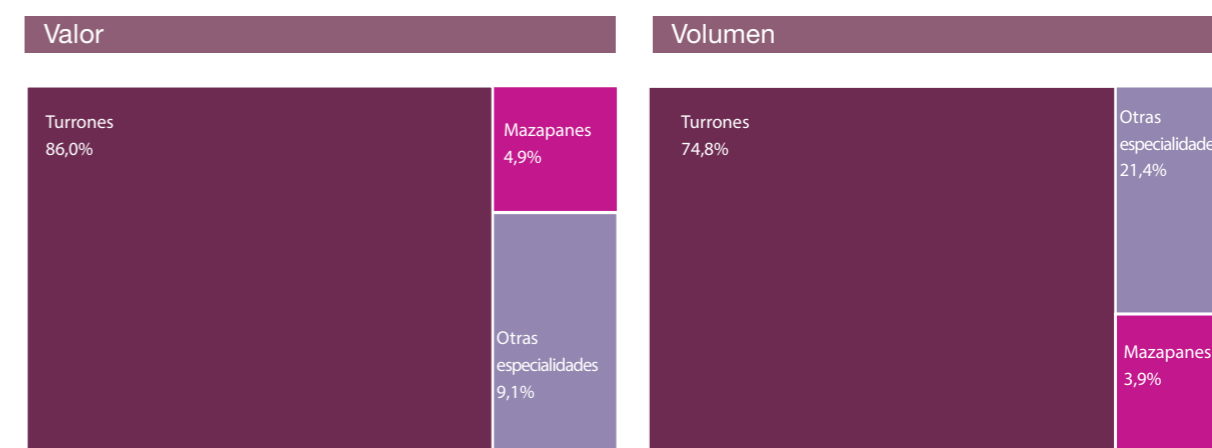
- **TURRONES Y MAZAPANES FIRMA EL MAYOR CRECIMIENTO EN FACTURACIÓN DEL DULCE.** La categoría alcanza en 2025 una facturación total de 396,5 millones de euros, con un crecimiento del 10,2% respecto a 2024, el avance más intenso entre las categorías del dulce. Este avance en facturación coincide con un comportamiento prácticamente estable del volumen total (+0,2%), como consecuencia de las tensiones en el aprovisionamiento de cacao, que es una de las materias primas fundamentales para la categoría.
- **EL MERCADO NACIONAL LIDERA EL CRECIMIENTO EN 2025.** Aunque las ventas exteriores crecen con fuerza en 2025 (+7,6%), son las ventas interiores las que lideran el crecimiento en 2025, tanto por su dimensión (más del 80% de la facturación total) como por su tendencia, que muestra un crecimiento del 10,8% respecto a 2024 y que, al igual que ocurría con la categoría de cacao y chocolate, lo hace con un equilibrio mucho mayor que el que muestran las exportaciones, con un diferencial valor- volumen de 8,3 p.p. frente a los 14,6 p.p. de las ventas al exterior. Así, se alcanzan los 323,8 millones de euros y 22.600 toneladas vendidas en el mercado nacional.
- **LA CATEGORÍA VUELVE A SER EXPORTADORA ABSOLUTA Y ALCANZA UN NUEVO RÉCORD DE BALANZA COMERCIAL.** Las exportaciones crecen un 7,6% en valor y alcanzan los 72,8 millones de euros, nuevo máximo de la serie. Aunque el volumen exportado cae un 7%, la categoría mejora claramente su valor exterior y mantiene una balanza comercial íntegramente positiva, equivalente al total de sus exportaciones.
- **EL MIX DE CONSUMO REFUERZA EL LIDERAZGO DEL TURRÓN Y REDUCE EL PESO DE OTRAS ESPECIALIDADES.** El turrón continúa siendo el gran eje de la categoría y gana peso respecto a 2024, hasta concentrar el 86% del consumo en valor y el 74,8% en volumen. Mazapanes mantiene una participación más reducida, con el 4,9% del valor y el 3,9% del volumen, mientras otras especialidades pierden cuota y se sitúan en el 9,1% del valor y el 21,4% del volumen.

