



Good food, Good life

Nota de Prensa

Esplugues de Llobregat (Barcelona), 27 de febrero 2025

Nestlé en España¹ 2024

Nestlé en España consolida el crecimiento y vende un 4,1% más

- La Compañía cierra el año con una cifra de negocios de 2.582 millones de euros.
- Las exportaciones marcan un hito y, por primera vez, rebasan la cifra de los 1.000 millones de euros.
- Nestlé ha invertido 76 millones de euros en España. La mayor parte se destinaron a impulsar sus diez fábricas en el país que, en los últimos tres años, ya han recibido más de 205 millones de euros en inversiones.

Nestlé en España cerró el ejercicio 2024 con una cifra total de negocios de 2.582 millones de euros, un 4,1% más con respecto al año anterior en términos comparables². Un año más, una elevada volatilidad y el incremento del precio de materias primas clave como el café y el cacao marcaron el ejercicio. Si bien es cierto que la inflación mostró signos de estabilización, continuó siendo elevada y afectando al poder adquisitivo de los consumidores. En este contexto, la búsqueda de eficiencias para generar recursos e incrementar sustancialmente el apoyo a sus marcas fue clave para consolidar la senda del crecimiento. Así pues, las ventas locales también aumentaron y ascendieron a los 1.544 millones de euros (+1,7%).

Por su parte, las exportaciones marcaron un hito. Crecieron un 7% respecto al año anterior y, por primera vez, sumaron más de mil millones de euros a la cifra de negocios (1.038 millones de euros). En valor, ya representan el 40% de las ventas totales.

"A pesar de un entorno cambiante y retador, Nestlé en España ha cerrado el año con una sólida cifra de negocios, gracias al impulso que hemos dado a nuestras marcas. Las hemos apoyado con más promociones y reforzado con una mayor presencia a nivel de comunicación, y esto ha sido clave para acercar aún más el valor de nuestros productos al consumidor", destaca Jordi Llach, director general de Nestlé España.

Una apuesta por España y por la Alimentación Sostenible

En 2024, Nestlé mantuvo el ritmo de inversiones en España, que superaron los 76 millones de euros. La mayor parte de estas, 67 millones, se destinaron a sus diez centros

¹Estos datos reflejan la actividad comercial conjunta de Nestlé España SA y Cereal Partners España AEIE (50%).

²Las cifras de 2023 excluyen las ventas del negocio de pizzas debido a su desinversión en 2023, por lo que el crecimiento 2024 se ha recalculado a efectos comparativos.

de producción³ en España. El resto, 9 millones de euros, se invirtieron en las áreas de administración, ventas y tecnologías de la información, reflejando la transformación organizativa en la que está inmersa la Compañía para seguir a la vanguardia, también en materia de digitalización.

Nestlé, que se alzó con el premio *Randstad Award* como la empresa del sector alimentación y bebidas más atractiva para trabajar en 2024, fue reconocida también como la compañía con mejor reputación del sector de la alimentación en España por MERCO, el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa. El compromiso con la Alimentación Sostenible y las acciones para alcanzar las cero emisiones netas en 2050 fueron algunas de las iniciativas que contribuyeron a liderar este ranking.

“Estamos creciendo y es importante destacar cómo lo estamos haciendo. Hemos mantenido el ritmo inversor en nuestras fábricas españolas. En los últimos tres años, ya han recibido más de 205 millones de euros en inversiones y, al mismo tiempo, seguimos impulsando numerosos proyectos a lo largo de toda la cadena de valor de nuestros productos para liderar el camino hacia una alimentación sostenible. Creemos en ello y no entenderíamos el crecimiento de otro modo”, remarca Llach.

