

TURRONES Y MAZAPANES

El encarecimiento de los precios de las materias primas influyó negativamente en la evolución económica de las industrias del sector turronero en 2024. Ese año, el consumo en los hogares descendió, pero las exportaciones siguieron creciendo, dando así un balón de oxígeno al sector.

Según los datos del panel de consumo alimentario, que publica el Ministerio de Agricultura, en 2024 se consumieron en los hogares españoles menos kilos de dulces navideños que en el año anterior. El consumo per cápita descendió un 6,4% hasta los 0,66 kilogramos, mientras que el gasto per cápita se redujo un 1,5%, hasta los 7,9 euros. Del consumo total en volumen, un 31% fueron mantecados y polvorones; un 26,8% los turrone y el 2,7% otros productos navideños. En 2024, sólo los mantecados-polvorones aumentaron su porcentaje con respecto al año anterior (se consumieron más en los hogares y el gasto fue mayor también).

Según los datos de la Asociación Española del Dulce (PRODULCE), la producción total de turrone, mazapanes y otros dulces navideños ascendió en 2024 a 29.200 toneladas, un 3,4% menos que en el año anterior. Hay que tener en cuenta que los datos de PRODULCE hacen referencia a las producciones de las empresas que forman parte de la asociación, no a todo el sector del turrón.

La mayor parte de esa producción (22.200 toneladas), se destinó al mercado nacional y el volumen comercializado en el interior fue muy inferior al del año precedente (4,8% menos, según PRODULCE).

En este sector, buena parte de la producción está amparada por alguna de las marcas de calidad diferenciadas que existen en España. A este respecto, en la Comunidad Valenciana están reconocidas la IGP Jijona y la IGP Turrón de Alicante, mientras que en Cataluña está protegida la producción de Turrón de Agramunt. Asimismo, en Castilla-La Mancha está protegida la producción de la IGP Mazapán de Toledo.

Dentro de la industria del dulce, este sector es uno de los que genera un mayor valor añadido y aporta cerca del 2% del volumen total de las ventas de esa industria.

Los turrone son los que más aportan, pues en 2024 representaban el 84,6% del valor total generado y el 74% del volumen. Por su lado, los mazapanes aportaron el 5% del valor y el 3,3% del volumen (en ambos casos, porcentajes superiores a los del año anterior). Finalmente, las

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR TURRONES Y DULCES DE NAVIDAD

EMPRESA	Mill. Euros
Lacasa, S.A. Grupo (*)	275,8
Delaviuda Confectionery Group (*)	140,4
Sanchís Mira, S.A. *	120
Torrone Vicens, S.L. *	100
Mondelez España (División Confitería)	40
Dulces Olmedo García, S.L. (*)	49,7
Confectionary Holding, S.L.*	37
Turrone Picó, S.A	22
Galván Fernández Hermanos, S.L	16
Turrone José Garrigos, S.A	15

FUENTE: ALIMARKET. Año 2024. Incluye la facturación de otras producciones.

llamadas “especialidades” supusieron el 10,5% del valor y el 22,7% del volumen.

Si bien es cierto que todavía hoy los turrone y mazapanes siguen siendo los protagonistas gastronómicos de la Navidad en las mesas españolas, la estacionalidad del consumo en el mes de diciembre ya no marca la evolución del sector, pues las ventas se producen durante todo el año.

Según los datos de PRODULCE, en 2024 el 94,9% de las ventas de turrone y mazapanes se produjo en el canal de alimentación (un porcentaje superior en un 1% al del año anterior). El canal impulso no mejoró sus posiciones ese año, a pesar de la proliferación de tiendas especializadas.

Las empresas de este sector han hecho grandes esfuerzos por innovar, con acciones como el rediseño de productos, la ampliación de la gama, la reformulación o la innovación radical. A este respecto, las producciones que tienen un valor añadido y las novedades lanzadas cada año por las empresas del sector, encuentran muy buena acogida en los consumidores, tanto nacionales como extranjeros.

El lanzamiento de turrone con nuevos sabores y nuevas presentaciones (snacks, barritas, etc.) hacen posible que la oferta se mantenga en los lineales fuera del periodo navideño. El sector industrial ha hecho una clara apuesta por el chocolate y también por el consumidor infantil.

En sentido contrario, el consumo de polvorones y mantecados (dulces típicos navideños muy ligados a los turrone y mazapanes), lleva años en retroceso.



