fenil
Federación Nacional de Industrias Lácteas

La Industria Láctea: motor nutricional, territorial y económico

Una radiografía sobre el impacto económico y social del sector lácteo en España

Noviembre de 2026



Introducción

La industria láctea constituye uno de los pilares estructurales del sistema productivo español, con un papel que trasciende su dimensión agroalimentaria para consolidarse como un elemento relevante del tejido industrial, económico y territorial del país. Como eslabón encargado de transformar la leche y otras materias primas lácteas en alimentos destinados al mercado, la industria ocupa una posición central dentro de la cadena de valor, conectando la producción ganadera con la distribución y los consumidores. Esta posición le otorga, además, una importante capacidad de relación y de impulso sobre los distintos agentes que conforman el sector lácteo.

Esta relevancia se refleja en su capacidad de generar actividad, valor y empleo. En 2025, la industria láctea alcanzó una **cifra de negocio estimada de 15.888 millones de euros, reunió 1.577 empresas y dio empleo directo a 30.648 personas**. Estas magnitudes la sitúan como **la segunda industria en el sector alimentario por facturación**, después de la cárnica. En concreto, representa aproximadamente el **9,8% de la facturación, el 8,5% del empleo y el 7% de las empresas de la industria alimentaria**, lo que permite dimensionar mejor su importancia dentro del conjunto del sistema productivo.

Su peso económico se extiende, además, a una amplia cadena de valor que integra producción ganadera, transformación, logística, transporte, distribución e industria auxiliar. A esta contribución económica y social se suma la propia naturaleza alimentaria de la actividad: la industria pone a disposición de los consumidores productos de consumo cotidiano con una relevante aportación nutricional.

Esta importancia se refleja también en la elevada presencia de los productos lácteos en la cesta de la compra. En 2025, los **19,3 millones de hogares españoles** compraron algún producto lácteo a lo largo del año y los lácteos representaron **10 de cada 100 euros destinados a Gran Consumo**. La evolución de esta demanda constituye, por tanto, un elemento fundamental para la actividad y para las perspectivas de crecimiento futuro de la industria.

A esta dimensión económica y alimentaria se suma su fuerte implantación territorial. En 2025, **más de 14.800 ganaderos** realizaron entregas de leche en España, con una distribución geográfica diferente según la especie: la producción de leche de vaca se concentra principalmente en Galicia, Asturias, Cantabria, Castilla y León, País Vasco, Andalucía y Cataluña; la de oveja, en Castilla y León y Castilla-La Mancha; y la de cabra, en Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura. Esta actividad se apoya en una red de **más de 1.500 centros autorizados para la recogida y transformación de leche**, de los cuales **alrededor de 600 pueden considerarse industrias lácteas propiamente dichas.** De hecho, el 55% de las industrias lácteas se ubican en municipios de menos de 5000 habitantes, claro reflejo de la fuerte implantación territorial de la actividad y de su estrecha vinculación con el medio rural.

En un contexto marcado por el reto demográfico, esta implantación industrial adquiere especial relevancia. Al mismo tiempo, la industria afronta desafíos estructurales relacionados con el peso de las importaciones, la presión de los costes, la necesidad de inversión y la progresiva reducción de la base ganadera. Garantizar el relevo generacional, favorecer la modernización de las explotaciones y asegurar una dimensión productiva competitiva serán factores fundamentales

para mantener la capacidad de abastecimiento y crecimiento futuro del sector.

La industria avanza también en su transformación hacia modelos productivos más sostenibles y eficientes. Las memorias públicas de diferentes compañías muestran progresos en ámbitos como la eficiencia energética, las energías renovables, la reducción de emisiones, la economía circular y la valorización de subproductos. Esta evolución evidencia una relación cada vez más estrecha entre sostenibilidad, inversión y competitividad.
En este contexto, la presente radiografía analiza específicamente la industria láctea española, su dimensión económica y productiva, su aportación alimentaria y territorial, los principales retos que condicionan su competitividad y las medidas necesarias para favorecer su desarrollo futuro.



1. Una industria esencial para el país

La industria láctea española constituye uno de los pilares del tejido productivo nacional, tanto por su dimensión económica como por su capacidad de generar valor añadido. Su contribución, **con una facturación anual de 15.000 millones de euros y más de 30.000 empleos directos** en 2025, refleja una actividad con un impacto significativo sobre la economía española, no solo de forma directa, sino también a lo largo de la cadena de valor.

Este impacto se extiende a múltiples áreas, desde la producción primaria hasta la distribución, pasando por la logística, el transporte y la industria auxiliar. El sector lácteo actúa, así, como un **motor de actividad económica**, con un fuerte efecto tractor que contribuye a dinamizar el conjunto del sistema productivo.

Por otro lado, más allá de su innegable peso económico, los productos lácteos son fundamentales desde el punto de vista nutricional. Constituyen un elemento indispensable para el mantenimiento de una dieta equilibrada gracias a su alto valor nutricional y a su excepcional adaptabilidad a las distintas etapas de la vida, aportando nutrientes y beneficios esenciales para la salud y el bienestar de la población en cada fase de su desarrollo.



15.000 millones €
facturación anual



+ 30.000
empleos directos



8,5%
del empleo del sector agroalimentario



10%
de la producción industrial alimentaria en España

Asimismo, desde el punto de vista industrial, su relevancia es especialmente destacable. Su peso dentro de la industria manufacturera alimentaria y su contribución al valor añadido la sitúan como una de las principales ramas industriales del país. Este carácter industrial es clave para entender su papel estratégico en el contexto económico.

