



En
VACA
PODCAST



En video

InLac: unión, estrategia y promoción para impulsar el sector lácteo

Nuria María Arribas es la directora gerente de la Organización Interprofesional Láctea (InLac), una entidad sin ánimo de lucro que integra a todos los eslabones de la cadena del sector lácteo en España. En ella están representados ganaderos, ganaderas, cooperativas e industria, así como las tres especies productoras (vaca, oveja y cabra), lo que permite abordar los retos del sector desde una perspectiva global. A esta estructura se suma un comité de enlace con la distribución y una relación constante con los laboratorios interprofesionales, lo que refuerza su papel como organismo de coordinación y diálogo.

Arribas, doctora ingeniera agrónoma, procede de una familia ganadera, un origen que marca en gran medida su forma de entender el sector. A lo largo de su trayectoria ha combinado experiencia técnica, institucional y de gestión. Durante cuatro años fue alcaldesa en un municipio de la Comunidad de Madrid, trabajó como cooperante en Panamá y desarrolló más de dos décadas de carrera profesional en la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), donde ocupó el cargo de directora de I+D+i. En 2019 dio el salto a la dirección de InLac, desde donde ha consolidado una visión integradora del sector: “Tengo la suerte de conocer tanto la ganadería como la industria.

Eso hace que mi posición sea equilibrada, porque sé de primera mano los problemas de ambos. No puedo decantarme por ninguno, porque los dos son fundamentales y, además, completamente sinérgicos”.

Desde esa doble perspectiva, Arribas defiende que el buen funcionamiento del sector depende de la estabilidad de todos sus actores. “La clave está en que a todos les vaya bien. Si falla uno de los eslabones, el resto se resiente. Por eso es tan importante trabajar de forma conjunta y coordinada”, expone.

UN SECTOR DIVERSO CON PREDOMINIO DEL VACUNO

Aunque la InLac trabaja de forma paralela en iniciativas dirigidas a las

tres especies, la directora subraya que el vacuno de leche tiene un peso específico mayor en España, tanto por volumen de producción como por estructura empresarial. En este contexto, Galicia juega un papel determinante, al concentrar más del 40 % de la producción nacional.

Esta relevancia también se traslada a la propia organización: “En nuestra junta directiva predomina el vacuno y su comité cuenta con una importante representación gallega, con más de cuatro miembros”, apunta Arribas. Esta presencia refleja la importancia de la comunidad en el conjunto del sector.

A nivel europeo, el posicionamiento de España varía según la especie. En ovino y caprino, el país ocupa el

► "LA CLAVE ESTÁ EN QUE A TODOS LES VAYA BIEN. SI FALLA UNO DE LOS ESLABONES, EL RESTO SE RESIENTE"

segundo puesto en producción, lo que evidencia su fortaleza en estos segmentos. Sin embargo, en vacuno de leche se sitúa en séptima posición. "Nuestro objetivo es seguir avanzando en ese *ranking*. Ojalá podamos escalar posiciones poco a poco hasta situarnos entre los principales productores europeos", señala.

GOBERNANZA BASADA EN EL DIÁLOGO Y EL CONSENSO

Uno de los aspectos que caracteriza a la InLac es su apuesta por el diálogo constante entre los diferentes agentes del sector. La organización celebra reuniones mensuales en las que participan representantes de la ganadería, la industria y las coope-

rativas, con el objetivo de poner sobre la mesa los principales temas de interés común.

Estas reuniones permiten abordar cuestiones estratégicas, detectar problemas y buscar soluciones conjuntas, siempre desde una perspectiva de consenso. "Para mí es fundamental generar espacios donde se pueda hablar abiertamente y trabajar por el bien del sector lácteo", afirma Arribas.

Además de estas juntas, la InLac mantiene un contacto fluido con la distribución, lo que facilita la puesta en marcha de iniciativas conjuntas, en especial en el ámbito de la promoción del consumo. Este trabajo coordinado resulta clave para reforzar la presencia de los lácteos en el mercado y acercarlos al consumidor final.

A este entramado se suma un comité científico que respalda los mensajes de la organización en materia de nutrición. "Detrás de todo lo que comunicamos hay un equipo de expertos que avala nuestros contenidos.

