



Tendencias en los mercados mundiales de leche y productos lácteos

Los consumidores demandan nuevos sabores, más seguridad y beneficios para la salud

JOSÉ LUIS MURCIA. Periodista.

RESUMEN

Los productos lácteos constituyen probablemente el segmento alimentario que mayor innovación presenta en el mundo que, según un estudio realizado en Estados Unidos por la empresa Mintel, se orienta a un amplio abanico de sabores y texturas acordes con los hábitos alimentarios de cada área geográfica y con la salud y el bienestar del consumidor como claro objetivo, tanto en leche como en yogures, el capítulo de mayor expansión en Estados Unidos, quesos, helados o preparados lácteos.

PALABRAS CLAVE: Leche, lácteos, queso, tendencias, mercados, consumidores.

Las tendencias en el mercado de la leche cambian rápidamente en todo el mundo. Así, mientras en América del Norte, Oceanía y Australia, la leche fresca continúa siendo un valor seguro, los quesos ganan terreno a pasos agigantados desde los años 80, especialmente el tipo mozzarella, tanto con leche de búfala como de vacuno, sobre todo en Estados Unidos.

En Europa, la leche, tanto fresca como pasteurizada, cede terreno poco a poco a las denominadas bebidas de origen vegetal, mientras los quesos suben su consumo y los yogures abren nuevos frentes.

América Latina conjuga el consumo de leche con productos tradicionales como el dulce de leche o la leche confitada, una

tradición antiquísima que ahora encuentra respuesta en los postres lácteos elaborados en Occidente, incluso con derivados del yogur. Los hindúes, por el contrario, no conocen el queso, pero se apuntan a postres lácteos con recuerdos de caramelo.

Salvo India, que goza de larga tradición láctea, el resto de Asia se abre a las modas occidentales desde China a Indonesia, Malasia o Tailandia, mientras en África, incluso en los países árabes donde hay tradición en los pueblos nómadas de beber leche de camella, los productos lácteos son considerados hoy por hoy todo un lujo. No obstante, el crecimiento de futuro se prevé que llegue de los países emergentes de aquí a 2050, especialmente del Sudeste asiático, pero también de algunas naciones de África que se encuentran en disposición de generar riqueza.

España no es ajena a las modas occidentales, especialmente las que llegan desde Estados Unidos y apuestan por las bebidas vegetales y las leches sin lactosa. El otoño de 2014 acabó en España, según datos de consultoras como Nielsen, con una caída del 2,6% del consumo de leche y un ligero repunte en las ventas de poco más del 1% con 2.111 millones de euros.

Por el contrario las bebidas vegetales con almendras, avena, coco o soja, además de las bajas en lactosa, subieron sus ventas más de un 10% en volumen y casi un 14% en valor. A la vez que caía la venta de leche en brick, curiosamente subía en botella, un segmento donde CAPSA copa ya el 58,3% de las ventas, muy por encima de sus competidores, incluidas las marcas de la distribución, que se sitúan en el 26,2%, mientras la segunda marca Pascual supera por poco el 10%, según datos de Alimarket.

Fuentes de la FAO establecen la producción mundial de leche en 2013 en 636 millones de toneladas, con el liderazgo de Estados Unidos, que acapara 91,3 millones de toneladas –el 14% de la producción mundial–, por delante de los 60,6 millones de toneladas de India y los 35,67 millones de toneladas de China. El primer gran productor de la Unión Europea es Alemania, quinto en la clasificación mundial con 31,12 millones de toneladas, por detrás de Brasil que en 2013 alcanzó los 34,26 millones de toneladas. Francia, con 24,6 millones de toneladas y Reino Unido, con 18,88 millones de toneladas son los otros grandes ofertantes de leche y sus derivados en la UE. Junto a ellos, merece la pena destacar también a Rusia, con 30,29 millones de toneladas; Nueva Zelanda, con 18,88 millones de toneladas y Turquía con 16,66 millones de toneladas.

La Unión Europea produce anualmente cerca de 170 millones de toneladas de leche y derivados lácteos, con una producción de leche de vaca de 144 millones de toneladas. En el caso de España, la producción alcanza las 8,70 millones de toneladas, de las que 5,9 millones corresponden a la leche de vaca.

Con estos datos, España se sitúa como séptimo productor de leche de vaca en la UE por detrás de Alemania, Francia, Reino Unido, Holanda, Italia y Polonia.

