

Noel supera los 700 millones de euros de facturación en 2025 y consolida su expansión internacional

- El grupo alcanza una facturación récord de 727 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 9,5% en comparación con el ejercicio anterior
- Los productos cárnicos siguen representando el principal motor de negocio, con una relevancia especial del jamón cocido loncheado, donde la compañía ha alcanzado una cuota del 23,9% en el mercado nacional, consolidándose como el fabricante con más impulso del sector
- La internacionalización sigue siendo un eje estratégico y las exportaciones ya engloban aproximadamente el 50% de la facturación total
- Durante el último ejercicio, la empresa ha invertido 28,3 millones de euros en mejoras estructurales, operativas, tecnológicas y medioambientales

Sant Joan les Fonts. 21 de julio de 2026.

Noel, uno de los grupos de alimentación de referencia tanto a nivel nacional como internacional, con sede en Sant Joan les Fonts, Girona, ha cerrado el ejercicio 2025 revalidando su solidez dentro del sector agroalimentario, registrando una cifra de negocio récord de 727 millones de euros y un volumen de producción de 134.848 toneladas, que suponen un incremento del 9,48% y del 6%, respectivamente, en comparación con el año anterior. Estos resultados confirman el éxito de la estrategia de la compañía, que se basa en la solidez de su división cárnica, pilar principal de su actividad económica, combinada con una clara apuesta por la innovación y la diversificación en otras categorías de alimentación, así como una firme visión internacional.

En palabras de Albert Boix, codirector general de Noel, “el 2025 ha sido un año en el que hemos continuado consolidando nuestro modelo empresarial y que ha dado como resultado una excelente evolución de la división cárnica, motor de nuestro negocio, así como un crecimiento en mercados exteriores, que ya supone aproximadamente la mitad de la facturación”. Por su parte, Xavier Boix, también codirector general, añade que “basándonos en una filosofía de innovación constante y con la mirada puesta en el futuro, continuamos impulsando proyectos estratégicos de diversificación para desarrollar nuevas categorías de alimentación y hacerlas llegar a todo el mundo”.

Fundada en 1940, las raíces de la compañía se sitúan en una pequeña carnicería en Olot y, desde entonces, no ha dejado de crecer con un propósito claro: promover, de una manera sostenible, el

desarrollo de las personas a través de la alimentación. Actualmente, Noel continúa como uno de los grandes referentes del sector agroalimentario, encabezada por la cuarta generación de la familia Boix-Bosch, con una plantilla de unos 3.000 colaboradores, 16 centros de producción repartidos por el territorio español y actividad en más de 60 países.

Referentes en el sector cárnico y presencia internacional

La división cárnica continúa representando el negocio principal del grupo, con especial relevancia en la producción de cocidos, donde ha seguido creciendo en el mercado nacional, alcanzando una cuota de jamón cocido loncheado del 23,9% en 2025, superando el 22,7% conseguido el año anterior. Un liderazgo que también se refleja en la confianza del consumidor, ya que según el reciente informe Brand Footprint 2025, el principal estudio del sector basado en los hábitos de compra de las familias, elaborado por la consultora Worldpanel by Numerator -Kantar-, Noel se sitúa dentro del Top 50 de las marcas de gran consumo más elegidas en España, concretamente en la 32ª posición, avanzando seis posiciones respecto al año anterior.

En el ámbito geográfico, España sigue liderando las ventas de la compañía con una facturación de 380 millones de euros, cifra que supone un incremento del 10,1% respecto a 2024. En paralelo, la empresa reafirma con fuerza su estrategia de expansión global y, actualmente, las exportaciones ya generan aproximadamente el 50% de los ingresos totales, con el mercado europeo jugando un papel estratégico fundamental en este impulso internacional.

Inversión con visión de futuro

Para acompañar y consolidar el desarrollo de su actividad, Noel ha destinado un total de 28,3 millones de euros a diferentes proyectos con el objetivo de potenciar su capacidad productiva, optimizar los procesos operativos y dar un paso adelante significativo en el ámbito de la digitalización y la sostenibilidad.