Es importante que el consumidor reciba información rigurosa y basada en evidencia", explica la directora.

En conjunto, esta estructura permite a la InLac actuar como un verdadero eje vertebrador del sector, capaz de recoger las necesidades de todos sus integrantes y transformarlas en proyectos e iniciativas concretas.

PROMOCIÓN, FERIAS Y PRESENCIA INTERNACIONAL

La actividad de la InLac se centra en gran medida en la promoción y la comunicación, ámbitos a los que destina alrededor del 80 % de sus recursos. A través de estas acciones, la organización busca reforzar la imagen del sector, impulsar el consumo y abrir nuevas oportunidades de mercado.

En este sentido, la participación en diferentes eventos es una de sus principales herramientas. El año 2026 ha comenzado con una intensa agenda, que incluyó en marzo su presencia en Alimentaria, una de las principales ferias del sector agroalimentario a ►►



**EXTENDIDO
CON CONTROL GPS**

MODALIDADES DE SERVICIO:

- APLICADO SOBRE EL TERRENO
- BIG BAG DE 1.000 KG
- A GRANEL
- SACO DE 25 KG

La **prevención** es la mejor fórmula para el **ahorro**, y el carbonato cálcico **calfensa** para camas **es tu herramienta**

La acción secante del carbonato en contacto con ubres y pezuñas, aleja al animal de infecciones indeseables, que pueden derivar en pérdida de producción y en los recurrentes problemas en las patas.

Controlar el exceso de humedad, durante períodos prolongados de tiempo, en las partes delicadas del animal, es posible gracias al carbonato cálcico de **calfensa** en su utilización en camas.

NUEVO PRODUCTO GRANULADO
Corrección de pH y aporte de Magnesio

a-calfensa
la caliza de tu tierra®

CALIZA MAGNESIANA

CALIZA AGRÍCOLA

**CARBONATO
CALCICO
de calfensa
PARA CAMAS**

El maíz y las praderas precisan de pH próximo a la neutralidad. Tanto la Caliza Agrícola como la Magnesiana que ofrece Calfensa ayudan a corregir la acidez de nuestros suelos, evitando la toxicidad del aluminio y favoreciendo la asimilación del fósforo. Así mismo, mejoran su estructura, aumentando la aireación y el drenaje.

La caliza de Calfensa proviene de calcita que, una vez molida, es de efecto más rápido que la proveniente de dolomita.

Gracias a la finura de la molienda con la que trabaja Calfensa, sus productos son altamente solubles. Rápida acción difícilmente superable por otras calizas menos molidas o granuladas.

A diferencia de la cal viva, la caliza de Calfensa no es agresiva, no produce quemaduras, lo que facilita su manipulación, siendo, del mismo modo, respetuosa con los microorganismos beneficiosos del suelo.

Dado que se trata de un producto extraído directamente de la tierra, no produce efectos negativos para el medio, siendo reconocido por el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica.

AENOR certifica los sistemas de Gestión de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad y Salud en el Trabajo de Calfensa.



Ctra. Lugo - Sarria LU-546 km 2 · 27161 Santa Comba (LUGO) · info@calfensa.com · www.calfensa.com

982 305 902



nivel internacional, celebrada en Barcelona. En este encuentro, la InLac contó con un stand propio en el que participaron 14 queserías, muchas de ellas pequeñas y medianas empresas que tuvieron la oportunidad de dar visibilidad a sus productos en un entorno internacional.

De cara a los próximos meses, la organización continuará con esta estrategia. En septiembre estará presente en Fromago, en Zamora, una feria especializada en queso que “cada vez va cogiendo más fuerza”, según Arribas. En noviembre la InLac participará en el World Cheese Awards, en Córdoba, donde ejercerá como patrocinadora y contará con un espacio propio.

La proyección internacional es otro de los ejes clave de su actividad. Este verano, la InLac viajará a Nueva York para participar en la Summer Fancy Food, uno de los eventos más importantes del sector alimentario en Estados Unidos. Allí representará más de 150 variedades de queso español, junto con las 32 figuras de calidad reconocidas —27 denominaciones de origen protegidas y 5 indicaciones geográficas protegidas—, con el objetivo de reforzar la presencia de estos alimentos lácteos en el mercado estadounidense.