2. Evolución del consumo de lácteos en España

La evolución del consumo muestra una posición sólida de los alimentos lácteos en los hogares españoles, aunque con dinámicas diferentes en valor y volumen. Entre 2019 y 2025, el valor de las compras de lácteos para el hogar aumentó un 44%. Esta evolución refleja uno de los principales retos del sector: **lograr que la amplia presencia de los lácteos en los hogares se traduzca también en un aumento del consumo**. Además, el comportamiento no es homogéneo entre las distintas categorías de productos lácteos, que presentan evoluciones diferentes. Mientras algunas presentan un mejor comportamiento, **la leche líquida envasada registra descensos moderados en volumen**, después de varios años de pérdida de relevancia en el consumo.

No obstante, la penetración de los lácteos continúa siendo prácticamente universal. En 2025 estuvieron presentes en el 100% de los hogares españoles, 19,3 millones, 700.000 más que en 2022 y 148.000 más que en 2024. Además, los productos lácteos representan 10 de cada 100 euros gastados por los hogares en Gran Consumo y están presentes en el 37% de las cestas de la compra.

La relación de los lácteos con el consumidor sigue siendo intensa y recurrente. En 2025, el gasto medio anual alcanzó los 529 euros por hogar, un 13% más que en 2022, mientras que la frecuencia de compra aumentó un 6%, hasta situarse en 76 días al año. Además, los lácteos están presentes en el 46% de las ocasiones de consumo de alimentos y bebidas.

Esta elevada presencia convive con una ligera reducción de la frecuencia semanal, que ha pasado de 10,1 ocasiones en 2022 a 9,8 en 2025.



La evolución muestra diferencias generacionales: los jóvenes de entre 15 y 34 años registran 9,2 ocasiones semanales; los adultos de 35 a 64 años, 9,3; y los mayores de 65 años, 11,4. El desafío no es, por tanto, construir relevancia desde cero, sino renovar una relación ya muy extendida, adaptando productos, formatos y ocasiones de consumo a unos hábitos y motivaciones cada vez más diversos.

Las empresas lácteas están respondiendo a esta transformación con una intensa

actividad innovadora. Aunque el sector representa aproximadamente el 10% del mercado de gran consumo en valor, sus lanzamientos han concentrado el 13% de las innovaciones de los últimos cuatro años. Estas novedades alcanzan una tasa de éxito del 50%, frente al 29% del promedio del gran consumo, y aportan un 72% de valor incremental a las marcas, frente al 63% general. Su capacidad para atraer nuevos compradores, generar actos adicionales de compra y obtener una mayor predisposición al pago confirma que la innovación no solo responde a nuevas demandas, sino que amplía el valor generado por las categorías lácteas y crea oportunidades para el conjunto de la cadena.

Esta capacidad de generación de valor se manifiesta de forma diferente en las principales categorías. La leche líquida continúa siendo una categoría esencial por su penetración, recurrencia y accesibilidad. Junto a la leche clásica, se desarrollan propuestas que responden a nuevas expectativas relacionadas con la nutrición, la salud, la digestibilidad, el placer y la conveniencia. Destacan las leches sin lactosa y otras soluciones adaptadas a distintas necesidades digestivas; las propuestas enriquecidas, funcionales o con mayor contenido en proteínas; y los batidos, bebidas proteicas y cafés listos para tomar, que amplían formatos, momentos y ocasiones de consumo.

En conjunto, las categorías de valor añadido representan aproximadamente un tercio del volumen de leches y batidos, pero generan más del 40% de su valor. Esta diferencia muestra que la evolución de la leche líquida no depende únicamente de recuperar volumen, sino también de segmentar la oferta, conectar con motivaciones concretas y transformar una categoría de consumo cotidiano en una plataforma capaz de generar mayor valor.

El queso constituye otro de los principales motores de crecimiento en valor del sector. Su diversidad de variedades, formatos y usos le permite conectar tanto con motivaciones de placer y disfrute como con necesidades de nutrición, versatilidad y conveniencia. Dentro de esta evolución, propuestas emergentes como el queso cottage ejemplifican la capacidad de la categoría para responder al interés por productos ricos en proteínas, adaptados



a distintos momentos de consumo y compatibles con nuevos hábitos alimentarios.

Por su parte, los yogures y otras leches fermentadas combinan una elevada presencia en los hogares con una amplia capacidad de innovación. El desarrollo de propuestas asociadas a la funcionalidad, la digestibilidad, la proteína, el placer y la conveniencia permite renovar la categoría y ampliar sus ocasiones de consumo. El dinamismo del kéfir refleja especialmente la creciente atención de los consumidores hacia los fermentados y hacia productos percibidos como compatibles con el bienestar digestivo. Junto con la evolución positiva de los postres lácteos, la mantequilla y la nata, estas tendencias refuerzan la diversidad y el potencial de crecimiento del conjunto del sector.

El futuro de los lácteos no depende, por tanto, de una única categoría ni de una sola tendencia. La leche líquida aporta escala, accesibilidad y recurrencia; sus segmentos diferenciados permiten conectar con nuevas necesidades y elevar la generación de valor; el queso impulsa el crecimiento mediante la diversificación, el placer y nuevas propuestas nutricionales; y los yogures y fermentados ofrecen amplias posibilidades para responder a las demandas de funcionalidad, digestibilidad y conveniencia.

La oportunidad consiste en combinar la fortaleza de unas categorías esenciales y tractoras de la cesta de la compra con la capacidad de la industria para interpretar las motivaciones de las personas consumidoras y convertirlas en propuestas de mayor valor añadido. Esta capacidad permite recuperar frecuencia, atraer a nuevas generaciones, valorizar mejor cada litro de leche y generar oportunidades de crecimiento para las ganaderías, la industria y la distribución.