Principales magnitudes y progresión (2023-2025)

Principales Magnitudes	Millones de €					Toneladas métricas (miles)				
	2023	2024	2025	%24/23	%25/24	2023	2024	2025	%24/23	%25/24
Facturación Total	346,8	359,9	396,5	3,8%	10,2%	30,2	29,2	29,2	-3,4%	0,2%
Mercado Interior (a)	278,7	292,3	323,8	4,9%	10,8%	23,7	22,0	22,6	-6,9%	2,5%
Exportaciones	68,1	67,6	72,8	-0,7%	7,6%	6,5	7,1	6,6	9,3%	-7,0%
Importaciones (b)										
Consumo Aparente (a+b)	278,7	292,3	323,8	4,9%	10,8%	23,7	22,0	22,6	-6,9%	2,5%

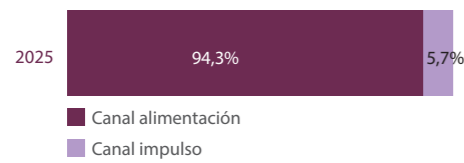
Detalle Nacional

Mix Productos 2025

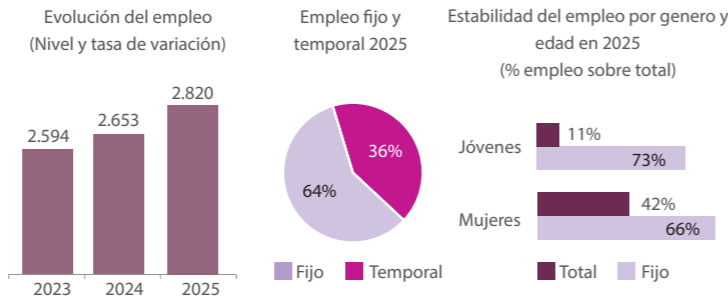


63

Canales de distribución



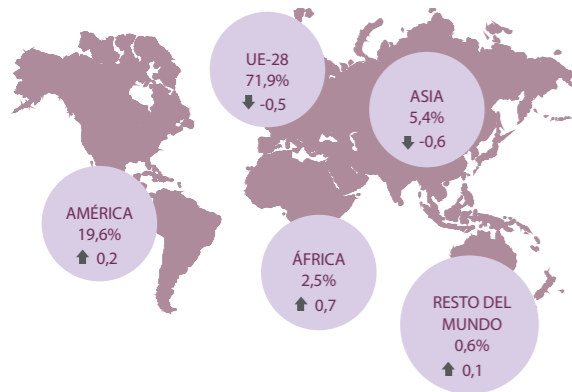
Empleo



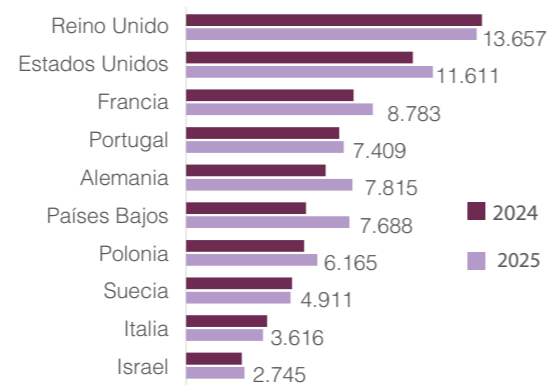
- **EL EMPLEO ACOMPAÑA EL CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD.** La categoría alcanza los 2.820 empleos directos, con un crecimiento del 6,3% respecto a 2024, muy por encima del avance medio del sector. Este aumento acompaña al crecimiento de facturación y confirma la capacidad de la categoría para seguir generando empleo estable, a pesar de la marcada estacionalidad de la categoría.
- **CRECE EL EMPLEO FIJO Y AUMENTA LA PARTICIPACIÓN DE LOS MÁS JÓVENES EN EL SECTOR.** El empleo fijo aumenta un 7,4% y alcanza los 1.793 trabajadores, mientras el empleo temporal crece un 4,5%. Como resultado, la estabilidad laboral mejora ligeramente y se sitúa en el 63,6% del empleo total. Por su parte, la participación de los trabajadores jóvenes aumenta 4 p.p. hasta suponer el 11%, unas cifras aún alejadas de la media sectorial pero que reciben un fuerte impulso en este ejercicio.
- **EL CANAL ALIMENTACIÓN CONCENTRA CASI TODO EL CONSUMO DE LA CATEGORÍA, AUNQUE CON UN LIGERO AVANCE DEL IMPULSO.** El canal alimentación representa el 94,3% de las ventas, mientras impulso concentra el 5,7%, 0,6 p.p. más que en 2024. La planificación de la compra navideña sigue primando el aprovisionamiento en el canal alimentación.

