

ORIOI PLA

RESPONSABLE DE MARKETING DE TORRAS

“Impulsaremos el crecimiento con lanzamientos diferenciales y rompedores”

Balance 2025

Este último año ha sido de crecimiento para la empresa, con un incremento de la facturación del 35%, hasta alcanzar los 25 millones de euros frente a los 18 millones del año anterior. Aun así, ha sido un ejercicio complejo, en el que hemos tenido que tomar decisiones y buscar ser más eficientes ante el aumento de los costes de materias primas, con el objetivo de evitar trasladar esas subidas al consumidor final.

Perspectivas 2026

Para 2026 prevemos impulsar el crecimiento con una batería de lanzamientos diferenciales y rompedores dentro del mercado actual del chocolate.

Horizontes

Prevemos una estabilización gradual de los costes de las materias primas, lo que permitirá planificar con mayor seguridad la estrategia comercial e industrial. Persistirá una elevada sensibilidad al precio y a las promociones, aunque el consumidor seguirá priorizando la calidad y las propuestas diferenciales. En este contexto, se avanzará hacia la eficiencia en costes, la innovación, el valor añadido y la sostenibilidad, factores determinantes para diferenciar a las marcas que realmente aporten algo nuevo.

Pilares estratégicos

A corto y medio plazo priorizamos la recuperación de la estabilidad tras la crisis del cacao, apoyándonos en la moderación de precios para planificar con mayor claridad. Reforzamos la eficiencia y la modernización productiva para mantener la competitividad sin renunciar a la calidad. La innovación sigue siendo un eje clave, con foco en productos sin azúcar, ingredientes más naturales y formatos con valor. También fortalecemos el papel de la marca y nuestro posicionamiento como especialistas.

Marcas

Las marcas de fabricante siguen siendo clave por su capacidad de ofrecer especialización, innovación

y confianza. En un entorno con lineales cada vez más saturados, la diferenciación real -a través de ingredientes, formulaciones o experiencia- es esencial para aportar valor al consumidor.

Innovación

Desde sus inicios, Chocolates Torras ha sido pionera en innovación. Fuimos el primer fabricante español en utilizar maltitol como edulcorante, el primero en Europa en incorporar stevia y el primer fabricante mundial en salir al mercado con un chocolate orgánico sin azúcar. Este enfoque nos ha permitido diferenciarnos y liderar nuevas tendencias en la categoría.

Personas

Las personas son el eje de la compañía y la base de nuestra identidad; sin nuestros trabajadores no seríamos lo que somos. Como empresa pequeña, contamos con una plantilla reducida y con poca rotación, lo que favorece la cohesión, el conocimiento compartido y el sentido de pertenencia. Esta estabilidad se refleja en un profundo conocimiento de productos y procesos. La certificación IFS lo respalda, con procedimientos claros y estándares internacionales que refuerzan nuestra cultura.

Desafíos

El primer gran desafío es la volatilidad del cacao: aunque los precios comienzan a moderarse, las compras realizadas en 2025 siguen impactando en costes y nos obligan a gestionar márgenes con máxima eficiencia. El otro es la fuerte saturación del mercado del chocolate, con un consumidor que demanda novedades constantes en un entorno muy competitivo. Ante ello, apostamos por una innovación continua pero coherente, con propuestas que aporten sentido y nos permitan destacar sin perder nuestra identidad.