3. Cualidades nutricionales de los alimentos lácteos

Los lácteos constituyen un grupo de alimentos con una elevada densidad nutricional que resultan fundamentales para la salud ósea y metabólica en todas las etapas de la vida.
La Fundación Española de la Nutrición (FEN) y las principales guías de alimentación **recomiendan el consumo de al menos tres raciones de lácteos al día** dentro del marco de una dieta saludable, equilibrada y sostenible. Esta pauta, respaldada por la evidencia científica y promovida sectorialmente mediante campañas como "3 lácteos al día" de InLac, resulta clave para cubrir de forma accesible los requerimientos de nutrientes en las distintas etapas vitales. Para maximizar su impacto positivo, los expertos aconsejan alcanzar estas tres raciones diarias priorizando los lácteos sin azúcares añadidos ni un alto contenido en sal.

A continuación, se indican los principales beneficios nutricionales de los lácteos:

3.1 Proteínas de alto valor biológico

Los lácteos aportan todos los aminoácidos esenciales y presentan una elevada digestibilidad, que alcanza un 96,8% en la fracción caseínica. Durante la digestión o la maduración de productos como el queso, estas proteínas generan péptidos bioactivos que actúan como inhibidores de la enzima convertidora de la angiotensina, proporcionando efectos antihipertensivos, antioxidantes, antiinflamatorios y antimicrobianos.

3.2 Grasa láctea y compuestos bioactivos

La grasa de la leche es el vehículo de vitaminas liposolubles (A, D, E y K) y contiene componentes bioactivos como el ácido butírico, el ácido linoleico conjugado (CLA) y los esfingolípidos. Estos elementos poseen propiedades antitumorales y antibacterianas, mientras que la membrana del glóbulo graso lácteo (MFGM) se asocia con el desarrollo de la función neurocognitiva y la prevención del deterioro cognitivo leve.

3.3 Salud ósea y muscular

Los lácteos son la principal fuente dietética de calcio en nuestra alimentación. Su consumo es clave para alcanzar el pico de masa ósea en la juventud y para prevenir enfermedades como la osteoporosis y la sarcopenia en las personas mayores. La estructura de la matriz láctea facilita una alta biodisponibilidad y absorción del calcio gracias a la presencia de vitamina D y lactosa.

3.4 Protección metabólica y cardiovascular

El consumo de lácteos ejerce un efecto protector frente al desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles, asociándose con un menor riesgo de afecciones cardiovasculares, diabetes tipo 2, síndrome metabólico, sobrepeso y obesidad.

3.5 Beneficios de los lácteos fermentados

Productos como el yogur y el queso contienen microorganismos probióticos que refuerzan el sistema inmunológico y equilibran la microbiota intestinal. Además, las bacterias lácticas producen la enzima lactasa, lo que mejora significativamente la digestibilidad de la lactosa, permitiendo que los quesos madurados y los yogures sean tolerados por individuos con problemas de malabsorción.

3.6 Aporte a la hidratación

El consumo de la dosis adecuada de lácteos contribuye eficazmente al estado hídrico del organismo, representando entre el 12% y el 25% de la ingesta diaria recomendada de líquidos.

4. Capacidad productiva del sector lácteo

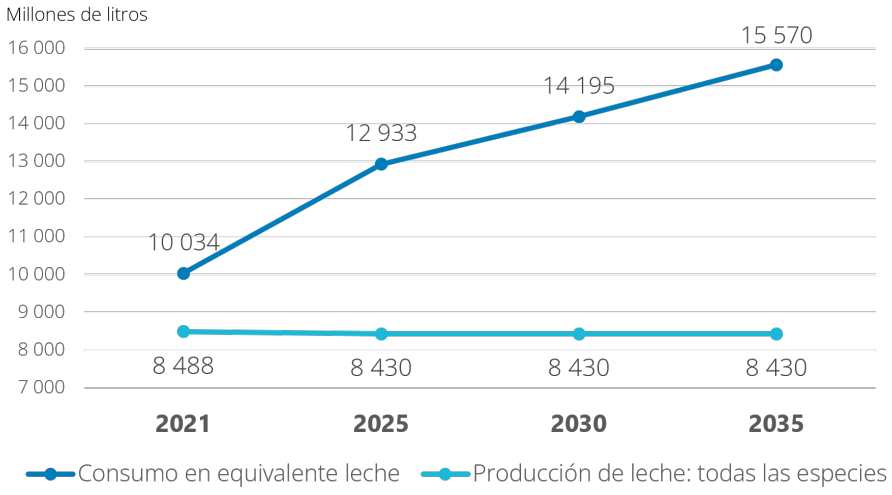
La industria láctea española cuenta con una base productiva sólida que sustenta su capacidad de transformación. La producción de 8,3 millones de toneladas de leche y la transformación anual de más de 7,4 millones de toneladas reflejan una actividad industrial con una importante escala y capacidad operativa.

La producción de leche en España durante el 2025 fue:

- Vaca -> 7,4 millones de toneladas.
- Oveja -> 473.000 toneladas.
- Cabra -> 404.000 toneladas.



España: consumo en equivalente leche y producción de leche





7.445.954 toneladas/año transformadas

7,7 millones de toneladas. Volumen anual de productos lácteos elaborados

20.400.000 litros por día

La industria láctea española cuenta con una base productiva sólida que sustenta su capacidad de transformación. La producción de 8,5 millones de toneladas de leche y la transformación anual de más de 7,4 millones de toneladas reflejan una actividad industrial con una importante escala y capacidad operativa.

Esta capacidad se apoya en un **sistema altamente organizado**, con una red de recogida y una infraestructura industrial que permiten procesar diariamente grandes volúmenes de leche y garantizar el abastecimiento del mercado. El carácter continuo de esta actividad hace que la **eficiencia de los procesos, la capacidad de las instalaciones y la coordinación con la producción ganadera** sean elementos fundamentales para el funcionamiento de la industria.

La evolución reciente muestra, además, la **capacidad de adaptación de la industria ante periodos de inestabilidad y cambios en el entorno**. A pesar de los descensos registrados en determinados momentos, la actividad ha mostrado capacidad para recuperar estabilidad y mantener su posición productiva.