Detalle Internacional

Mapa exportaciones (% sobre mundo)



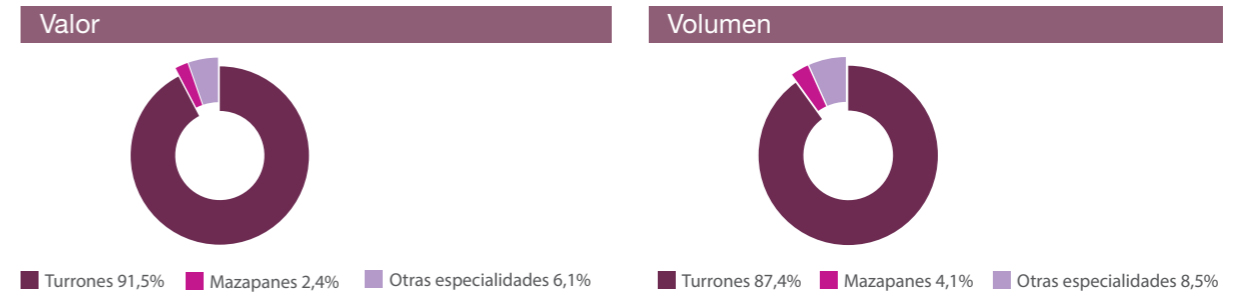
Principales destinos (exportaciones) miles de €



- **TURRONES Y MAZAPANES ALCANZA UN NUEVO RÉCORD EXPORTADOR EN VALOR PESE A LA CAÍDA DE VOLÚMENES.** Las exportaciones alcanzan los 72,8 millones de euros en 2025, con un crecimiento del 7,6% respecto a 2024 y del 6,8% desde 2023. El avance se produce con una caída del 7% en toneladas, hasta las 6.637 Tm, lo que confirma un ejercicio de crecimiento desequilibrado, pero positivo en términos de valor y que revierte la caída experimentada la campaña anterior.
- **REINO UNIDO SIGUE LIDERANDO Y EE.UU. CRECE, CONTRA TODO PRONÓSTICO.** Reino Unido mantiene la primera posición, con 13,7 millones de euros, aunque vuelve a caer ligeramente en valor (-1,9%). Estados Unidos, por el contrario, crece un 8,9% en valor pese al retroceso de volumen, comportamiento especialmente positivo en el contexto general de debilidad del mercado estadounidense. Francia también avanza en valor (+11,6%), aunque con una fuerte caída de toneladas.

- **AUMENTA CON FUERZA LA DEMANDA DESDE ALEMANIA Y PAÍSES BAJOS.** Las ventas de la categoría a Alemania aumentan un 19,1% y en el caso de Países Bajos un 36,4%. Se trata, sin duda, de los mercados más dinámicos del ejercicio y también de los últimos dos años, donde ambos países firman crecimientos superiores al 60%.
- **LA CATEGORÍA SE POSICIONA INTERNACIONALMENTE COMO PRODUCTO DE GRAN VALOR AÑADIDO.** El precio medio de exportación alcanza los 11,11 €/kg, un 15,7% más que en 2024 y un 13,9% por encima de 2023. Esta evolución explica prácticamente todo el crecimiento en valor del ejercicio y confirma una categoría cada vez más apoyada en posicionamiento, especialización y valor añadido, haciendo de la estacionalidad virtud.

Mix Productos 2025



Empresas miembro del Comité Sectorial de Turrone y Mazapanes

- ACRIMONT FOODS, S.L.U. – VIRGINIAS
- CHOCOLATES LACASA
- DELAVIUDA ALIMENTACIÓN, S.A.U.
- DULCES EL AVIÓN, S.A.
- TORRONS VICENS, S.L.