El producto más vendido en 2024 siguió siendo el turrón de chocolate, que representa ya más de la mitad de las ventas totales en libre servicio (supermercados e hipermercados). Por su lado, las variedades tradicionales (turrón de Alicante y de Jijona) volvieron a registrar un descenso de las ventas, mientras que por el contrario, aumentó la comercialización de la torta de turrón.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Este sector se encuentra dominado por unos pocos y grandes grupos empresariales, que actualmente están centrados en fomentar la desestacionalización del consumo interno, en las novedades y en la exportación. Muchos fabricantes de turrónes y dulces navideños se concentran en algunos municipios que destacan por sus producciones, como es el caso de Estepa (Sevilla), Jijona (Alicante), Toledo o Agramunt (Lleida).

La asociación PRODULCE integra a cinco compañías del sector de dulces navideños, entre las que se encuentran las principales empresas turróneras. La cifra de 2024 fue inferior (una menos) a la del año anterior.

Según sus datos, la industria española de turrón y mazapán cerró 2024 con un incremento del 3,7% en su facturación respecto a los resultados del ejercicio anterior, hasta alcanzar los 360,8 millones de euros.

Atendiendo a sus facturaciones, el primer grupo productor de turrónes y dulces de navidad registró unas ventas de 275,8 millones de euros en el año 2024, de los cuales un 50% corresponderían al negocio de turrónes y dulces navideños.

Este grupo, que lidera las ventas de turrón de chocolate con casi el 16% del mercado, batió su propio récord de facturación.

El segundo grupo empresarial en el ranking superó los 140 millones de euros (de los que 60 corresponderían a turrónes y mazapanes) y el tercer grupo se acercó a los 120 millones de euros.

En este sector, la penetración de capitales internacionales entre todas estas empresas no es muy significativa.

Las marcas de distribución (MDD) han alcanzado una gran importancia en este mercado, con unas ventas en libre servicio que suponen el 62% del total en volumen en 2024, mientras que la primera oferta de marca de fabricante (MDF) tuvo una cuota del 17,6%.

COMERCIO EXTERIOR

El sector es contribuyente neto a la balanza comercial del dulce, pues sólo se contabilizan exportaciones, ya que no hay importaciones.

Las exportaciones de turrónes y dulces navideños constituyen un componente fundamental para asegurar la supervivencia de las principales empresas del sector. Estos dulces son muy reconocidos en el extranjero como productos españoles con un alto valor añadido.

Cerca de un 21,1% de la producción total en volumen se destinó a los mercados exteriores.

Tras años de continuos crecimientos de las ventas, en 2024 el valor de las exportaciones de las empresas asociadas a PRODULCE disminuyeron un 1% hasta llegar a 68,5 millones de euros. El volumen exportado llegó no obstante a 7.100 toneladas, un 9,3% más que un año antes.

Dentro de este grupo de dulces, los turrónes son los más exportados (representaron el 91,5% del total del volumen exportado en 2024 y el 90,3% del valor de ventas). Por detrás se situaron los mazapanes (3,8% en volumen y 4,4% del valor) y el resto de especialidades.

En cuanto a los destinos de estas exportaciones, la Unión Europea concentró el 71,5% de las exportaciones, con países como Portugal, Francia, Alemania y Países Bajos como principales destinos. Con respecto al año anterior, las exportaciones a la UE aumentaron un 2,4%.

En segundo lugar se situaron las ventas al continente americano, que representaron un 19,2% del total, con un crecimiento del 0,6%. En el resto de los continentes las exportaciones, que son muy pequeñas, bajaron en 2024.

Por países, el Reino Unido es el principal destino de estos productos exportados, a pesar de que en 2024 redujo sus compras. El segundo país es Estados Unidos y el tercero, Francia.

Por su lado, las importaciones de este tipo de productos apenas tienen importancia y tienden a concentrarse en los "panettones" y "pandoros" italianos, aunque ese comercio ha disminuido mucho debido a que los principales fabricantes españoles han comenzado a producirlos también en nuestro país. ■

CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS

Durante el año 2024, los hogares españoles consumieron 31,0 millones de kilos de productos navideños y gastaron 370,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,7 kilos de consumo y 7,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los mantecados y polvorones (0,2 kilos por persona y año), y a los turrões (0,2 kilos per cápita). El resto de los produc-

tos navideños supusieron un consumo de 0,3 kilos per cápita al año. En términos de gasto, los turrões concentran el 32,9%, con un total de 2,6 euros por persona, seguido de los mantecados y polvorones, con un porcentaje del 19,0% y un total de 1,5 euros por persona al año, y de los mazapanes, con el 2,5% y 0,2 euros per cápita al año. El resto de los productos navideños suponen el 44,3% del gasto, con 3,5 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS DE LOS HOGARES, 2024