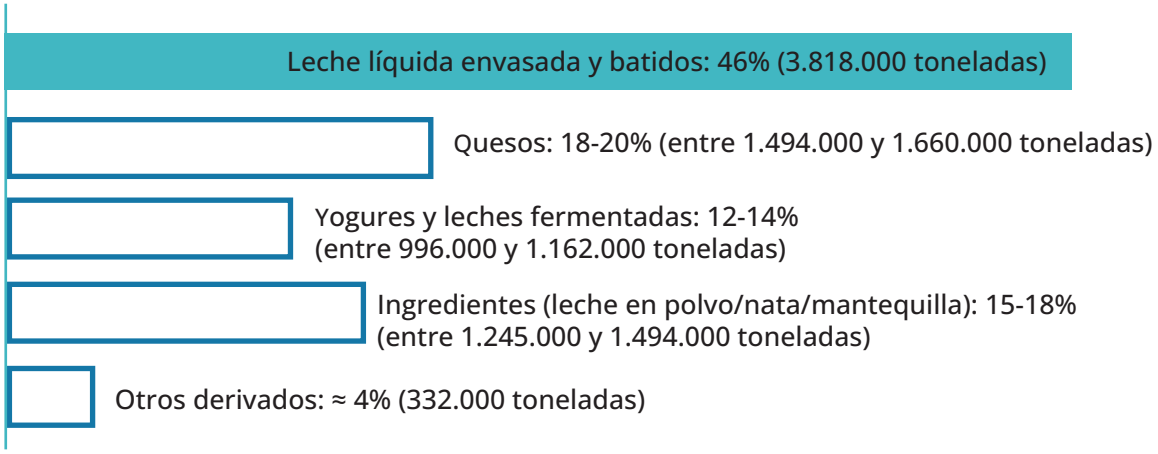
En el contexto europeo, España es el séptimo productor de leche de vaca de la UE y representa aproximadamente el 5% de la producción europea. Al mismo tiempo, mantiene un saldo comercial deficitario en determinadas categorías, especialmente en queso. **Mientras que en España se sitúa en torno al 70%, en el conjunto de la Unión Europea el autoabastecimiento lácteo alcanza aproximadamente el 115%**. Esta diferencia pone de manifiesto la importancia de seguir reforzando la base productiva y la capacidad industrial española para atender las necesidades del mercado y mejorar su posición competitiva.

7º país productor
de leche de vaca de la UE

5% de producción
de la UE

Sobre esta base productiva, la industria está avanzando también hacia **productos de ma-**

Diversificación productiva*:



***** *Dado que para elaborar un kilo de queso se necesitan alrededor de 8 litros de leche, estos porcentajes de producto final no reflejan el volumen real de materia prima utilizada. Por tanto, la cantidad de leche como materia prima que se destina a la elaboración de quesos es una mucho mayor de lo que sugiere el 18-20% indicado*

yor valor añadido, como respuesta a los cambios en la demanda y a la necesidad de mejorar su competitividad. Esta evolución amplía y diversifica la oferta de alimentos lácteos y permite a las empresas adaptarse a nuevos hábitos, preferencias y momentos de consumo.

En este proceso, **la innovación constituye uno de los principales motores de crecimiento**. La industria láctea destaca por su capacidad para desarrollar nuevos productos y propuestas conectadas con las demandas de los consumidores. **Una de cada dos innovaciones disruptivas lanzadas por el sector alcanza niveles de éxito superiores a la media del mercado**, mientras que las innovaciones lácteas generan un **10% más de crecimiento incremental que los lanzamientos convencionales**. Además, la industria concentra el **13% de las innovaciones disruptivas del mercado**, pese a representar aproximadamente el 10% de su valor.

El desarrollo de productos de mayor valor añadido y el avance de la innovación requieren, no obstante, **inversiones continuadas en instalaciones, tecnología, investigación y desarrollo**. Reforzar la capacidad productiva de la industria y, al mismo tiempo, facilitar su transformación hacia actividades de mayor valor constituye, por tanto, uno de los principales factores para mejorar su competitividad y sostener su crecimiento futuro.



5. Importaciones y balanza comercial

A pesar de contar con una importante base productiva, uno de los rasgos más relevantes del sector lácteo español es su fuerte dependencia de las importaciones. Concretamente, el 30 % de la demanda interna se cubre con productos procedentes de otros mercados, lo que convierte a España en el país de la Unión Europea con el mayor déficit comercial en este ámbito.

España tiene el déficit mayor de la UE con 1.500m€. Este desequilibrio tiene además una dimensión cualitativa. El déficit se concentra especialmente en determinadas categorías. En queso, España importó 434.844 toneladas y exportó 131.696 toneladas en 2025, lo que evidencia un margen relevante para reforzar la producción y la transformación nacional en productos de mayor valor añadido, lo que limita la capacidad de la industria nacional para capturar una mayor parte del valor generado a lo largo de la cadena

Desde una perspectiva económica e industrial, esta situación pone de manifiesto la existencia de **margen para reforzar la producción y la transformación en España**, mejorar la balanza comercial y aumentar el valor añadido generado dentro del país.

En este sentido, el desarrollo futuro de la industria pasa por aprovechar ese margen de crecimiento, reforzar la capacidad productiva nacional y avanzar hacia un mayor nivel de autoabastecimiento, reduciendo progresivamente el peso relativo de las importaciones en aquellas categorías en las que exista capacidad para desarrollar una oferta competitiva.