Empresas Miembro de Produlce

informe
2025

ACRIMONT FOODS, S.L.U. – VIRGINIAS
Avda. Agustí Ros, Nº 2 - bajos
25310 – Agramunt – Lérida
Fábrica: Paseo Sunyer, 8 43202 Reus - Tarragona
Tfno. 977 900 181
virginias@virginias.net
www.virginias.es

ADAM FOODS, S.L.U.
C/ Travessera de Gràcia, 342
08025 Barcelona
Tfno. 900 180 081
www.adamfoods.com

ANDRÉS MEGÍAS MENDOZA, S.L. – LA ISLEÑA
Alcalde Rafael Díaz, 15
35400 Arucas - Las Palmas
Tfno. 928 60 03 38 – Fax: 928 60 58 41
laislena@laislena.com
www.laislena.es

ARLUY, S.L.U.
Pol. Ind. El Sequero
Avda. Cameros, 178-180
26151 Arrubal - La Rioja
Tfno. 941 25 76 00 – Fax. 941 23 56 78
arluy@arluy.com
www.arluy.com

ARTESANOS MÉNDEZ, S.A.
Avda. de las Acacias, 44
41439 Cañada Rosal - Sevilla
Tfno. 954 839 040
marketing@artesanosmendez.com
www.artesanosmendez.com

BIMBO, S.A.U.
Calle Cigoitia, 1
28022 Madrid
Tfno. 901 233 026
www.grupobimbo.com

BORRAS, S.L. de Productos Alimenticios
Avda. Marina Española, 20-22
51001 Ceuta
Tfno. 95 652 52 55
info@maruja.es
www.maruja.es

BRIOCHE PASQUIER IRÚN, S.L.
C/Araba, 5
20305 IRÚN (Guipúzcoa)
Tfno. 943 63 96 11
www.briochepasquier.es

BURMAR SWEETS, S.L.
Ctra Puerto Peña, nº 19
06640 – Talarrubias
Badajoz
Tfno. 924 63 02 13
info@iburmar.com
www.iburmar.com

CAFOSA GUM, S.A.U.
Altimira 7-17, Pol. Ind. Santiga
08210 Barberà del Vallès (Barcelona)
Tfno. 934 100 300
cafosa@cafosa.com
www.cafosa.com

CARAMELOS CERDÁN, S.L.
Apartado 11
30700 Torre-Pacheco - Murcia
Tfno. 968 57 80 03 – Fax. 968 57 89 00
gerencia@carameloscerdan.com
www.carameloscerdan.com

CARO IMPORT, S.L.
Pol. Ind. Can Met Sidro, Calle Can Illa, s/n
08530 La Garriga - Barcelona
Tfno. 93 871 84 03
caro@caroimport.com
www.caroimport.com

CASA SANTIVERI, S.L.
C/ Encuny, 8
08038 – Barcelona
Tfno. 93 298 68 00
juridico@santiveri.es
www.santiveri.com

CEREALTO
Polígono Industrial C/ Tren Rápido, manzanas
A y B
34200 - Venta de Baños
Palencia
Tfno. 979 16 82 00
info@cerealto.com
www.cerealto.com

CHICKLES GUM
Pol. Ind. El Oliveral, Calle N, nº6
46394 - Ribarroja del Turia
Valencia
Tfno. 961 66 79 80
info@chic-kles.com
www.chic-kles.com

CHOCOLATE EXPRESS, S.L.
Polg. Pocomaco c/ 4. Nº 8
15190 - A Coruña
Tfno. 981135923 / Fax. 981135926
express@chocolateexpress.net
www.chocolateexpress.es

CHOCOLATES LACASA
(Comercial Chocolates Lacasa, S.A.)
Autovía de Logroño, km 14
50180 Utebo - Zaragoza
Tfno. 976 46 21 11 - Fax: 976 77 20 91
lacasa@grupo.lacasa.es
www.grupo.lacasa.es

CHOCOLATES SIMÓN COLL, S.A.
Sant Pere, 37
08770 Sant Sadurni D'Anoia - Barcelona
Tfno. 93 891 11 00
chocolates@simoncoll.com
www.simoncoll.com