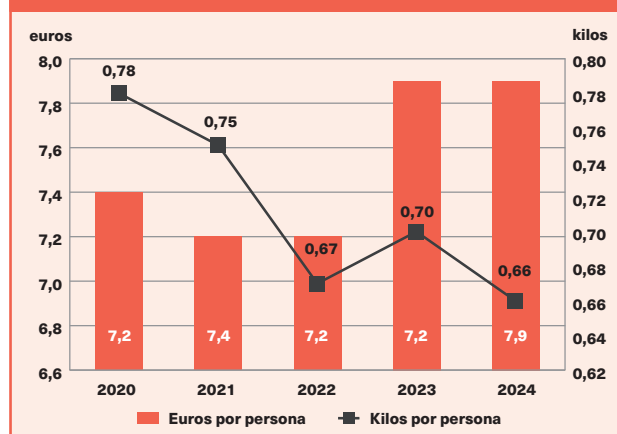
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PRODUCTOS NAVIDEÑOS	31,0	0,7	370,3	7,9
MANTECADOS Y POLVORONES	9,6	0,2	69,8	1,5
MAZAPANES	0,8	0,0	10,3	0,2
TURRONES	8,3	0,2	124,0	2,6
OTROS PRODUCTOS NAVIDEÑOS	12,3	0,3	166,2	3,5

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

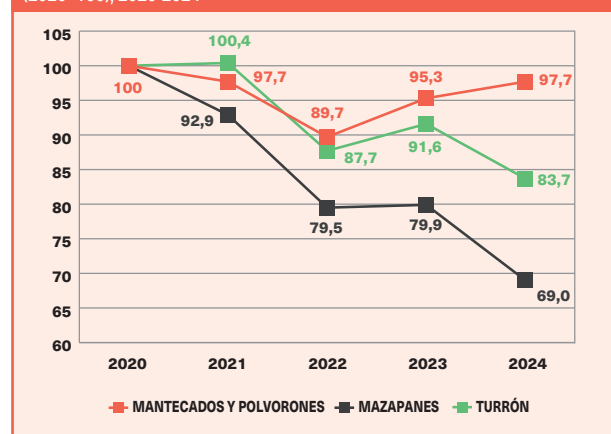
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos navideños ha descendido año tras año, con la única excepción del 2023. En cuanto al gasto, se ha producido un incremento basado, sobre todo, en los años 2023 y 2024. En el periodo 2020-2024, el consumo más elevado se produjo en el ejercicio 2020 (0,78 kilos por persona) mientras que el gasto más significativo se produce en los años 2023 y 2024 (7,9 euros por consumidor).

En la familia de productos navideños, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2020-2024 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2020, en el consumo de mazapanes, mantecados y polvorones y turrões se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS, 2020-2024



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS (2020=100), 2020-2024



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

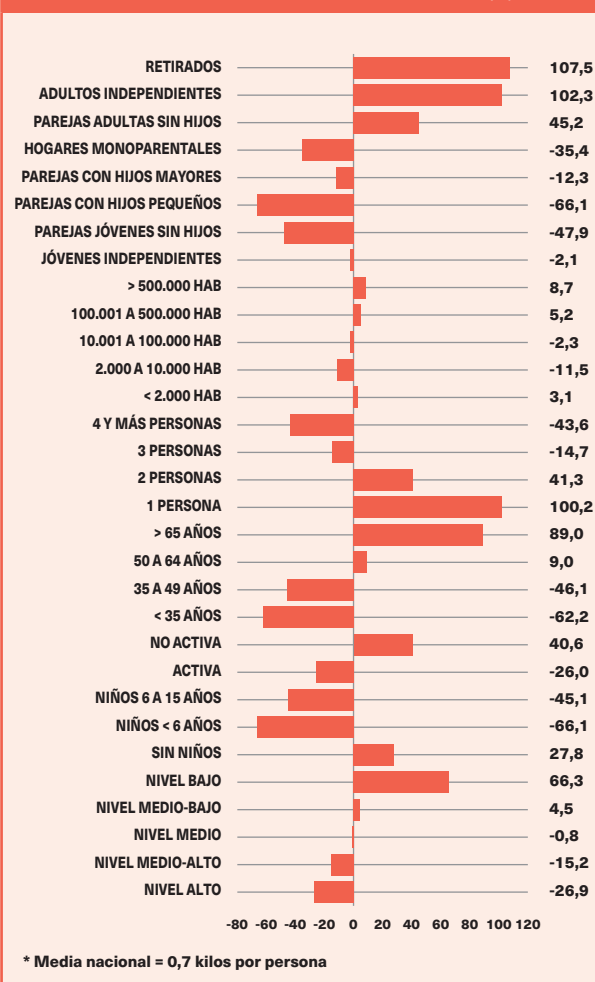
En términos per cápita, el consumo de productos navideños durante el año 2024 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de nivel alto cuentan con el consumo más reducido, mientras que los hogares de nivel bajo tienen el consumo más elevado.
- Los hogares sin niños/as consumen más cantidad de productos navideños, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños/as menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos navideños es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos navideños es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos navideños, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el tamaño del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de productos navideños, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos entre 2.000 y 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales, entre las parejas con hijos mayores, y en el caso de los jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Navarra y Cataluña cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, Murcia y Castilla-La Mancha.