ANÁLISIS, DATOS Y APOYO AL SECTOR

Más allá de la promoción, la InLac desarrolla una importante labor técnica centrada en el análisis de datos y la elaboración de estudios de prospectiva. Estos trabajos permiten anticipar tendencias y ofrecer al sector herramientas útiles para la toma de decisiones.

“Sabemos que el camino no es sencillo, pero creemos que es posible alcanzar los niveles que merece este sector. Para ello, es necesario seguir trabajando en proyectos que lo apoyen y lo ayuden a progresar”, anota Arribas.

Entre las iniciativas en este ámbito destaca la publicación cuatrimestral de datos de comercio exterior, que incluye información detallada sobre exportaciones, importaciones y comportamiento de los mercados internacionales. Estas cifras permiten entender mejor la posición de España en el contexto global y detectar oportunidades de crecimiento. También está el Sistema de Infor-

► “DETRÁS DE TODO LO QUE COMUNICAMOS HAY UN EQUIPO DE EXPERTOS QUE AVALA NUESTROS CONTENIDOS”



La InLac impulsó la publicación del Libro blanco de los lácteos

mación Lácteo de la InLac (SiLac), que integra información de los mercados de leche y alimentos lácteos.

A esto se suman los datos anuales del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, que reflejan aspectos clave como la evolución del número de ganaderos o los niveles de productividad. “Es evidente que el número de ganaderos ha ido descendiendo con los años, mientras que la productividad se mantiene. Contar con estos números es fundamental para entender la realidad del sector”, detalla.

Arribas destaca también la mejora en la disponibilidad de información en los últimos años: “El sector nunca ha tenido tantos datos como ahora. Eso es positivo, porque nos permite analizar mejor la situación y tomar decisiones más acertadas”. En este proceso, la colaboración con la Administración es directa, gracias a un convenio que facilita el intercambio de información y la coordinación de acciones.

PLAN ESTRATÉGICO Y CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

Uno de sus proyectos más relevantes en la actualidad es el Plan Estratégico del Sector Lácteo, una iniciativa que busca sentar las bases del futuro del sector. El punto de partida es claro: el mundo se enfrenta a un aumento de la demanda alimentaria, mientras que el número de ganaderos dismi-

nuye y surgen nuevas fuentes de proteína no animales que compiten con los productos lácteos. Por ello, el plan pone el foco en la promoción del sector, la mejora de su competitividad y la garantía de su sostenibilidad.

La propuesta ha sido presentada tanto al Ministerio como a distintas comunidades autónomas, con una acogida positiva. En este contexto, la directora destaca el ejemplo del vacuno gallego, que ha apostado por la modernización: “La robotización, la tecnología y la innovación son el camino a seguir. En Galicia se han hecho muy bien las cosas en ese sentido”.

Otro de los ejes fundamentales es el relevo generacional, uno de los grandes retos del sector. “No es un problema que pueda resolverse solo desde el ámbito privado. Es necesario que la Administración se implique con políticas coherentes que faciliten la incorporación de jóvenes”, remarca.

En el área de la comunicación, la InLac ha puesto en marcha diversas campañas para mejorar la percepción social del sector. Entre ellas sobresale “Te lo agradece”, centrada en visibilizar el relevo generacional a través de testimonios reales de ganaderos satisfechos con su trabajo. La campaña ha tenido una amplia repercusión mediática y ha contribuido a mostrar una imagen más realista del sector. ►►

RED DE CONCESIONARIOS PARA GALICIA

FENDT



MASSEY FERGUSON



► “ES FUNDAMENTAL GENERAR ESPACIOS DONDE SE PUEDA HABLAR ABIERTAMENTE Y TRABAJAR POR EL BIEN DEL SECTOR LÁCTEO”

“No todos los ganaderos trabajan los 365 días del año sin descanso. Muchos tienen vacaciones y una vida organizada. Es importante trasladar esa realidad para atraer a nuevas generaciones”, afirma Nuria Arribas.

Otra iniciativa relevante es “Cuenta con los lácteos europeos”, que aborda la sostenibilidad desde una triple perspectiva —social, económica y medioambiental—. Dentro de esta campaña, la InLac ha impulsado acciones divulgativas como un autobús itinerante que recorre diferentes puntos del país para acercar el sector al consumidor.