La mayor producción de leche de vaca en España se da en Galicia, con 2,46 millones de toneladas, seguida de Castilla y León con 820.000 toneladas; Cataluña, con 654.000 tonela-



das; Asturias con 531.000 toneladas; Andalucía, con 451.000 toneladas y Cantabria, con 431.000 toneladas.

España exportó en 2013 un total de 366.000 toneladas de leche de vaca y derivados lácteos con 176.000 toneladas de leche fresca y casi 65.000 toneladas de queso; mientras las importaciones ascendieron a 961.000 toneladas, 444.000 toneladas de leche fresca y más de 268.000 toneladas de queso.

La producción de leche de oveja en el mundo, base de muchos quesos importantes como el Manchego o el Roquefort, asciende a casi nueve millones de toneladas, de las que 2,75 millones se producen en la UE y 560.000 toneladas en España. Por Comunidades Autónomas, es Castilla y León, con 368.000 toneladas, la que acapara el primer lugar, por delante de las 140.000 toneladas de Castilla-La Mancha. El resto de producciones son casi anecdóticas con 8.100 toneladas para Madrid, 7.100 toneladas para el País Vasco y 6.000 toneladas para Andalucía.

Por lo que se refiere a leche de cabra, la producción mundial alcanza los 15,75 millones de toneladas, con poco más de dos millones de toneladas para la UE, leche de gran tradición en Grecia, y 480.000 toneladas para España, el otro gran referente comunitario. En este caso, Andalucía acapara 184.000 toneladas, seguida de Canarias, gran productor de quesos, con 84.000 toneladas, y Castilla-La Mancha, con 59.000 toneladas.

La mayor producción mundial de mantequilla se da en la India

con 4,53 millones de toneladas, seguida de los Estados Unidos con 845.000 toneladas, Pakistán con 670.000 toneladas, Nueva Zelanda con 500.000 toneladas y Alemania, con 486.000 toneladas. La producción de quesos la encabeza Estados Unidos con 4,95 millones de toneladas, seguido de Alemania con 2,25 millones de toneladas, Francia, con 1,77 millones de toneladas, Italia con 1,1 millones de toneladas, Holanda con 765.000 toneladas, Polonia con 710.000 toneladas y Brasil con 700.000 toneladas. La producción de leche entera y semidesnatada en polvo la encabeza Nueva Zelanda, con 1,25 millones de toneladas, seguido de China con 1,1 millones de toneladas y Brasil con 510.000 toneladas. La producción de leche desnatada en polvo la encabeza Estados Unidos con 978.000 toneladas, por delante de India con 450.000 toneladas y Nueva Zelanda, con 386.000 toneladas.

PERSPECTIVAS Y TENDENCIAS

Un amplio estudio realizado en Estados Unidos por la Asociación de Embalajes y Procesos Tecnológicos, sus siglas en inglés son PMMI, con el análisis de 50 empresas punteras del sector lácteo, llega a la conclusión de que mientras los productos lácteos han incrementado su consumo en Estados Unidos, con especial incidencia en California, el consumo de leche líquida por persona ha bajado de forma ostensible en todo el país desde 2009 y apunta que esa será la tendencia hacia 2020, por la feroz competencia de otras bebidas que los consumidores perciben como más saludables, tales como derivados de almendra, arroz o soja.

La situación lleva a PMMI a proponer una serie de medidas que incentiven la influencia del sector en los mercados, como incremento de la productividad, establecimiento de un sistema de trazabilidad que garantice la seguridad y la salud de forma clara para el consumidor, operaciones automáticas de embalaje, medidas preventivas de mantenimiento industrial, reducir la producción en función de la demanda para eliminar, en lo posible, la creación de mercancía almacenada a medio y largo plazo, desarrollar una línea fluida de integración de todo el sistema industrial e instalar más maquinaria de embalaje robotizado.

Estados Unidos está combinando la mayor producción de leche por vaca con la reducción de costes en el proceso industrial de transformación, lo que ha supuesto un incremento de la eficiencia en ingresos superior al 4,1%. Las ventas en 2015 de productos lácteos en Estados Unidos pueden alcanzar los 494.000 millones de dólares (449.000 millones de euros), mientras las exportaciones probablemente superarán el 17,5% de la producción, frente al 10% que representaron en 2010. Algunas de las razones que explican el incremento de la demanda externa de productos lácteos son su popularidad, la adquisición de los hábitos alimentarios norteamericanos donde los lácteos gozan de gran popularidad y la presencia de estos en los lineales de supermercados y, en general, en los diversos puntos de venta.