En esta línea, la Compañía anunció la construcción de una segunda caldera de biomasa en su fábrica de café en Girona para revalorizar todos los posos de café que se obtienen durante la fabricación del café soluble. También amplió la capacidad de producción de vapor de la caldera de biomasa instalada en su planta de La Penilla de Cayón (Cantabria) e instaló su tercer parque solar fotovoltaico para autoconsumo en su embotelladora de NESTLÉ AQUAREL, ubicada en Herrera del Duque (Badajoz). Además, más de la mitad de las granjas de la cornisa cantábrica que proveen de leche a la Compañía redujeron en más de 43.600 toneladas las emisiones de CO₂ equivalente, desde 2021 hasta finales del año pasado, tras implementar medidas de reducción de emisiones. En el camino hacia la descarbonización del transporte, y tras la implementación de un piloto de 6 rutas en 2023, la Compañía finalizó el año con 42 rutas consolidadas como de cero emisiones (eléctricos) o bajas emisiones (HVO), lo que ha permitido una reducción de 9.000 toneladas de CO₂ equivalente al año.

Por otro lado, Nestlé sigue impulsando la agricultura regenerativa. Las salsas de tomate SOLÍS ya se elaboran en su fábrica de Miajadas con el 100% de tomates extremeños cultivados con prácticas regenerativas en las Vegas del Guadiana (Extremadura), al igual que el 80% del trigo con el que se elaboran las papillas de cereales infantiles.

La marcha de los negocios

En 2024, los negocios continuaron apostando por las innovaciones que, un año más, contribuyeron al crecimiento, aportando un 9,8% a las ventas locales.

Por categorías, el negocio de Cafés cerró el ejercicio con una evolución positiva del mercado, pese a los desafíos del sector, debido sobre todo al aumento del precio de las materias primas. Cafés creció en volumen, número de tazas consumidas, destacando especialmente la evolución en las gamas de café soluble y tostado. En el segmento de café soluble, la celebración del 40 aniversario de *El Sueldo para toda la vida* de NESCAFÉ fue un evento clave que permitió a la marca seguir conectando de manera significativa con los consumidores. Además, en el segmento de cápsulas de café, NESCAFÉ DOLCE GUSTO continuó creciendo en volumen, manteniendo su liderazgo en el segmento de máquinas de porciones de café con su propuesta de multibebidas de alta calidad.

³ Nestlé en España cuenta con 10 centros de producción ubicados en: Pontecesures (Pontevedra), Sebares y Gijón (Asturias), La Penilla (Cantabria), Miajadas (Cáceres) y Herrera del Duque (Badajoz), Girona y Viladrau (Girona), Reus (Tarragona) y Castellbisbal (Barcelona).

Por su parte, Nespresso España logró aumentar sus ventas gracias al impulso de su sistema revolucionario VERTUO LINE que, desde su lanzamiento, sigue creciendo a doble dígito. Además, Nespresso siguió apostando por la innovación en 2024 y, por primera vez, lanzó una variedad con el nombre de una ciudad española, *Cádiz Espresso*, para homenajear la cultura y tradición cafetera del país.

El negocio de Cereales para el Desayuno, que celebró el 40 aniversario de la marca CHOCAPIC en España, siguió apostando por la innovación como uno de los pilares fundamentales del negocio. Innovaciones como los cereales TRIX, NESQUIK MIX, así como la consolidación del reciente lanzamiento de FITNESS 0% Azúcares Añadidos marcaron el año.

La categoría de chocolates siguió creciendo en valor, al igual que Chocolates Nestlé. Las tabletas y los snacks fueron los principales impulsores de este crecimiento en las ventas. Además, marcas como NESTLÉ CAJA ROJA y KITKAT, con innovaciones relevantes para los consumidores, continuaron aumentando su participación en el mercado.

En Culinarios, destacó el crecimiento de las salsas de tomate SOLÍS, que ganó cuota de mercado e irrumpió en la categoría del ketchup, cosechando muy buenos resultados. La enseña *plant-based* de la Compañía, GARDEN GOURMET, también ganó cuota de mercado y siguió dinamizando la categoría con lanzamientos como *Veggie Balls* o la mini *Spinach Burger*. Por su parte, BUITONI cerró el año con una campaña de Navidad que superó la del ejercicio anterior. El sólido liderazgo en el segmento de obleas (masa para empanadillas) quedó demostrado con la buena acogida del lanzamiento de *Obleas Argentinas* BUITONI y el exitoso retorno de la *Oblea Original*, tan demandada por los hogares españoles.

