

ElPozo Alimentación aumenta su facturación un 5,7 por ciento en el ejercicio 2025 hasta alcanzar los 1.950 millones de euros

Su plantilla se sitúa en las 5.528 personas de empleo directo y su actividad empresarial genera más de 20.000 puestos de trabajo indirectos

28 de julio de 2026.- ElPozo Alimentación ha consolidado su crecimiento durante el ejercicio 2025 al incrementar su facturación un 5,7 por ciento, hasta alcanzar los 1.950 millones de euros, impulsada por su apuesta por la innovación, el fortalecimiento de sus marcas, la competitividad y la diversificación de su oferta.

Durante el ejercicio 2025, la compañía realizó inversiones por valor de 43,4 millones de euros destinadas a potenciar su capacidad productiva, la innovación, la sostenibilidad y la mejora continua de sus instalaciones y procesos.

Su plantilla media se sitúa en las 5.528 personas y su actividad empresarial genera más de 20.000 puestos de trabajo indirecto.

ElPozo consolida su liderazgo y ya lleva once años consecutivos como la marca más presente en los hogares españoles. Actualmente, está presente en el 73,2 por ciento de los hogares y se convierte en la única marca que mantiene de forma sostenida el mayor nivel de penetración en España, lo que refleja su fortaleza en el mercado nacional.

Además, ElPozo destaca como la marca de gran consumo que mejor evoluciona, según recoge la edición 2026 del informe *Brand Footprint* de Worldpanel by Numerator, el estudio de referencia basado en compras reales. En este sentido, la marca supera los 112 millones de contactos.

La marca está presente en los cinco continentes gracias a que se ha centrado en ofrecer al consumidor soluciones saludables, sabrosas, sencillas de preparar y sostenibles, es decir, las cuatro "eses". Las ventas internacionales representaron en 2025 el 19 por ciento de la facturación y el 22 por ciento del volumen comercializado.

Uno de sus principales objetivos es convertirse en la marca y empresa de alimentación favorita de sus principales grupos de interés: consumidores y clientes, empleados, proveedores, sociedad en general e inversores, tanto en España como en el exterior.

ElPozo Alimentación desarrolla su estrategia de marca en torno al Deporte, la Cultura y la Gastronomía. En el ámbito deportivo, la compañía es patrocinadora oficial de la Selección Española masculina y femenina de fútbol, reafirmando su compromiso con los valores del deporte y los hábitos de vida saludables. En un año histórico para el fútbol español, marcado por la conquista del Campeonato del Mundo por parte de la Selección Española masculina, ElPozo ha acompañado este éxito desde su condición de patrocinador oficial, reforzando una alianza que conecta la marca con millones de aficionados.

Además, el tenista Carlos Alcaraz es embajador de la marca ElPozo, mientras que la jugadora de fútbol Olga Carmona es prescriptora de ElPozo Bienstar. La compañía impulsa también el proyecto ELPOZO Pole Position, una iniciativa de apoyo al talento del motociclismo murciano que cuenta con Pedro Acosta y Fermín Aldeguer, en MotoGP; Máximo Quiles y Álvaro Carpe, en Moto3; y Ana Carrasco, referente del motociclismo femenino.

En el ámbito cultural, el actor José Coronado y el escritor Javier Castillo son prescriptores de Legado Ibérico; la actriz Belén Rueda protagoniza la campaña de ElPozo Extratiernos; y el grupo Viva Suecia es la imagen de ElPozo 1954. En el apartado gastronómico, la chef Samantha Vallejo-Nágera es prescriptora de ElPozo 1954 y ElPozo Cocina.

Durante el ejercicio 2025, ElPozo Alimentación continuó reforzando su apuesta por la innovación con el lanzamiento de nuevas referencias de alto valor añadido, alineadas con las tendencias de consumo y las demandas del mercado. Entre ellas destacan la ampliación de la gama ElPozo 1954 Premium Gourmet Natural Sin Aditivos con la incorporación de la Pechuga de Pollo, las nuevas soluciones Carne de Kebab y Pechuga de Pollo Kebab lonchas, la gama de Carne Madurada y Hamburguesas Premium, así como nuevas variedades dentro de su propuesta de quesos.

Esta estrategia ha sido reconocida por consumidores y sector. Cuatro de sus gamas obtuvieron el sello Producto del Año 2026 (Charcutería Selecta Legado Ibérico, ElPozo 1954 Premium Gourmet Natural Sin Aditivos, ExtraTiernos y La Croquetería) y, además, la gama ElPozo 1954 Premium Gourmet Natural Sin Aditivos recibió el premio InnovaCción de Promarca, que distingue las propuestas más innovadoras del gran consumo en España.

Asimismo, la compañía continúa impulsando ámbitos estratégicos como la inteligencia artificial, la ciberseguridad y el desarrollo del talento digital, reforzando su competitividad y capacidad de transformación para afrontar los retos del futuro.