



Datos recogidos desde junio de 2025 hasta mayo de 2026

El consumo de helados en los hogares españoles crece un 11,7 % en el último año

- Cada residente en España consumió una media de 3,23 kilos o litros de helado y destinó 16,20 euros a su compra
- El consumo fuera del hogar crece en menor proporción, el 5,2 %

12 de agosto de 2026. La compra de helados para consumo doméstico registró un incremento en España durante el último año móvil (periodo que comprende los 12 últimos 12 meses disponibles, en este caso desde junio 2025 hasta mayo 2026). Los hogares españoles adquirieron 151,97 millones de litros de helado, un 11,7 % más que en el mismo periodo de 2025.

Este incremento elevó el valor del mercado hasta los 762,68 millones de euros, un 16,3 % más que un año antes. El precio medio se situó en 5,02 euros por litro, un 4,1 % superior al registrado en el mismo periodo del año anterior.

Cada residente en España consumió una media de 3,23 litros de helado y destinó 16,2 euros a su compra. En comparación con el mismo periodo del año anterior, el consumo per cápita aumentó un 11,2 % y el gasto medio por persona lo hizo un 15,7 %.

EL CONSUMO SE CONCENTRA EN LOS MESES DE MAYOR TEMPERATURA

El consumo de helados presenta una marcada estacionalidad y concentra su mayor intensidad durante los meses de primavera y verano. Según los últimos datos, el 81,6 % del volumen total de helados se consume entre abril y septiembre, coincidiendo con el periodo de temperaturas más elevadas.

Julio es el mes con mayor peso en el consumo anual, al concentrar el 20 % del volumen total, seguido de junio (17,8 %) y agosto (17,1 %). La demanda comienza a incrementarse a partir de marzo y abril, alcanza su máximo durante los meses de junio y julio y desciende progresivamente a partir de agosto.



Esta evolución también se refleja en el consumo per cápita mensual. En julio, cada persona consume una media de 0,65 litros de helado, mientras que en agosto la cifra alcanza los 0,56. Durante los meses de invierno, el consumo desciende hasta situarse entre 0,06 y 0,09 litros por persona.

COMPRA MAYORITARIA EN LOS SUPERMERCADOS

El supermercado se mantiene como el principal canal de compra de helados para consumo doméstico. Concentra el 87,6 % del volumen total adquirido por los hogares españoles, muy por delante del hipermercado, cuya cuota se sitúa en el 8,2 %, mientras que el resto de los canales representa una participación más reducida.

El precio medio del helado alcanzó los 5,02 euros por kilo o litro. El supermercado registró el precio medio más competitivo, con 4,77 euros por kilo o litro, por debajo de la media del mercado. Por el contrario, la tienda tradicional presentó el precio medio más elevado, con 7,72 euros por kilo o litro.

Por perfil de consumidor, la compra de helados es más intensa en los hogares formados por tres o más personas y con presencia de niños. También destacan los hogares cuyo responsable de compra supera los 50 años, así como las parejas con hijos de edad media o mayores y las parejas adultas sin hijos.

Desde el punto de vista territorial, el consumo presenta una mayor intensidad en comunidades autónomas como Castilla-La Mancha, Región de Murcia, Illes Balears y Canarias, mientras que, en otras, como la Comunidad Foral de Navarra y el País Vasco, el consumo es inferior al que cabría esperar por su peso poblacional.

TAMBIÉN AUMENTA EL CONSUMO FUERA DEL HOGAR

Además del incremento de las compras para consumo doméstico, el consumo de helados fuera del hogar también mantiene una evolución positiva. En total, se consumieron 31,24 millones de kilos o litros, un 5,2 % más que en 2024. En términos individuales, el consumo medio alcanzó los 0,87 kilos o litros por persona al año, un 4 % superior al del ejercicio anterior.

Cada persona consume helado fuera del hogar en torno a siete ocasiones al año, con una mayor concentración durante el segundo y, especialmente, el tercer trimestre, coincidiendo con los meses de temperaturas más elevadas.



El 61,3 % del consumo se realiza en el propio establecimiento, mientras que un 18,6 % tiene lugar en la calle. Por momentos de consumo, la merienda (31,8 %) y la comida (30,5 %) concentran la mayor parte de las ocasiones, seguidas de la cena (15,9 %) y el consumo posterior a la cena (10,1 %).

Los motivos de consumo son diversos. El 32,3 % responde a compras por impulso o para satisfacer el apetito en ese momento, mientras que un 29,1 % está vinculado a celebraciones, encuentros sociales o salidas. El placer y el momento de relajación representan otro 22,6 % de las ocasiones de consumo.

El helado también mantiene un marcado componente social. En una de cada dos ocasiones se consume en compañía de la familia, mientras que el 20,9 % de las ocasiones tiene lugar con amigos y el 17,9 % con la pareja. Territorialmente, el consumo extradoméstico presenta una mayor intensidad en el área metropolitana de Barcelona, Andalucía y la zona de Levante.