La producción de lácteos en el mundo en el horizonte 2020 puede alcanzar los 827 millones de toneladas, con un incremento del 19% con respecto a 2010. En este horizonte, la UE produciría el 21,3% del total mundial, seguida de India con el 16,3%, Estados Unidos con el 15,3%, Europa del Este con el 13%, Asia/Pacífico con el 10,6% y América del Sur con el 6,1%, mientras el resto del mundo se repartiría el 17,4%. Estos datos apuntan a un incremento paulatino y lento en la UE-28, subida significativa para China e India, con especial incidencia en el segundo.

Los grandes exportadores desde 2010 se consolidan en los próximos años: UE-28, Australia y Nueva Zelanda y Estados Unidos, con incrementos más significativos en estos dos últimos países. Poco a poco se prevé la unión a este selecto club de Argentina que llegará a estar entre los grandes exportadores, mientras los importadores netos se consolidan, con Rusia, China y México, como grandes demandantes de lácteos.

El liderazgo de Estados Unidos se explica por el ordenamiento y racionalización de las explotaciones de este país, el 57% de las cuales posee al menos 500 vacas y equipamientos técnicos avanzados que les hace ser tremendamente competitivos. En el Estado de Indiana opera una de las granjas más grandes del mundo con más de 30.000 vacas, pero en Arabia Saudí se encuentra la más amplia del mundo con 38.000 vacas lecheras.

PREOCUPADOS POR LA SALUD

La preocupación por la salud ha hecho que los hábitos en el consumo de lácteos varíe de forma sustancial en los últimos años, con la caída de la leche líquida y el incremento de productos como el yogurt griego, menos graso y con menor contenido en azúcar que el clásico. Los propios elaboradores de lácteos comienzan a incorporar a su portfolio productos elaborados con bebidas que directamente compiten con la leche como es el caso del té o el café helados, los zumos de frutas, las limonadas o las bebidas, que no leches, de almendras, arroz o soja. La oferta de estos productos, libres de lactosa y bajos en grasa despiertan el interés de los consumidores y son cada vez más demandados por estos.

Los productores de envases y embalajes del sector lácteo han incrementado su I+D+I para obtener modelos más asépticos y que no necesiten refrigeración durante un periodo mínimo de seis meses gracias al procedimiento de la UHT (Ultra High Temperature), que elimina las bacterias de leche líquida, yogures y cremas. El empleo de esta técnica ha tenido un éxito considerable en la UE y Australia, y comienza a ser muy popular en India, China o América del Sur. Por el contrario, su aceptación en los Estados Unidos ha sido menor, ya que el consumidor prefiere apostar claramente por la más tradicional High Temperature

Short Time (HTST). Algunos expertos norteamericanos pronostican que la expansión de envases asépticos en la industria de los lácteos con la aceptación de los consumidores puede redundar de forma significativa a la larga en el consumo de leche líquida. Este sector, en constante cambio, ha impulsado la creación de una masa crítica entre los consumidores ávidos de nuevas tendencias: nuevos productos, nuevos sabores, nuevas orientaciones que favorezcan la salud, envases atractivos e in-



Alimentaria 2016

Salón Internacional de Alimentación y Bebidas

The world's best
Food, Drinks
and Gastronomy
Experience

BARCELONA

25-28 Abril

Fira de Barcelona

Gran Via

www.alimentaria-bcn.com



novadores, lo que obliga al sector a estar en constante vanguardia con la presentación constante de innovaciones.

Tales son las ansias de cambio e innovación en el sector que cerca del 48% de los elaboradores de productos lácteos en los Estados Unidos, según datos del estudio de PMMI, ofrecen bajas grasas o eliminación total de las mismas, reducción de azúcar y sodio, libres de lactosa, orgánicos y probióticos, fortificados con nutrientes o claramente añadidos de calcio y proteínas. Hay también confianza entre los consumidores de leche procedente de organismos genéticamente modificados (GMO), como la BST, con la adición de ingredientes naturales beneficiosos para la salud.

El retroceso del consumo de leche líquida ha empujado a los industriales a satisfacer la demanda de otros productos como el queso, que ya acapara el 43% de la leche dedicada a esos procesos, mientras el resto se reparte entre mantequilla, helados y preparados de leche en polvo, además de agua de coco y la "leche" de almendras. En cuanto a los envases se dispara el consumo de porciones individuales.

