

# EL CONSUMO LÁCTEO EN ESPAÑA (1950-2020)

## Auge y caída de la buena alimentación

*Fernando Collantes*

*Este texto es un resumen del libro **Milk in Spain and the history of diet change: the political economy of dairy consumption since 1950**, publicado por la editorial Bloomsbury. Este libro será publicado en castellano por Prensas Universitarias de Zaragoza y la Sociedad de Estudios de Historia Agraria a lo largo del presente año 2025 con el título **El consumo lácteo en España (1950-2020): auge y caída de la buena alimentación**.*

### Puntos clave

- Hay un problema con nuestra alimentación y el consumo lácteo nos lo ilustra. Hemos pasado de avanzar hacia la buena alimentación (y más o menos alcanzarla) a presenciar el regreso inesperado de la mala alimentación.
- La mala alimentación lo es en parte por motivos nutricionales: hemos pasado a consumir menos lácteos de lo recomendado y nuestra cesta contiene cada vez más ultraprocesados.
- Pero la mala alimentación también lo es en el sentido socioeconómico: los consumidores nos hemos vuelto ineficientes y nuestro “gasto excedente” no está orientado a desafíos sociales como la transición ecológica.
- Una cesta láctea nutricionalmente adecuada y centrada en la leche ecológica es hoy una posibilidad económica factible. Su coste sería similar al coste en que ya hemos incurrido para pasar a una cesta más sofisticada y ultraprocesada. En términos coloquiales: dinero hay, la cuestión es qué lo gastamos.
- El regreso de la mala alimentación tiene causas complejas: las economías familiares son hoy más holgadas que en el pasado, prevalece una cultura

de la gratificación inmediata, y las industrias lácteas y supermercados han hecho mucho por mover a los consumidores en esa dirección.

- También tiene una causa “silenciosa”: la política. Como otros países, en España ha triunfado la doctrina neoliberal del consumidor soberano y hemos carecido de una política de consumo alimentario que evitara que el capitalismo y la sociedad de consumo desestabilizaran la buena alimentación que se había logrado hacia 1980 o 1990.
- Las políticas públicas no deben limitarse a proporcionar información de los consumidores: también deben invertir en su educación y en el cultivo de una cultura alimentaria diferente. La buena alimentación tiene que volver a “estar de moda”: las muchas estadísticas manejadas en este libro nos dicen que, al final, la cabeza de los consumidores es importante, pero su corazón lo es aún más.

