

Paulig alcanza ingresos récord en 2024 y refuerza su expansión con adquisiciones estratégicas

- **Paulig impulsa su crecimiento en un mercado desafiante con un aumento del 2,7 % en ingresos, alcanzando los 1.200 millones de euros**
- **La compañía apuesta por su presencia en el sector de alimentos asiáticos con la adquisición de Panesar Foods y Conimex en Europa**
- **Paulig refuerza su compromiso con la sostenibilidad y el futuro con una reducción del 28 % en emisiones y la meta de alcanzar el Net Zero en 2045**

Berga, 20 de febrero de 2025 – El año 2024 fue un año fuerte para Paulig, marcado por su éxito en navegar un entorno de mercado desafiante y dinámico. Los ingresos alcanzaron su nivel más alto hasta la fecha, creciendo un 2,7 % hasta los 1.200 millones de euros en comparación con el año anterior, con un EBITDA comparable de 132,6 millones de euros. El beneficio operativo ascendió a 78,9 millones de euros, lo que representa un 6,6 % de los ingresos. Esto refleja la fortaleza de las marcas de Paulig y su negocio de marcas de terceros, así como la confianza que los clientes y consumidores depositan en sus productos.

Cifras clave en 2024

- Los ingresos de Paulig aumentaron un 2,7 %, alcanzando 1.198,9 millones de euros (1.167,6).
- Del total de ingresos, el 48 % (49 %) provino de los países nórdicos y el 52 % (51 %) de otros países.
- El EBITDA comparable disminuyó un –3,4 %, situándose en 132,6 millones de euros (137,2), lo que representa un 11,0 % de los ingresos (11,8 %).
- El beneficio operativo según IFRS fue de 78,9 millones (90,1).
- El beneficio neto fue de 67,0 millones (89,1).
- Los flujos de efectivo de las actividades operativas (según IFRS) ascendieron a 90,4 millones (125,9).

“En 2024 cumplimos con éxito nuestra estrategia de crecimiento, alcanzando los mayores ingresos en la historia de Paulig. El entorno de mercado sigue siendo desafiante, especialmente debido a la volatilidad de los precios del café verde a lo largo del año y a un fuerte aumento de precios en el cuarto trimestre, además de la inestabilidad geopolítica. A pesar de estas condiciones, hemos creado una base sólida para un crecimiento rentable y sostenible”, señala **Rolf Ladau, CEO de Paulig**.

En octubre, Paulig adquirió Panesar Foods, un fabricante británico de salsas, salsas picantes y condimentos, con el fin de acelerar su crecimiento en la categoría de alimentos asiáticos. En

diciembre, Paulig también acordó la adquisición de Conimex, una marca líder en los Países Bajos, propiedad de Unilever.

“Nuestra estrategia, basada en la visión de dar forma a la cultura gastronómica popular, nos permite ampliar diferentes tendencias alimentarias y facilitar que nuestros consumidores las disfruten en casa o en restaurantes. Con la adquisición de Panesar Foods y Conimex, estamos preparados para expandirnos en la categoría de alimentos asiáticos en el mercado europeo y hacer realidad nuestra visión”, explica **Rolf Ladau**.

Inversiones en crecimiento futuro y sostenibilidad

Paulig tiene la ambición de convertirse en una de las empresas de alimentos y bebidas de más rápido crecimiento en Europa y en un líder sostenible en la industria. Para alinearse con estos objetivos, en 2024 la empresa introdujo una nueva estructura organizativa diseñada para optimizar la asignación de recursos, fortalecer capacidades clave y agilizar la toma de decisiones.

Como parte de esta reestructuración, las ventas de Paulig se dividieron en dos áreas de negocio. El Branded Business Area (Área de Negocio de Marcas Propias): incluye las marcas propias de Paulig, como Santa Maria y Paulig. Esta área representó el 59 % de los ingresos, impulsada por el aumento en los volúmenes de ventas y la recuperación en este segmento respecto al año anterior. El Customer Brands Business Area (Área de Negocio de Marcas de Clientes): se centra en marcas de distribuidor, marcas de fabricante y clientes industriales..

“Con la nueva estructura organizativa y las adquisiciones, Paulig está bien posicionado para impulsar el crecimiento en 2025”, afirma **Rolf Ladau**.

A lo largo del año, Paulig ha seguido mejorando la eficiencia de sus operaciones. Su programa de transformación empresarial ha avanzado según lo previsto, con inversiones en automatización, expansión de capacidad y sostenibilidad. Entre estas inversiones se incluyen mejoras en los procesos de tostado en Finlandia, ampliación de la fábrica en Estonia y nueva línea de producción en España.

Como parte de su compromiso con la sostenibilidad, Paulig logró su objetivo de reducir en un 28 % sus emisiones de gases de efecto invernadero en sus propias operaciones en comparación con 2018. Además, la empresa estableció una nueva meta a largo plazo: alcanzar emisiones Net Zero para 2045. En 2024, Paulig se centró en reducir emisiones en las principales cadenas de valor, incluyendo el trigo, el maíz, el café y la logística.

La información presentada en este comunicado de prensa no ha sido auditada.

El informe anual de Paulig, que incluirá los estados financieros y el informe de sostenibilidad, se publicará el 28 de marzo de 2025.

Contacto de prensa

Verónica Ballesteros

Communications Manager – Spain

veronica.ballesteros@paulig.com - +34 935902622

Acerca de Paulig

Paulig es una empresa internacional de alimentos y bebidas que está impulsando una nueva cultura gastronómica sostenible, buena tanto para las personas como para el planeta. Paulig ofrece productos sabrosos en las categorías de Tex Mex, snacks, café, cocina internacional y especias. Las marcas propias incluyen Paulig, Santa Maria, Risenta, Poco Loco y Zanuy. Paulig también fabrica productos para sus clientes de marca de distribuidor, marca de fabricante e industriales.

En 2024, las ventas de Paulig ascendieron aproximadamente a 1.200 millones de euros. Fundada en 1876, Paulig es 100 % propiedad de la familia Paulig. La empresa cuenta con 2.500 empleados apasionados en 13 países, todos trabajando con el propósito de ofrecer una vida llena de sabor.