Balanza comercial - señales de dependencia exterior

Importaciones 2025
1.043.683 toneladas

Leche líquida envasada	**35.563 t**
Leche líquida granel	**132.867 t**
Yogur y LF	**200.406 t**
Queso	**434.844 t**
Nata	**95.435 t**
Mantequilla	**31.469 t**
Leches en polvo	**90.120 t**
Otros	**22.979 t**

Exportaciones 2025
551.328 toneladas

Leche líquida envasada	**52.895 t**
Leche líquida granel	**35.361 t**
Yogur y LF	**206.531 t**
Queso	**131.696 t**
Nata	**54.074 t**
Mantequilla	**15.287 t**
Leches en polvo	**14.960 t**
Otros	**40.524 t**

Saldo comercial en volumen: -492.355 toneladas
Dependencia exterior concentrada en determinadas categorías, especialmente queso, leche a granel, nata, mantequilla y leches en polvo

6. Una industria que vertebra el territorio

La industria láctea desempeña **un papel relevante en la cohesión territorial y el desarrollo del medio rural**. Su actividad se integra en una cadena de valor estrechamente vinculada al territorio, en la que conviven las explotaciones ganaderas con una red de **más de 1.600 centros autorizados para la recogida y transformación de leche**, de los cuales alrededor de 600 pueden considerarse industrias lácteas propiamente dichas.

Presencia del sector lácteo en España

+ 14.800
ganaderos con entregas de leche en 2025

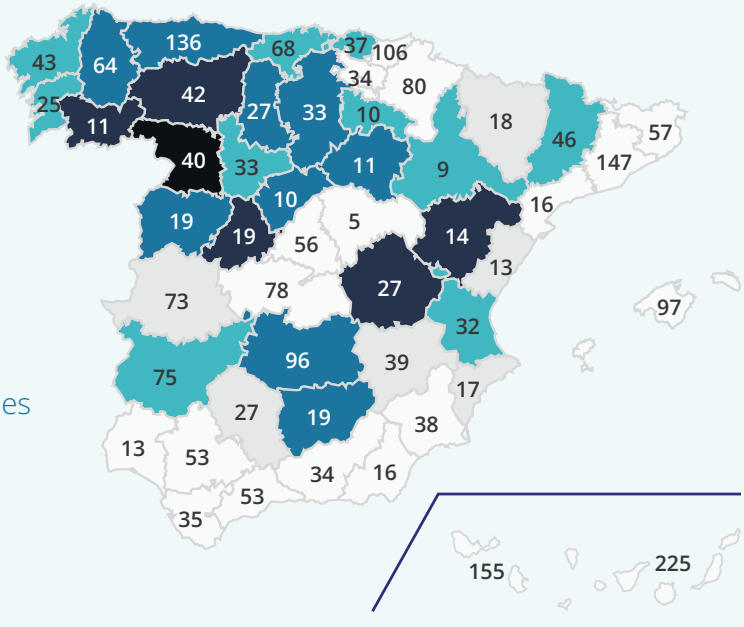
1.500
centros autorizados para recogida y transformación

600
industrias lácteas propiamente dichas

Esta implantación contribuye a **generar empleo y actividad económica en numerosas zonas rurales**, muchas de ellas con menor densidad de población. La industria, como eslabón transformador, mantiene una relación directa con la producción ganadera y contribuye a conectar las explotaciones con el mercado, favoreciendo el mantenimiento de actividad económica en los territorios en los que está presente.

1.600 centros lácteos en España:

- 40% ubicados en poblaciones de menos de 2.000 habitantes.
- 55% ubicados en poblaciones de menos de 5.000 habitantes.
- 70% ubicados en poblaciones de menos de 10.000 habitantes.
- Solo el 10% de los centros lácteos industriales están ubicados en poblaciones de más de 50.000 habitantes.



> 10%
7,5% a 10%
5% a 7,5%
2,5% a 5%
0% a 2,5%

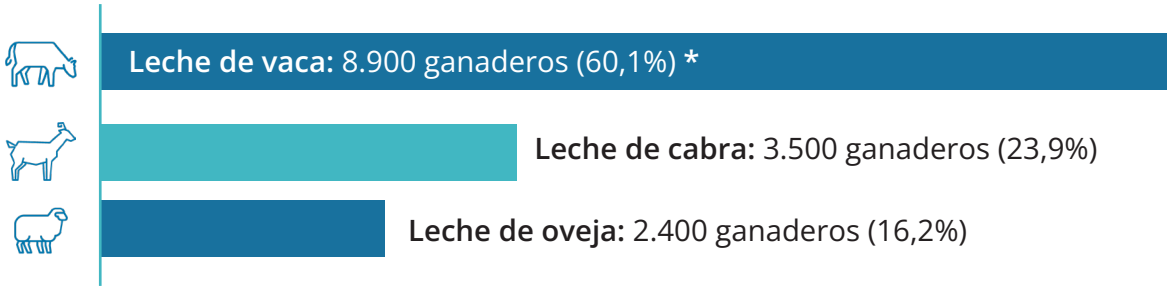


Además, la distribución territorial de la producción y de los centros de recogida y transformación permite que la actividad láctea esté presente en distintas zonas de España, adaptándose a las características productivas de cada territorio.

En un contexto marcado por el reto demográfico, esta presencia adquiere una especial importancia, al **contribuir al mantenimiento del empleo, la actividad económica y el tejido productivo en el medio rural**. De este modo, la industria láctea desempeña también un papel relevante como elemento de **vertebración y cohesión territorial**.

Transformación de la base productiva: evolución de productores y entregas de leche (2025)

Más de 14.800 ganaderos (-7% con respecto a 2024)



***** *Esta especie ha experimentado el ajuste más fuerte, bajando de la barrera de los 9.000 profesionales por primera vez en la serie histórica.*

7. Una industria competitiva y en transformación

La industria láctea se encuentra en un proceso continuo de transformación impulsado por la necesidad de adaptarse a un entorno cada vez más exigente. La evolución de la regulación, las demandas del mercado y los objetivos de sostenibilidad están impulsando **cambios profundos en el modelo productivo**.