Finalmente, otra de las iniciativas llevadas a cabo por la organización consistió en la publicación del *Libro blanco de los lácteos*. A raíz de ello, están preparando varias ponencias con Rosaura Leis, de la Fundación Española de la Nutrición (FEN), e irán a NutriEXPO para impartir una conferencia en la que se hablará del libro y de la importancia de las grasas lácteas.

RECONOCIMIENTO Y EXPANSIÓN INTERNACIONAL

El trabajo de la InLac ha sido distinguido tanto a nivel nacional como europeo. Un ejemplo de ello es la campaña “Cheestories”, centrada en la promoción de quesos europeos en Estados Unidos, que recibió el reconocimiento de la Comisión Europea. Además, la organización ha sido galardonada con el premio Q de Quesos como entidad relevante en el mundo del queso. “Estos premios no son solo de la InLac, sino de todo el sector”, especifica Arribas.

En el ámbito internacional, la InLac continúa ampliando su presencia. Tras el desarrollo de campañas como “Cuenta con los lácteos europeos” y “Cheestories”, el foco se sitúa ahora en el mercado británico, donde buscan aumentar el consumo de lácteos españoles tras el Brexit.

Los resultados de estas campañas se evalúan mediante indicadores específicos que permiten medir su impacto, como el aumento del consumo



de los lácteos en España o la participación en actividades y jornadas que la InLac organiza, con supervisión de organismos oficiales.

RETOS DEL SECTOR: CONSUMO, NORMATIVA Y PERCEPCIÓN

Entre los principales desafíos del sector lácteo, Arribas destaca la necesidad de reforzar la educación nutricional y fomentar el consumo de estos productos. En el caso del queso, España presenta un consumo per cápita de 9 kg al año, muy por debajo de la media europea, que alcanza los 21 kg. “Tenemos quesos excepcionales que podrían formar parte de la dieta diaria, como ocurre en otros países”, asevera.

La directora también insiste en la importancia de diferenciar los alimentos lácteos de las alternativas vegetales, especialmente en términos nutricionales. “No son comparables. El aporte de nutrientes como el calcio es muy distinto, y es importante que el consumidor lo tenga claro”.

En paralelo, recalca la necesidad de cumplir con la normativa europea en la denominación de productos, en concreto en el canal hostelero, donde en ocasiones se utilizan términos inadecuados que pueden generar confusión.

RENTABILIDAD, INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

La rentabilidad de las ganaderías es una de las principales preocupaciones de los ganaderos, que deben hacer frente a costes crecientes y a la necesidad de mantener su competitividad. En este contexto, la robotización se presenta como una herramienta clave para mejorar la eficiencia y reducir la

carga de trabajo. “Cada vez hay más ganaderos que incorporan robots de ordeño, lo que les permite optimizar su tiempo y mejorar sus condiciones de vida”, describe Arribas.

A medio plazo, la innovación y la sostenibilidad serán factores determinantes. No obstante, la directora lo resume con claridad: “El reto principal es la productividad. Sin productividad no hay ganadería. A partir de ahí, se puede avanzar en innovación, sostenibilidad y relevo generacional”.

EL SECTOR DENTRO DE CINCO AÑOS

De cara al futuro, Nuria Arribas lo tiene claro: “El Plan Estratégico del Sector Lácteo marcará la evolución de los próximos años”. Asimismo, la directora de la InLac comenta que hay que mejorar los envases, reducir el impacto ambiental e incorporar herramientas que permitan medir aspectos como la huella de carbono.

La InLac también ha desarrollado un mecanismo de mediación entre ganaderos e industria que ha permitido resolver alrededor del 50 % de los conflictos sin necesidad de recurrir a la vía judicial. “Necesitamos herramientas que faciliten el entendimiento y refuercen la cohesión del sector”, manifiesta.

En definitiva, el objetivo es consolidar un sector fuerte, competitivo y alineado, capaz de adaptarse a los cambios y seguir creciendo. “Los resultados nos avalan y demuestran que podemos seguir acercándonos al consumidor para que, desde su criterio, elija tomar lácteos. Son seguros, nutritivos y esenciales para la salud, tanto a nivel óseo como muscular”, concluye Nuria Arribas. ■