Entre las principales inversiones destacan una línea automatizada para producir nuevos formatos de *snacking* presentados en vasitos y equipamientos destinados a la gestión ambiental como la construcción de dos nuevas depuradoras de agua, una en la planta principal que el grupo tiene en Sant Joan les Fonts y la otra en El Cierzo, la planta de embutidos curados que la compañía tiene en Teruel.

Por otra parte, esta mirada a largo plazo se ha complementado de forma directa con inversiones en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), y con el despliegue de tecnologías de la industria 4.0 en las diferentes plantas de producción de Noel. Un ejemplo es el proyecto de digitalización de la planta de despiece situada en Olot, para avanzar hacia un sistema que permita una gestión integral de los procesos, una mayor trazabilidad del producto y el acceso a datos en tiempo real, para una toma de decisiones más rápida y precisa.

Finalmente, el crecimiento de este año se ha reforzado mediante operaciones inorgánicas clave, como la entrada en el accionariado de la firma familiar abulense Garrudo Benito, un paso estratégico para impulsar la presencia del grupo en el segmento del jamón y los embutidos ibéricos *premium*, o la adquisición de Ramadera Welfare, empresa dedicada a la cría y engorde de porcino, con la que la compañía continúa ampliando su presencia en el sector primario, garantizando así una trazabilidad completa y los máximos estándares de alimentación, genética y bienestar animal, desde el origen.

Diversificación de negocio

En paralelo, Noel ha seguido impulsando con fuerza su estrategia para consolidarse en nuevas categorías de alimentación. En su conjunto, estas divisiones de negocio han generado una facturación total de 70,2 millones de euros durante el 2025, cifra que supone un incremento del 96,7% en relación con el ejercicio de 2024. De esta apuesta destaca especialmente la aportación de empresas participadas como Tap Tap Food y The Juicy Group, centradas en cremas, gazpachos, salsas y zumos vegetales *cold pressed*, respectivamente; así como en el ámbito de los platos preparados, Global Art Cooking, la sociedad con el reconocido chef catalán Nandu Jubany enfocada en la fabricación de croquetas y canelones *premium*.

En este sentido, la compañía ha llevado a cabo un esfuerzo adicional de inversión en proyectos de diversificación, destinando 16 millones de euros principalmente a dos grandes operaciones: por una parte, la puesta en marcha de una nueva planta de Global Art Cooking en Vic, y, por otra, la ampliación de las instalaciones de Tap Tap Food en Sant Joan les Fonts, líder en España en la fabricación de cremas vegetales refrigeradas, que le permitirá triplicar la producción de cremas y salsas para responder, sobre todo, a la alta demanda de mercados internacionales.

Un modelo centrado en las personas, el medioambiente y la sociedad

Con más de ocho décadas de historia, Noel reafirma su apuesta por un liderazgo guiado por un crecimiento responsable y sostenible. Se trata de un compromiso heredado del legado familiar, que ha velado siempre por una cultura corporativa fundamentada en valores como la calidad y la seguridad alimentaria, la innovación, la proximidad, el compromiso y la pasión. En esta línea, la compañía articula su estrategia de sostenibilidad en torno a tres grandes ejes: las personas, el medioambiente y la contribución social, con el firme propósito de generar un impacto positivo en toda la cadena de valor.

En el ámbito de las personas, la compañía trabaja para favorecer un entorno laboral seguro, inclusivo y que estimule tanto el crecimiento profesional como personal de sus equipos. Entre los hitos más destacados de este último ejercicio, sobresalen la obtención del certificado de Brecha Salarial Verificada por AENOR, que acredita la equidad retributiva y la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la habilitación de La Cantina, un restaurante corporativo diseñado para ofrecer menús equilibrados, que priorizan los productos de proximidad, a los colaboradores, fomentando así su bienestar en el puesto de trabajo, o el reconocimiento Great Place to Work,

que consolida a la empresa como un entorno laboral de excelencia basándose en el alto grado de confianza y satisfacción de las personas que forman parte de ella.