La sostenibilidad, una palanca de competitividad

Las estrategias de sostenibilidad de las empresas lácteas muestran que el sector está cambiando de forma progresiva. Aunque cada compañía avanza a un ritmo diferente y tiene unas prioridades distintas según su tamaño y características, hay varias líneas de trabajo comunes. Así, **la sostenibilidad ya no se entiende únicamente como una cuestión ambiental, sino como una parte cada vez más importante de la forma de producir, invertir y competir**.

Uno de los principales ámbitos de actuación es la reducción del consumo de energía y las emisiones. **Las empresas están modernizando sus instalaciones, haciendo más eficientes sus procesos, instalando sistemas de autoconsumo, incorporando energías renovables y sustituyendo poco a poco los combustibles fósiles**. Estas medidas permiten reducir el impacto ambiental, pero también ahorrar energía, contener costes y hacer que las fábricas sean más eficientes. Los datos recogidos en sus memorias de sostenibilidad muestran que estos avances ya son medibles. Cada vez más, las empresas lácteas incluyen información específica sobre emisiones y transición energética. Los datos disponibles muestran reducciones acumuladas de emisiones de entre el 9,17% y el 64% en determinadas compañías, respecto a sus respectivos años de referencia. De cara a 2030, se recogen también objetivos de reducción de hasta el 65% de las emisiones de alcance 1 y 2.

El uso de energías renovables también está ganando peso. En parte de las empresas, el porcentaje de electricidad de origen renovable se sitúa entre el 94,2% y el 100%. En otras, que miden el conjunto del consumo energético y no solo la electricidad, las renovables representan entre el 17,8% y el 39,8% del consumo total. Otro ámbito importante es la economía circular, es decir, aprovechar mejor los recursos y reducir los residuos. Las empresas trabajan cada vez más para reutilizar, reciclar o valorizar los residuos y subproductos que generan tanto las granjas como las fábricas. Entre las soluciones que están ganando presencia destacan la producción de biogás y biomasa, la generación de fertilizantes orgánicos, el aprovechamiento de subproductos lácteos y el diseño de envases más fáciles de reciclar.



También en este ámbito hay avances concretos. Cuando las memorias ofrecen un dato global de reciclaje o valorización, los porcentajes superan el 97% y llegan hasta el 99,27%. Según los datos publicados, el progreso se mide a través de los envases, con cifras del 82,2% de envases reciclables por diseño y del 84,9% de envases reutilizables, reciclables o compostables. Además, se han identificado proyectos capaces de valorizar más de 90.000 toneladas de subproductos orgánicos en un solo año, convirtiéndolos, entre

otros usos, en energía renovable.

La sostenibilidad ya no se limita a lo que ocurre dentro de las fábricas. **Se está extendiendo a toda la cadena de valor**: las ganaderías, los proveedores, el transporte, los materiales, los productos y su gestión después del consumo. Las empresas incorporan cada vez más criterios ambientales y sociales en su relación con proveedores y desarrollan herramientas para conocer mejor el impacto de toda su actividad.

En este proceso, el apoyo a las explotaciones ganaderas tiene un peso especialmente importante en la industria láctea. Formación, asesoramiento técnico, digitalización, eficiencia energética, bienestar animal y mejora de la gestión son algunas de las actuaciones más frecuentes. Algunas empresas del sector ya ofrecen cifras sobre este trabajo: se recogen programas que han evaluado la madurez digital y en sostenibilidad de más de 700 ganaderos, iniciativas que trabajan con más de 400 ganaderías certificadas, mediciones de huella de carbono realizadas en alrededor de 4.500 explotaciones colaboradoras y programas que se han marcado el objetivo de formar a 10.000 ganaderos y trabajadores de la cadena láctea antes de 2030.

Estas actuaciones están relacionadas también con uno de los principales retos de futuro del sector: favorecer la continuidad y transmisión de explotaciones viables, modernas y competitivas, y facilitar la incorporación de nuevos profesionales cualificados a una actividad cada vez más tecnificada. La formación, el asesoramiento y el apoyo a la sucesión de las explotaciones muestran que la sostenibilidad no es solo ambiental. También tiene una dimensión económica, social y territorial.

Las personas son otro elemento central. La seguridad y salud en el trabajo, la formación, el desarrollo profesional, la igualdad, la diversidad y la adquisición de nuevas capacidades tienen cada vez más presencia en las estrategias de las empresas. La modernización de las fábricas y de las explotaciones exige, además, nuevos conocimientos relacionados con la digitalización, la automatización, la gestión de la energía y la innovación.

Por último, sostenibilidad e innovación están cada vez más conectadas. Mejorar los procesos industriales, desarrollar nuevos productos, avanzar en investigación nutricional, aprovechar mejor los subproductos o incorporar nuevas tecnologías en las explotaciones son ámbitos en los que la innovación puede ayudar al mismo tiempo a reducir impactos y a mejorar la competitividad.

En conjunto, estas tendencias muestran que **la sostenibilidad está dejando de ser un área independiente para convertirse en una parte habitual de la transformación de la industria láctea**. La reducción de emisiones, la eficiencia energética, la economía circular, la modernización de las explotaciones, el desarrollo de las personas y la innovación forman parte de un mismo proceso.

Este cambio exige, además, inversiones importantes y continuadas. Las propias memorias ofrecen ejemplos de esta dimensión económica: entre los proyectos analizados aparecen 18,6 millones de euros invertidos en instalaciones y equipos para mejorar la eficiencia energética y proteger el medio ambiente, así como planes de aproximadamente 20 millones de euros para descarbonizar instalaciones industriales.

Por ello, avanzar hacia una industria más sostenible debe ser compatible con la capacidad de inversión de las empresas, independientemente de su tamaño. El reto es seguir mejorando el comportamiento ambiental y social del sector sin poner en riesgo su viabilidad económica, su capacidad de crecimiento y su competitividad.