CHOCOLATES TORRAS, S.A.
Ctra. Girona-Banyoles, km. 15
17844 Cornellá de Terri - Girona
Tfno. 972 58 10 00 – Fax: 972 58 09 09
info@chocolatestorras.com
www.chocolatestorras.com

CHOCOLATES TRAPA (Europraliné, S.L.)
AUTOVÍA A-62, Km 90
34208 San Isidro de Dueñas - Palencia
Tfno. 979 770 500 – Fax 979 77 25 49
info@trapa.com
www.trapa.com

CHOCOLATES VALOR, S.A.
Planista Gonzalo Soriano, 13
03570 Villajoyosa - Alicante
Tfno. 965 89 09 50 – Fax. 965 89 46 97
chovalor@valor.es
www.valor.es

CHUPA CHUPS, S.A.U.
Pl. Can Serra - C/De les Masies, 16
08635 Sant Esteve Sesrovires - Barcelona
Tfno. 93 773 92 00 – Fax 93 773 92 01
www.perfettivanmelle.es

DAMEL GROUP, S.L.
C/Ciudad de Barcelona, 20
P.I Fuente del Jarro
46988 Paterna -Valencia
Tfno. 96 132 47 77
damel@damel.com
www.damel.com

DELAVIUDA ALIMENTACIÓN, S.A.U.
Oficina corporativa: Calle Cardenal Marcelo
Spinola, nº 2 3ºpl 28016 Madrid
Planta productiva y oficinas: Carretera Madrid
Ciudad Real km 95,200 45100 Sonseca (Toledo)
Tfno. 925 38 04 00 - Fax. 925 38 20 84
comunicaciones@delaviuda.com
www.delaviudacg.com

DOLCI PREZIOSI IBÉRICA, S.L.U.
Avenida Barcelona, 109 1a planta
08970 Sant Joan Despí - Barcelona
Tfno. 93 431 41 68
info@dolcipreziosi.es

DULCA, S.L.
Ctra. Madrid, 168
37300 - Peñaranda de Bracamonte
Salamanca
Tfno. 923541018
info@grupodulca.com
www.dulca.es

DULCES EL AVIÓN, S.A.
Pol. La Portalada II – c/ Planillo, 1
26006 Logroño - La Rioja
Tfno. 941 27 12 47
elavion@elavion.es
www.elavion.es

DULMATESA, S.L.

C/ Jaén, 9. Edificio Galia, 3º Of. 14
Parque Comercial Málaga Nostrum
29004 - Málaga
Tfno. 952 105 709
info@dulmatesa.es
www.dulmatesa.es

EL CASERÍO, S.A.

Polígono Industrial La Nava Ampliación - Parcela B4
31300 Tafalla – Navarra
Tfno. 948 70 07 78 – Fax. 948 70 07 19
ramon.sanmartin@elcaserio.es
www.elcaserio.es

EUROCHOC, S.L.

c/. Encofradores, parcela 1
Pol. El Mugrón
02640 Almansa – Albacete
Tfno. 967 31 15 63 – Fax: 967 31 04 75
info@eurochoc.es
www.eurochoc.es

FERRERO IBÉRICA, S.A.

WTC Almeda Park, Plaça de la Pau s/n
Edificio 2, Planta 3ª
08940 Cornellà de Llobregat - Barcelona
Tfno. 93 479 86 00 – Fax. 93 479 86 65
www.ferrero.es

FIESTA COLOMBINA S.L.U.

Avda. de Madrid, 46
28802 - Alcalá de Henares - Madrid
Tel.: 91 888 15 50
info@fiesta.es
www.fiesta.es

FINI GOLOSINAS ESPAÑA, S.L.U.

Ctra. de Madrid, Km. 385
30500 - Molina de Segura - Murcia
Tfno. 968 64 44 00
fini@finicompany.com
www.finicompany.com

FLEER ESPAÑOLA S.L.

Av. del Hospital, s/n.
08795 Olesa de Bonesvalls - Barcelona
Tfno. 93 898 40 11
info@fleer.es
www.fleer.es

GALLETAS CORAL, S.A.