### Resumen del libro

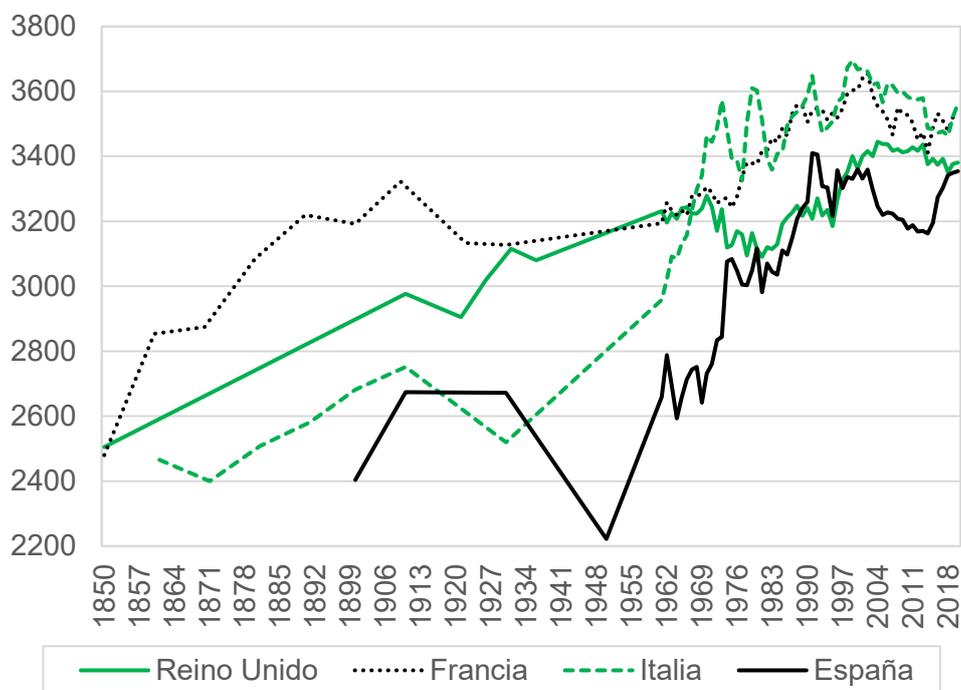
*En apenas unas décadas, los países occidentales han pasado de dejar atrás el hambre y la privación a enfrentarse a un tipo de diferente de malnutrición provocado por los excesos y desequilibrios de las dietas actuales. En este libro, Fernando Collantes se sumerge en un pequeño caso de estudio, el consumo de leche y productos lácteos en España desde 1950 hasta el presente, para comprender mejor el ascenso y caída de la buena alimentación en las sociedades opulentas. Sobre la base de un enfoque teórico inspirado en la socioeconomía de Joseph Schumpeter y con recurso a una variedad de fuentes cuantitativas y cualitativas, el libro explica la transformación de las dietas como resultado de una combinación de cambios en la macroeconomía, la dinámica empresarial de la cadena alimentaria y la cultura del consumo. Collantes identifica dos oleadas de consumo lácteo: la masificación del consumo de leche procesada (1950-1990) y la sustitución de esta por derivados lácteos (1990-presente). Mientras la primera de estas oleadas realizó una contribución importante al bienestar de los españoles, la segunda terminó teniendo impactos negativos tanto en lo nutricional como en lo socioeconómico. De este análisis histórico se deriva una conclusión política: es preciso que el Estado abandone su adhesión a la noción de soberanía del consumidor e implante políticas económicas y culturales que promuevan decididamente la buena alimentación.*

## Parte I. AUJE Y CAÍDA DE LA BUENA ALIMENTACIÓN

### Capítulo 1. ALGO HUELE A PODRIDO

España ofrece una versión especialmente drástica y paradójica del ascenso y caída de la buena alimentación en Occidente. Drástica, porque en apenas un par de generaciones se pasó del hambre y la infra-nutrición a los problemas dietéticos propios de las sociedades opulentas. Paradójica, porque la incapacidad del país para retener el adecuado estado nutricional que por fin había alcanzado hacia aproximadamente 1980 ocurrió en paralelo al ascenso de la dieta mediterránea como icono global de dieta saludable. Tanto en España como a nivel internacional ha habido tres grandes narrativas para explicar el ascenso y caída de la buena alimentación: una centrada en el cambio macroeconómico, otra en la dinámica de la cadena alimentaria y otra en las transformaciones de la cultura alimentaria. El estado de la cuestión presenta, con todo, algunas limitaciones empíricas, en especial las derivadas de la falta de articulación de las variables cuantitativas y cualitativas. Esto, a su vez nos remite al ocaso prematuro del programa de investigación de Fernand Braudel y Louis Malassis, así como a la falta de un enfoque teórico inclusivo.

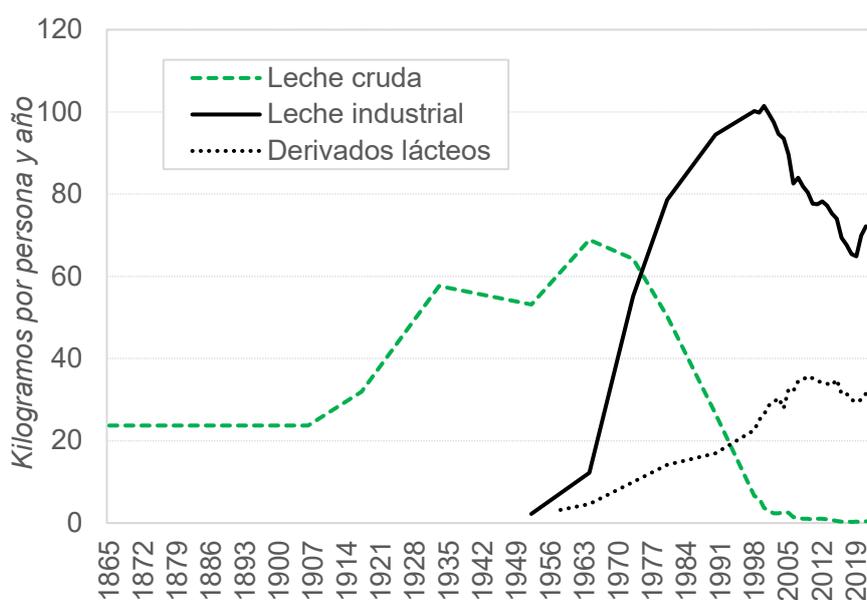
**Figura 1.1. Disponibilidad aparente de energía a través de la dieta en cuatro países de Europa occidental (kilocalorías por persona y día), 1850-2020**