En relación con el medio ambiente, se han impulsado medidas concretas para minimizar el impacto de su actividad en el entorno. Uno de los hitos más importantes conseguidos ha sido la reducción del consumo de agua por tonelada de producto producida en más de un 25% en el periodo de 2020 a 2025. En cuanto a la aplicación de criterios de ecodiseño, en los últimos cinco años la compañía ha conseguido eliminar 329 toneladas de plástico del mercado, y ya utiliza un 50% de plástico reciclado en sus envases. Además, la empresa continúa trabajando en la reducción de su huella de carbono y en la adopción de energías renovables, donde destaca la reducción de un 6,7% de la energía consumida por tonelada producida, así como la adhesión al proyecto *Lean & Green*, una iniciativa europea impulsada en España por AECOC para fomentar una logística más sostenible, y a través de la cual se ha comprometido a reducir un 20% sus emisiones en cinco años.

Respecto a la acción social, Noel sigue promoviendo su compromiso con la comunidad, principalmente a través de la labor de sus dos fundaciones. En primer lugar, la [Fundación Albert Bosch](#), que promueve la investigación y la búsqueda de soluciones medicoquirúrgicas para el cáncer, especialmente el infantil, y que a lo largo de sus veinte años de historia ha destinado más de 2,3 millones de euros a diversos proyectos de investigación en este campo. Durante el 2025, la fundación ha alcanzado un hito clave con la finalización e inauguración de su ambicioso proyecto *Realidad mejorada*, que ha permitido la remodelación integral del Área de Oncohematología Pediátrica del Hospital Universitario Vall d'Hebron de Barcelona, una actuación con un presupuesto total de 7,4 millones de euros, que ha alcanzado en colaboración con las fundaciones Aladina y Small. Con la mirada puesta en el futuro, la entidad ya ha puesto en marcha su próximo gran reto, el proyecto [El fichaje que nos falta](#), destinado a crear una nueva unidad de investigación de alto rendimiento en el Vall d'Hebron Institut de Recerca (VHIR) para acelerar el desarrollo de nuevos fármacos para pacientes oncológicos pediátricos.

Por otra parte, desde la [Fundación Maria Rosa Sans](#) apoya a los jóvenes con talento de la Garrotxa, mediante becas que les permitan acceder y cursar estudios universitarios, sin que el factor económico suponga un impedimento.

Finalmente, en el año 2025 Noel también se ha implicado en un total de 205 iniciativas, tanto de ámbito cultural como deportivo, en todo el territorio. Este firme compromiso social ha sido reconocido con el Trofeo Espiga, otorgado por la Fundación Farinera Girona a las empresas que integran la responsabilidad social en su actividad; o el premio Mercè Sala, concedido por la Fundación Factor Humà que reconoce a aquellas compañías que promueven un modelo de crecimiento que combina el compromiso con las personas, la innovación, la profesionalización, el arraigo al territorio y el retorno social.

Consulta la Memoria de Sostenibilidad 2025 de Noel [aquí](#).



Sobre Noel

Ubicada en Sant Joan les Fonts (Girona), Noel Alimentaria es un grupo de alimentación familiar de cuarta generación, especializado en la producción y distribución, tanto nacional como internacional, de jamón dulce y curado, embutidos, carnes y elaborados frescos, platos preparados, pizzas, cremas y zumos vegetales, entre otros.

Con una plantilla de unos 3.000 colaboradores, 16 centros de producción repartidos por toda España y actividad en 66 países con presencia en la gran distribución, el propósito de la compañía es promover, de manera sostenible, el desarrollo de las personas a través de la alimentación. Y lo hace ofreciendo a sus consumidores productos que cumplen cuatro premisas fundamentales: salud, conveniencia, placer de consumo y sostenibilidad.

Para más noticias de Noel, accede a su [sala de prensa](#).

Para más información:

LLYC

noel@llyc.global · 93 217 22 17

Violant Flores

vflores@llyc.global

Ainhoa Leyton

ainhoa.leyton@llyc.global

Blanca Aznar

blanca.aznar@llyc.global

Pol Urbiola

pol.urbiola@llyc.global