En 2024, el negocio de Nutrición reportó un sólido crecimiento, superando la tendencia de mercado y consolidando su posición de liderazgo en el sector. En la categoría de Nutrición Infantil, Nestlé lideró la ganancia de cuota de mercado. Las fórmulas infantiles y suplementos fueron el motor de este crecimiento, impulsadas por el lanzamiento de NAN *SupremePro Sinergy*, la fórmula más avanzada de Nestlé y de mayor crecimiento en el mercado, además del respaldo a marcas icónicas como NIDINA. El negocio también reforzó el liderazgo de sus cereales infantiles, desarrollando nuevas variedades sin azúcares añadidos y avanzando en su iniciativa de agricultura regenerativa con agricultores locales.

Por su parte, NESQUIK continuó dinamizando la categoría de cacao soluble gracias a la innovación con el lanzamiento de dos nuevas variedades: NESQUIK *Fresa* y NESQUIK *Jungly*.

Nestlé Health Science, la división de la Compañía que desarrolla soluciones adaptadas a las necesidades nutricionales específicas de las personas en base a la evidencia científica, creció especialmente gracias a los excelentes resultados de Consumer Care, con marcas como SOLGAR, PURE ENCAPSULATION o VITAL PROTEINS, que crecieron y ganaron participación de mercado en todos los canales. En el área de Nutrición Clínica, Nestlé Health Science siguió creciendo en la categoría de adultos y de pediatría, reforzando su posicionamiento como experto en proteínas de calidad. Desde 2024, y tras una inversión de 7 millones de euros, la planta de Nestlé en Sebares (Asturias) ha empezado a fabricar la gama MERITENE DRINK, destinada tanto al mercado español como a su exportación a Europa.

En el ámbito de la hostelería, Nestlé ha continuado su trayectoria de éxito, consolidando el crecimiento de Nestlé Professional. A pesar de que el mercado en 2024 se ha estabilizado tras años de fuerte crecimiento, la división de la Compañía dedicada a Fuera del Hogar ha mantenido su impulso y ha logrado crecer superando el promedio del mercado reafirmando así su compromiso con el canal HORECA.

En la categoría de alimentación para mascotas, Purina ha consolidado, un año más, un sólido resultado con crecimientos relevantes en las dos áreas de negocio, la dedicada al canal *Grocery* y la del canal Especializado. Además de reafirmar la tendencia positiva de los últimos años, Purina ha conseguido un hito histórico al alcanzar, por primera vez, el liderazgo en el canal *Grocery* en España en 2024. La buena salud de sus marcas estratégicas, GOURMET, FELIX, PRO PLAN y ONE, sigue siendo el motor de crecimiento del negocio.

Por último, Nestlé Waters and *Premium Beverages* creció por cuarto año consecutivo, con un comportamiento positivo en todas sus líneas de negocio. El negocio siguió ganando cuota de mercado tanto en *Retail* como en la hostelería.

Acerca de Nestlé

Nestlé está presente en 185 países de todo el mundo y cuenta con 277.000 empleados, firmemente comprometidos con el propósito de desarrollar todo el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida, hoy y para las futuras generaciones. Su oferta de productos y servicios cubre las necesidades nutricionales de las personas y de sus mascotas en todas las etapas de la vida.

En España, Nestlé instaló su primera fábrica en La Penilla de Cayón (Cantabria) en 1905. En la actualidad, cuenta con 10 centros de producción distribuidos en 5 Comunidades Autónomas. Con una facturación de 2.582 millones de euros y una plantilla media de 4.060 personas en 2024, Nestlé lidera el mercado alimentario español con una amplia gama de productos: alimentos infantiles, lácteos, chocolates, cafés y bebidas a base de cereales, culinarios, cereales para el desayuno, aguas minerales, especialidades de nutrición clínica y alimentos para mascotas.