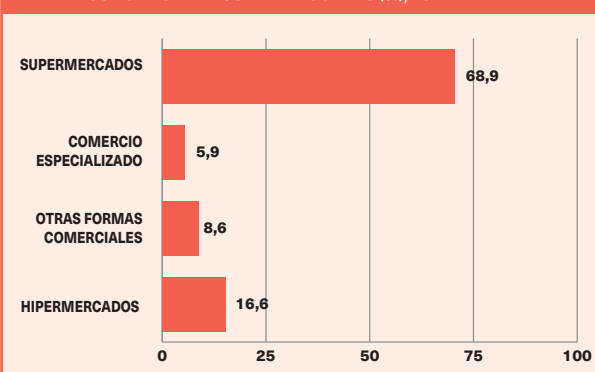
CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2024 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos navideños a los supermercados (68,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 16,6%. Los establecimientos especializados acaparan el 5,9%, y las otras formas comerciales concentran el 8,6% restante. ■

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2024



Jijona Turrón de Alicante

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS



ZONA GEOGRÁFICA: Estas IGP amparan la producción de ambos turrone en el término municipal de Jijona (Alicante), con una superficie de 16.129 hectáreas, si bien las materias primas pueden proceder de toda la Comunidad Valenciana.

CARACTERÍSTICAS: El turrón de Jijona se elabora mezclando almendras de las variedades Valenciana, Mallorca, Marcana, Mollar y Planeta, miel pura de abeja y azúcar. La categoría Suprema contiene un mínimo del 64% de almendras y un 10% de miel, y Extra un 60% de almendras y un 10% de miel. El turrón de Alicante incluye –además de almendras, miel pura de abejas y azúcar– clara de huevo y oblea. En este tipo de turrón la categoría Suprema contiene, como mínimo, un 60% de almendras y la Extra un 46%.

DATOS BÁSICOS: La producción de turrón es de 5 millones de kilos anuales, de los que el 88% se comercializa en España y el resto se exporta. A su vez, el 47% de los turrone protegidos se comercializa como turrón de Alicante y el 53% como turrón de Jijona. En el Consejo Regulador figuran 23 industrias.

Mazapán de Toledo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Se extiende a la totalidad de la provincia de Toledo, en la Comunidad de Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: El mazapán de Toledo es la masa fina y compacta resultante de la mezcla de almendras crudas, peladas y molidas, con azúcar

en sus distintas clases, que se emplea como base de una variada serie de dulces típicos toledanos. Sus presentaciones se obtienen mediante un proceso de batido o moldeo manual o mecánico de la masa del mazapán, seguido de horneado o cocción, hasta obtener el aspecto requerido en cada caso. A veces la masa contiene un relleno o se presenta recubierta de otros productos. Las presentaciones tradicionales son: mazapán con relleno, mazapán recubierto, figuritas de mazapán, anguilas, delicias de mazapán, marquesas, empiñonadas, pasteles yema, pasteles gloria y pasta para sopa de almendra.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador existen 6 empresas elaboradoras que producen una media anual de 650.000 kilos de mazapán con IGP, de los que el 90% se comercializa en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.



Torró d'Agramunt

(Turrón de Agramunt)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la zona de producción y elaboración de turrón en el término municipal de Agramunt, al oeste de la provincia de Lleida.

CARACTERÍSTICAS: La categoría Suprema contiene un 60% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La categoría Extra se compone de un 46% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La elaboración se inicia con la cocción de la miel y, en su caso, el azúcar y la glucosa con clara de huevo. A continuación se incorporan las avellanas o las almendras. Se trabaja la pasta para formar tabletas redondas o rectangulares recubiertas de oblea. Las tabletas se comercializan en formatos que van de 15 g a 1 kg.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 6 empresas que elaboran y comercializaron en el 2023 86.300 kilos de turrón con IGP Turrón de Agramunt.