EN EUROPA, FRANCIA MARCA LA PAUTA

El sector lácteo en Francia es uno de los motores más importantes de la economía francesa, con una facturación de 27.700 millones de euros, 250.000 empleos y 67.400 explotaciones de leche de vaca. Solo la leche tiene un valor de producción superior a los 8.700 millones de euros y supone el 13% de la producción agrícola total. Francia posee una cabaña de 3,7 millones de vacas lecheras, el 60% de las cuales pertenece a la raza prim´holstein; 1,2 millones de ovejas de leche y 867.000 cabras.



Francia recoge anualmente 24.600 millones de leche, un 97% corresponde a vacas. El 54% del total es gestionado por cooperativas y el 46% restante por iniciativa privada. Francia cuenta además con cinco grandes grupos en el panorama internacional: Danone (2°), Lactalis (3°) Sodial (15°), Bongrain (16°) y Bel (24°). El 99% de la leche transformada en Francia es propia.

Francia utiliza casi el 37% de su leche para la elaboración de quesos, el 19,5% para mantequilla y grasas lácteas, el 13,8% para leche en polvo, el 10,4% leche líquida, el 7,2% para yogures y postres lácteos, el 7% para cremas, el 3,3% para lactosueros en polvo y el 2,3% restante en otros productos. La producción en 2013 alcanzó los 3.500 millones de litros de leche líquida, dos millones de toneladas de quesos, 390.000 toneladas de cremas, 380.000 toneladas de mantequilla, 2,4 millones de toneladas de yogures y postres lácteos y 540.000 toneladas de leche en polvo. Hay que tener en cuenta que para la elaboración de un kilo de mantequilla se necesitan 22 litros de leche, 12 litros para un kilo de queso Emmental, dos litros para una pieza de Camembert de 250 gramos y 10,6 litros para un litro de leche desnatada en polvo.

Los franceses son unos grandes consumidores de lácteos y acaparan el 60% de su producción con una media de consumo de 3,1 kilos de mantequilla por persona y año, 38 kilos de leche, 12,5 kilos de queso, 28 kilos de yogures y postres lácteos y 3,7 kilos de crema. Estos datos lo sitúan como primer consumidor del mundo de queso y mantequilla.

Francia exporta productos lácteos por valor de 7.300 millones de euros y el 63% de estas ventas están destinadas al mercado comunitario con Italia como primer comprador de mantequilla y Alemania como primero en la adquisición de quesos franceses. El tirón de los países emergentes permite que el sector francés crezca a razón de un 2,5% anual. Los quesos suponen el 41% de las exportaciones, la leche en polvo el 22% y los yogures y otras leches fermentadas el 7%. El valor de los quesos vendidos en el exterior supera los 3.000 millones de euros.

¿Y LOS CONSUMIDORES?

Los grandes consumidores de leche líquida en el mundo, un producto con más de 12.000 años de vigencia, son los irlandeses con 142 litros por habitante y año, por delante de los australianos con 110 litros, los británicos con 106 litros, los letones con 95 litros y los españoles con más de 83 litros. Los mayores consumidores de queso en el mundo son los franceses con 26 kilos por persona y año, seguidos de los griegos con 25 kilos, los alemanes con 24 kilos, los italianos con 21 kilos, los holandeses con casi 19 kilos, los checos con 16 kilos y los norteamericanos con 15,5 kilos. El consumo de mantequilla lo encabeza Francia con 8 kilos por persona y año, seguida de Alemania con 6,5 kilos, Polonia con 4 y Australia e India que se quedan cercanos a esa cifra.

Pero los consumidores están ávidos de nuevos productos que creen sensación en el mercado. Algunos de los que exponemos

han sido recogidos por un excelente reportaje realizado por la publicación digital Food News Latam en América Latina. La empresa china Yili ha lanzado con su marca ShuHua una gama de leche libre de lactosa en un 95%, mientras la egipcia Juhaina ha sacado con esa marca una leche con un 0% de contenido en grasa. La compañía brasileña Piracanjuba ha triunfado con una leche saborizada a base de cereales y granos o la emiratí Al Ain Dairy ha lanzado una leche refrigerada con la sensación de mayor frescura tanto en entera, como semidesnatada o desnatada. Los norteamericanos triunfan con Sneakz, un batido vegetal orgánico que combina con la leche verduras como zanahoria, coliflor, batata, remolacha o espinaca, con la finalidad de hacerla más atractiva para los niños y Glanbia, de la empresa irlandesa Avonmare, ha impulsado una leche fortificada con un 50% más de proteína de leche.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR

Aunque son cinco empresas francesas las que se ubican entre las primeras 25 del mundo en el sector lácteo, el liderazgo corre a cargo de la transnacional suiza Nestlé con una facturación de 25.640 millones de euros en 2014, según datos de la Federación Internacional de la Leche (IDF, sus siglas en inglés). Tras ella se ubica Danone con 18.200 millones de euros, Lactalis, que incluye a la italiana Parmalat, con 17.580 millones de euros, la neozelandesa Fonterra, con 13.860 millones de euros y la holandesa FrieslandCampina con 13.500 millones de euros.

En sexto lugar se sitúa la primera empresa norteamericana Dairy Farmers of America con 13.410 millones de euros de facturación, por delante de la escandinava Arla Foods, de capital danés y sueco, con 11.330 millones de euros; la canadiense Saputo con 7.970 millones de euros y la china Yili, con 6.890 millones de euros. En 11º lugar aparece otra conocida transnacional, de capital angloholandés, Unilever, con una facturación de 6.800 millones de euros y tras ella, la japonesa Meiji, con 6.710 millones de euros en ventas. La primera empresa alemana es la DMK, con 6.340 millones de euros.

En España, con cifras mucho más modestas, los dos primeros lugares corresponden a dos de las transnacionales francesas con mayor volumen mundial de negocio. Así, Lactalis Iberia factura alrededor de 1.200 millones de euros y Danone llega a 1.050 millones de euros. Las empresas de mayor raigambre nacional están encabezadas por Leche Pascual, con 729 millones de euros, Corporación Alimentaria Peñasanta (CAPSA), con 686 millones de euros, Industrias Lácteas Asturianas (ILAS), con 500 millones de euros, Grupo TGT con 460 millones de euros, la cooperativa ganadera Valle de los Pedroches, con 359 millones de euros y Senoble España, con 320 millones de euros.

El sector lácteo español está muy atomizado, ya que existen alrededor de 1.500 empresas con una tercera parte de ellas sin asalariados y cerca del 50% tienen menos de nueve trabajadores. Solo 15 empresas cuentan con una plantilla superior a 200 trabajadores.



En lo que concierne a las ventas de leche de larga vida y pasteurizada, el ranking lo encabeza de nuevo Lactalis (Puleva, El Castillo, President, Lauki) con 620 millones de euros, seguida de la guipuzcoana IPARLAT, con 610 millones de euros, dedicada sobre todo a la leche de marca para la distribución; CAPSA, con 590 millones de euros y Central Lechera Asturiana, Ato y Larsa como marcas más conocidas; Leche Celta, con 455,3 millones de euros y marcas como Celta, La Vaquera o Campobueno, Leche Pascual, con 415 millones de euros y marcas como Pascual; Leite Río, con 398,1 millones de euros y marcas Río o Leyma y Valle de los Pedroches, con 260 millones de euros y su marca COVAP.

LOS NÚMEROS DEL QUESO

Las tendencias en el sector de quesos en España tampoco difieren mucho de las del resto del mundo. Siguen creciendo las compras de quesos frescos y de untar y se consolidan – pese al incremento del precio de algunas leches, especialmente la de oveja –, los más tradicionales y valorados como el DOP Queso Manchego. La producción española de queso se sitúa en el entorno de las 325.000 toneladas, con más de 123.000 toneladas dedicadas a la mezcla, 113.000 toneladas a los de vaca, 65.100 toneladas a los quesos de oveja y 24.000 toneladas a los de cabra. En la categoría de quesos fundidos se elaboran más de 42.000 toneladas.

El mercado español de quesos, que importa y exporta a la vez, se sitúa en el entorno de las 375.000 toneladas por valor de 2.630 millones de euros. El ranking empresarial lo encabeza la empresa catalana TGT, con sede en Viladecans, con marcas como Bavaria Blue, Bergader o Holland, y ventas superiores a las 115.000 toneladas. Mondelez Internacional, con sede en Madrid, comercializa las marcas Kraft, El Caserío y Philadelphia, con ventas cercanas a las 75.000 toneladas; Entrepinares con 45.000 toneladas; Lactalis con 42.000 toneladas; García Baquero, con 27.000 toneladas y Mantequerías Arias, con 25.000 toneladas. ■