Polígono de Bayas, 26 - 27
09200 Miranda de Ebro - Burgos
Tfno. 947 31 13 45 – Fax. 947 32 04 90
coral@galletascoral.com
www.galletascoral.com

GALLETAS GULLÓN, S.A.

Carretera de Burgos km 1,5
34800 Aguilar de Campoo - Palencia
Tfno. 979 12 21 00
www.gullon.es

GÓMEZ LIÑÁN HNOS. S.L.

Avda. Badia Polesine, 29
41560, Estepa - Sevilla
Tfno. 955 91 28 03 – Fax: 955 91 28 08
juanjose@donjuan.es
www.donjuan.es

GLASEADOS ORIGINALES, S.L.

Paseo Castellana, 268
28046 Madrid
www.krispykreme.es

GUATEMALAN CANDIES, S.A. - GUANDY

31 calle 15-80 zona 12,
Guatemala City - GT 01012- Guatemala
Tfno. (502) 23830700
marketing@guandy.com
www.guandy.com

HARIBO ESPAÑA, S.A.U.

Ctra. Girona-Banyoles, km. 14
17844 Cornellà de Terri - Girona
Tfno. 972 59 50 00 – Fax. 972 59 50 50
info-es@haribo.com
www.haribo.com

IDILIA FOODS, S.L.U.

Lepanto, 410
08025 Barcelona
Tfno. 900 10 10 48
info@idilia.es
www.idilia.es

INACO (Industria Navarra de Confeitería S.L.)

(Belsi galletas ecológicas)
Polígono Industrial Ampliación Comarca 1,
Calle L - Nº 3
31160 Orcóyen - Navarra
Tfno. 948 12 84 11
inaco@belsi.com
export@belsi.com
admin@belsi.com
www.belsi.com

INDI CAPITAL TEAM, S.L.U.

Tfno. 976 331 322
indi@indicapital.eu

INÉS ROSALES, S.A.U.

C/ de la Mujer Trabajadora, 5
41830, Huévar del Aljarafe - Sevilla
Tfno. 954 75 64 27 / 670 40 90 89
telefono30@inesrosales.com
www.inesrosales.com

LA FLOR BURGALESA, S.L.

López Bravo, 37
09001 Burgos
Tfno. 947 29 83 61 – Fax. 947 29 82 61
info@laflorburgalesa.es
www.laflorburgalesa.es

LA GRANJA FOODS 1959, S.L.

C/Trepal (Pol. Ind. Clot de Moja), 1
08734 Olèrdola - Barcelona
www.lagranjafoods.com/es/
atencionalcliente@lagranjafoods.com

LA MORELLA NUTS, S.A.U.

Apel-les Mestres, 19
Pol. Ind. Mas Battle
43206 Reus - Tarragona
Tfno. 977 33 27 97
www.morellanuts.com

LINDT & SPRÜNGLI (ESPAÑA), S.A.

Marina, 16-18 - Torre Mapfre, pl. 37
08005 Barcelona
Tfno. 93 459 02 00 – Fax. 93 459 31 62
spain@lindt.com
www.lindt.com

LUDOMAR CHOCOLATE PASSION, S.L.

C/ Ciudad de la Asunción, 58
08030 Barcelona
Tfno. 93 345 58 54
info@ludomargroup.com
www.ludomargroup.com

MAGDALENAS DE LAS HERAS, S.A.

Pol. Ind. Allendeduero
C/Segovia 19-21
09400 Aranda del Duero - Burgos
Tfno. 94 750 24 58
info@magdalenasdelaheras.com
www.magdalenasdelaheras.com

MARS IBERIA

Vía Augusta, 2 bis, 4º
08006 Barcelona
Tfno. 93 228 79 00
www.mars.es
www.mars.com

MARSHMALLOWS INTERNATIONAL S.L.U.

Pol. Ind. Cotes Baixes, c/ D nº 3
03804 Alcoy – Alicante
Tfno. 96 652 60 85 - Fax. 96 652 61 02
info@mrmallo.com
www.mrmallo.com

MEDITERRANEAN FOODS, S.L. (Rifacil)

Crta. Artesa de Segre, 14
43400 Montblanc (Tarragona)
Tfno. 977 86 07 99
rifacil@rifacil.com
www.rifacil.com

**MIA FOODS - MAYRIT
Inversiones Alimentarias, S.L.U.**

Avenida Europa, 24
28108 Alcobendas (Madrid)
miafoods@miafoods.es
www.miafoods.es

MIELES ANTA, S.L.