8. Riesgos de competitividad y señales de alerta

El sector lácteo español opera en un entorno de creciente complejidad, caracterizado por **la presión de costes, la competencia internacional y la necesidad de transformación**. El incremento de los costes energéticos, logísticos y de materias primas impacta directamente en la rentabilidad, limitando la capacidad de inversión de las empresas.

A ello se suma un marco regulatorio exigente que, en algunos casos, introduce incertidumbre y dificulta la planificación a largo plazo.

Además, la capacidad del tejido productivo para seguir modernizándose, ganando eficiencia e incorporando nuevas exigencias dependerá de que disponga de un entorno económico, regulatorio y financiero que favorezca la inversión y la planificación a largo plazo.



9. Impulsar el futuro del sector: prioridades para reforzar su crecimiento y competitividad

Un marco de actuación para construir una cadena láctea sólida, competitiva y con futuro

La radiografía de la industria láctea española pone de manifiesto que el desarrollo futuro del sector dependerá no solo de su capacidad productiva e industrial, sino también de las condiciones que permitan **mantener una base ganadera sólida, atraer inversión, generar empleo y reforzar la competitividad del conjunto de la cadena**.

El horizonte de demanda ofrece una oportunidad relevante. España produce anualmente más de 8 millones de toneladas de leche de vaca, oveja y cabra, pero mantiene un saldo comercial deficitario en determinadas categorías. Al mismo tiempo, las previsiones manejadas apuntan a un consumo de 13.700 millones de litros en 2030, lo que requeriría incrementar la producción en 5.200 millones de litros adicionales y abre una oportunidad de crecimiento estimada en 7.800 millones de euros y 2.600 millones de renta ganadera adicional.

Aprovechar este potencial exige abordar de forma coordinada los retos de la producción ganadera, la transformación y la comercialización. El objetivo debe ser avanzar hacia un **modelo lácteo competitivo y remunerador para todos los eslabones de la cadena**, capaz de generar valor suficiente para productores e industria, reforzar el medio rural y responder a las necesidades de los consumidores.

9.1 Reforzar la base productiva y permitir el crecimiento de las explotaciones

Uno de los principales desafíos estructurales del sector lácteo es garantizar su continuidad. La reducción progresiva del número de explotaciones y la dificultad para incorporar nuevos profesionales hacen necesario situar el relevo generacional entre las prioridades de la política sectorial. Por ello, resulta imprescindible desarrollar un Plan Nacional de Relevo Generacional.

Para ello, es necesario facilitar tanto la transmisión de explotaciones viables como la incorporación de nuevos ganaderos, mediante ayudas al establecimiento, acceso a financiación y avales, mecanismos que faciliten la sucesión y el acceso a la tierra y programas de acompañamiento y formación adaptados a una actividad cada vez más profesionalizada y tecnificada.

Esta estrategia debe prestar también atención a aquellas actividades necesarias para garantizar la continuidad de la producción en el territorio. En particular, resulta necesario facilitar y preservar los sistemas de recogida de leche, especialmente en las zonas con menor densidad de explotaciones, evitando que la pérdida de rutas o de operadores pueda comprometer la viabilidad de las ganaderías y favorecer el abandono de la actividad.

Garantizar el relevo significa, por tanto, no solo incorporar nuevos profesionales, sino asegurar que exista un ecosistema económico, logístico y empresarial que permita desa-

rrollar la actividad ganadera en condiciones competitivas.

9.2 Reducir las cargas burocráticas y favorecer la instalación en el medio rural

La continuidad del sector exige también crear un entorno que favorezca la inversión y facilite la decisión de emprender o desarrollar una actividad económica en el medio rural.

La elevada carga administrativa y la complejidad de determinados procedimientos pueden actuar como barreras tanto para quienes ya desarrollan su actividad como para quienes valoran incorporarse a ella. Resulta necesario avanzar en una **simplificación administrativa efectiva**, mejorar la coordinación entre administraciones y reducir aquellas cargas que no aporten un valor proporcional a los objetivos que persiguen.

Junto a ello, es necesario desarrollar una **fiscalidad más favorable a la inversión y al emprendimiento en el medio rural**, especialmente en las primeras etapas de incorporación a la actividad. Incentivos fiscales, facilidades de financiación y mecanismos de apoyo a la inversión pueden contribuir a hacer más atractiva la instalación y favorecer la continuidad de explotaciones competitivas.

El objetivo debe ser que desarrollar una actividad ganadera en el medio rural sea una opción económica viable y con perspectivas de futuro.



9.3 Mejorar el acceso a la mano de obra y a la vivienda

La disponibilidad de profesionales constituye un reto creciente para el conjunto de la cadena láctea, tanto en las explotaciones ganaderas como en las industrias transformadoras.

En numerosas zonas rurales, las dificultades para encontrar mano de obra se ven agravadas por problemas estructurales de **acceso a la vivienda, movilidad y servicios básicos**. Incluso cuando existe disponibilidad para trabajar en estas actividades, la falta de vivienda accesible puede impedir la incorporación efectiva de trabajadores.

Por ello, las políticas destinadas a reforzar la actividad económica en el medio rural deben contemplar conjuntamente las necesidades laborales y residenciales. Resulta necesario favorecer una mayor oferta de vivienda, impulsar fórmulas de colaboración entre administraciones y empresas y mejorar los servicios y las conexiones que permitan atraer y fijar población.

Dar respuesta a este desafío contribuirá no solo a cubrir las necesidades de mano de obra de ganaderías e industrias, sino también a reforzar la actividad económica y social de los territorios en los que se asienta la cadena láctea.

9.4 Apoyar la competitividad, la modernización y la inversión

El crecimiento futuro del sector exige una base productiva e industrial moderna, eficiente y capaz de competir en igualdad de condiciones con otros mercados europeos.