Polígono de Bóveda
Calle Río Mao, Parcela 23, 24
27340 - Bóveda, Lugo
Tfno. 982 42 64 35/ 608 187 728
paula.bernardez@mielesanta.com
www.mielesanta.com

MIGA FOODS COMMERCE S.L.

Carrer Pagesia 44, Rubí
Barcelona, España
Tfno. 934 00 18 13
www.migafoods.com

MONDELEZ ESPAÑA

Eucalipto, 25
28016 Madrid
Tfno. 91 325 47 50 – Fax: 91 415 38 71
www.mondelezinternational.com

NATRA OÑATI, S.A.

Ctra. de Aránzazu, s/n.
20560 OÑATE (Guipúzcoa)
natra.madrid@natra.com
www.natra.com

NESTLÉ ESPAÑA, S.A.

Calle Clara Campoamor nº 2
08950 Esplugues de Llobregat - Barcelona
Tfno. 93 480 51 00
nestle@nestle.com
www.nestle.es

NORAC FOODS SPAIN, S.L.U.

Polígono GESTESA - C/Cobre, 82-83
28890 Loeches
Madrid
Tfno. 91 886 22 20
www.dillepasa.com/

PROMERCA, S.A.

Calle Osca, 9D (Pol. Ind. Les Salines)
08830 Sant Boi de Llobregat - Barcelona
Tfno. 902 12 21 12 – Fax. 93 640 09 16
promerca@promerca.com

STORCK IBÉRICA, S.L.U.

Ctra. Real 122 Bloque A, 5ª pl.
08960 Sant Just Desvern – Barcelona
Tfno. 93 470 05 82 – Fax. 93 473 03 62
info@es.storck.com
www.storck.com

TAISI – JOSÉ Mº LÁZARO S.A

Av Pascual Marquina Nº S/N
50300 Calatayud
Zaragoza
Tfno. 976882079
www.taisi.es

TASTY AND UNIQUE S.L.

Clos de Sant Francesc, Nº 22 - bajos
08034 - Barcelona
Barcelona
Tfno. 93 185 73 51
info@t-and-u.com/
www:t-and-u.com/

TIERRA Y ORO, S.A.

Avenida de los Pirineos 7,
Edificio Inbisa, Oficina 2-7, Despacho 2
28703 - San Sebastián de los Reyes
Madrid
Tfno. 916239120 / 639 53 66 35
Administración e información general:
info@tierrayoro.es
Pedidos comerciales: pedidos@tierrayoro.es
Dirección / Gerencia: egarcia@tierrayoro.es
www.tierrayoro.es
www.tierrayoro.es

TIRMA, S.A.

Avda. de Escaleritas, 104
35011 Las Palmas de Gran Canaria
Tfno. 928 25 49 40
elsa@tirma.com
www.tirma.com

TORRONS VICENS, S.L.

Ctra. de Tárrega, s/n.
25310 Agramunt - Lleida
Tfno. 973 39 06 07 – Fax: 973 39 16 01
torrons@vicens.com
www.vicens.com

TROLLI IBÉRICA, S.A.

C/Bombers 22, Parque Empr. Táctica
46980 – Paterna
Valencia
Tfno. 961343018
info@trolliiberica.com
www.trolli.es

UNITED CONFECTIONARY, S.L. – UNICONF

C/Cambulloneros nº 6. Dársena Pesquera
38120 Santa Cruz de Tenerife
Tfno. 690039248
www.uniconf.com.es

BREVE RESEÑA METODOLÓGICA

Con el objeto de dar a conocer la realidad económica por la que ha transcurrido el sector del dulce durante el ejercicio de 2025, nace la nueva edición del Informe Anual de Produlce.

Para conseguir una radiografía precisa de su realidad se ha requerido nuevamente acudir, además de a las fuentes oficiales de las que se ha dado cuenta a lo largo de sus páginas, al desarrollo de una encuesta sectorial con la que matizar, contrastar y ampliar la visibilidad del sector, que sólo ha sido posible gracias a la colaboración de nuestras empresas asociadas, a las que queremos reconocer explícitamente su notable implicación y la proactividad de sus actuaciones.

En particular, la encuesta ha estado focalizada en cuestiones de carácter económico. Concretamente se atiende a valoraciones de facturación, empleo, canales de distribución y, fundamentalmente, a la diferenciación de estas variables por tipología de productos, contemplándose su valoración en términos monetarios y de volumen. Además, se ha mantenido la diferenciación del empleo atendiendo a las dimensiones de género y edad, esto es, aportando información sobre el empleo femenino y el juvenil.

De esta forma, la industria del dulce se plantea en términos desagregados, para los segmentos de: cacao y chocolate; caramelos y chicles; galletas; pastelería, bollería y panificación y turroneos y mazapanes. En cada uno de ellos se integra una amalgama de productos que determinan la actividad de la industria del dulce español en su conjunto, permitiéndonos identificar sus principales rasgos diferenciales, para los ejercicios 2023, 2024 y 2025. Esta información ha resultado de vital importancia para, a partir de ella, poder dimensionar las principales magnitudes del sector y también las particularidades de cada categoría.

Adicionalmente, la veracidad y realismo de esta información han sido contrastados y ampliados con las estadísticas oficiales existentes al respecto, con el objetivo de extrapolar de manera fiable y rigurosa los resultados obtenidos de la muestra obtenida con estas encuestas.

A nadie escapa que la estadística española aborda la información del sector de la alimentación de forma conjunta, e incluso integrada con bebidas y tabaco, contando cada una de ellas con características específicas que quedan diluidas en su contextualización agregada. A esta severa limitación nos enfrentamos cuando el objetivo se concentra en el sector del dulce y, por ello, ha sido preciso acudir a la información que nos proporcionan los Registros Mercantiles sobre el comportamiento y resultados económicos de las empresas y, a las estadísticas sobre el comportamiento del mercado exterior, a través de la base de datos que nos proporciona el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, además de las series históricas de encuestas industriales anuales y otras fuentes oficiales, en algunos casos como elementos de contraste y validación.

En lo relativo al Registro, muchas de las cifras para el ejercicio 2025 no se encontraban aún disponibles, por lo que ha sido necesario estimarlas sobre la base del comportamiento medio obtenido en la muestra empresarial de la que se dispone de la información a través de las encuestas directas realizadas, que acumulan ya una trayectoria temporal relevante, habiéndose aplicado para el proceso de estimación aplicado las correspondientes al quinquenio 2021-2025.

Por su parte, el análisis del valor y volumen de las exportaciones e importaciones que recogen las estadísticas de comercio exterior, permiten una aproximación realista y verificable del comportamiento de este sector y sus categorías, que se ve además respaldada y enriquecida por los resultados obtenidos en las encuestas directas.

Por último, ocupan también un lugar destacado y poco habitual en estudios de características similares de contenido sectorial dos perspectivas adicionales que añaden valor y distintivo exclusivo a este estudio. Se trata de la incorporación, gracias a la información aportada por los expertos del sector a través de las encuestas realizadas, de una parte de la tipología del empleo directo generado en el desarrollo de su actividad, identificado como fijo y temporal, éste último asociado al componente estacional propio e intrínseco de buena parte de los productos que definen su oferta.

De otra, al logro de una aproximación al grado de innovación acometido por las industrias generadoras de productos del dulce, diferenciando sus principales actuaciones, por ejemplo, ampliación de gama, extensión de marca o innovación radical, entre otras.

En suma, este informe trata de dar cobertura a la necesidad de conocer la realidad del sector, valiéndonos para ello del manejo de la información proporcionada tanto por fuentes de información primarias como de estadísticas oficiales, con el propósito de dar coherencia, integración, realismo y visibilidad a un sector con tradición e innovación y que acumula grandes logros en materia de internacionalización y sostenibilidad.





PRODULCE
SABOREA LA VIDA

C/ Velázquez 64. 3ª Planta. 28001 Madrid
T. +34 91 837 20 05
produlce@produlce.com
www.produlce.com