Para ello, resulta necesario facilitar las inversiones dirigidas a la **modernización de explotaciones e industrias, la digitalización, la automatización de procesos, la mejora de la eficiencia productiva y la incorpora-**

ción de nuevas tecnologías. Los instrumentos públicos de apoyo, las ayudas a la inversión y un acceso adecuado a la financiación deben acompañar este proceso tanto en el sector productor como en el transformador.

Asimismo, el marco regulatorio debe permitir que las explotaciones viables puedan adaptarse a las necesidades del mercado. En este sentido, conviene revisar aquellas limitaciones al **tamaño y crecimiento de las granjas** que puedan impedir alcanzar una dimensión competitiva, manteniendo en todo momento los estándares sanitarios, ambientales y de bienestar animal.

El objetivo no debe ser favorecer un único modelo productivo, sino permitir la convivencia de diferentes modelos y facilitar que aquellas explotaciones que quieran invertir, modernizarse y ganar eficiencia puedan hacerlo.

9.5 Proteger y promover el consumo de alimentos lácteos, especialmente entre los jóvenes

Los alimentos lácteos mantienen una elevada penetración en los hogares españoles, pero la evolución del consumo presenta diferencias relevantes entre generaciones. La menor frecuencia de consumo observada entre los grupos más jóvenes constituye un desafío a medio y largo plazo para el sector y puede modificar progresivamente los patrones alimentarios de la población.

Por ello, resulta necesario reforzar la presencia y la relevancia de los alimentos lácteos entre las nuevas generaciones, mediante **información basada en evidencia científica, educación alimentaria y propuestas adaptadas a nuevos hábitos, formatos y ocasiones de consumo**.

Esta estrategia debe ir acompañada de un marco regulatorio que tenga en cuenta las características propias de los productos lácteos. Las políticas relacionadas con la composición nutricional, la fiscalidad o la alimentación en centros educativos, hospitales y residencias deberían basarse en criterios científicos y evitar equiparaciones entre componentes naturalmente presentes en los alimentos —como la lactosa— y otros ingredientes añadidos.

Promover el consumo implica, asimismo, favorecer la innovación en categorías, formatos y productos capaces de responder a la evolución de las preferencias del consumidor y conectar especialmente con los públicos más jóvenes.



9.6 Reforzar la internacionalización y abrir nuevos mercados

Junto al desarrollo del mercado interior, la internacionalización constituye una oportunidad para ampliar la demanda, ganar escala y reforzar la competitividad de la industria española.

En un contexto en el que España mantiene una elevada dependencia exterior en determinadas categorías de productos lácteos, resulta necesario actuar simultáneamente sobre dos frentes: **aumentar la capacidad de transformación nacional y mejorar la presencia de las empresas españolas en los mercados internacionales**.

Para ello, es necesario reforzar los programas de apoyo a la exportación y ampliar su alcance al conjunto de los productos lácteos, no únicamente a aquellos asociados a figuras de calidad. La promoción internacional, la apertura de nuevos mercados, la eliminación de barreras comerciales y el acompañamiento a las empresas en su proceso de internacionalización pueden contribuir a diversificar destinos y generar nuevas oportunidades de crecimiento.

9.7 Favorecer la cooperación y una mayor dimensión empresarial, y reforzar la competitividad de la industria láctea

La competitividad futura del sector dependerá también de su capacidad para generar escala, compartir recursos y mejorar su posición dentro de la cadena.

En este sentido, resulta conveniente favorecer fórmulas de **cooperación empresarial, integración, concentración y colaboración entre operadores**, así como impulsar modelos cooperativos con mayor dimensión y capacidad de inversión, comercialización e internacionalización.

Una mayor cooperación puede facilitar inversiones que individualmente resultarían difíciles de acometer, mejorar la eficiencia, incrementar la capacidad negociadora, impulsar proyectos conjuntos de transformación y comercialización y favorecer una mejor adaptación a las exigencias de mercados cada vez más competitivos

9.8 Impulsar un pacto por la innovación junto a la distribución

La innovación constituye una palanca fundamental para generar nuevas ocasiones de consumo, desarrollar productos de mayor valor añadido y responder a la evolución de los hábitos de los consumidores.

Sin embargo, la capacidad de innovar no depende únicamente de la industria. El éxito de un nuevo producto requiere también **acceso al mercado, visibilidad, tiempo suficiente para consolidarse y colaboración entre fabricantes y distribución**.

Por ello, el sector propone avanzar hacia un **pacto por la innovación en colaboración con la distribución**, orientado a crear un entorno que facilite el desarrollo, lanzamiento y consolidación de nuevos productos. Esta colaboración debería permitir compartir información sobre las tendencias del consumidor, facilitar la llegada de innovaciones al mercado, reducir barreras comerciales y regulatorias y generar condiciones adecuadas para que las empresas puedan seguir invirtiendo en I+D+i.

La innovación debe entenderse, además, como un reto compartido por el conjunto del Gran Consumo. Reforzarla permitirá aumentar el valor añadido de la industria, responder mejor a nuevas demandas y contribuir al crecimiento sostenible de toda la cadena.



IMPULSAR LA INDUSTRIA LÁCTEA ES UNA DECISIÓN ESTRATÉGICA PARA EL FUTURO ECONÓMICO, INDUSTRIAL Y TERRITORIAL DE ESPAÑA

La industria láctea en España se encuentra ante una oportunidad histórica de crecimiento, impulsada por la evolución de la demanda y su capacidad productiva. Sin embargo, la materialización de este potencial dependerá de la creación de un entorno que favorezca su desarrollo.

Las medidas planteadas no solo responden a las necesidades del sector, sino que se alinean con objetivos estratégicos de país, como la autonomía alimentaria, el fortalecimiento industrial y la cohesión territorial.

P2


fenil
Federación Nacional
de Industrias Lácteas