## Capítulo 2. UN ENFOQUE NEO-SCHUMPETERIANO

La base de nuestro enfoque teórico es la socioeconomía de Joseph Schumpeter, completada por las aportaciones de autores neo-schumpeterianos y por diversos elementos tomados de la economía política clásica, el institucionalismo, y la economía agroalimentaria de Louis Malassis. El enfoque tiene tres dimensiones: descriptiva, valorativa y explicativa. Se propone una descripción del cambio en las dietas en términos de “ondas largas” y “modelos de consumo alimentario”. La valoración de estos modelos será nutricional, pero también socioeconómica y, para ello, se introduce el concepto de “gasto excedente”, que hace referencia a la diferencia entre el gasto total realizado por los consumidores y el gasto necesario para acceder a una cesta básica nutricionalmente adecuada. En lo que se refiere a la explicación del cambio en las dietas, se pone el énfasis en la co-evolución de distintos subsistemas sociales, en particular el macroeconómico, el microeconómico (vinculado a la cadena alimentaria) y el cultural.

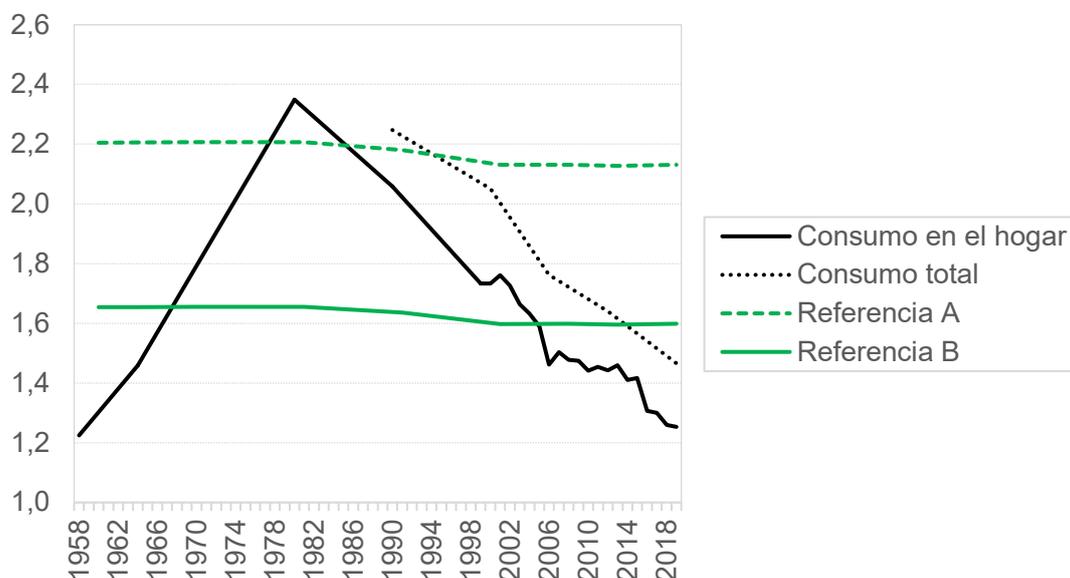
**Figura 3.2. Tres oleadas de expansión en el consumo lácteo, 1865-2021**



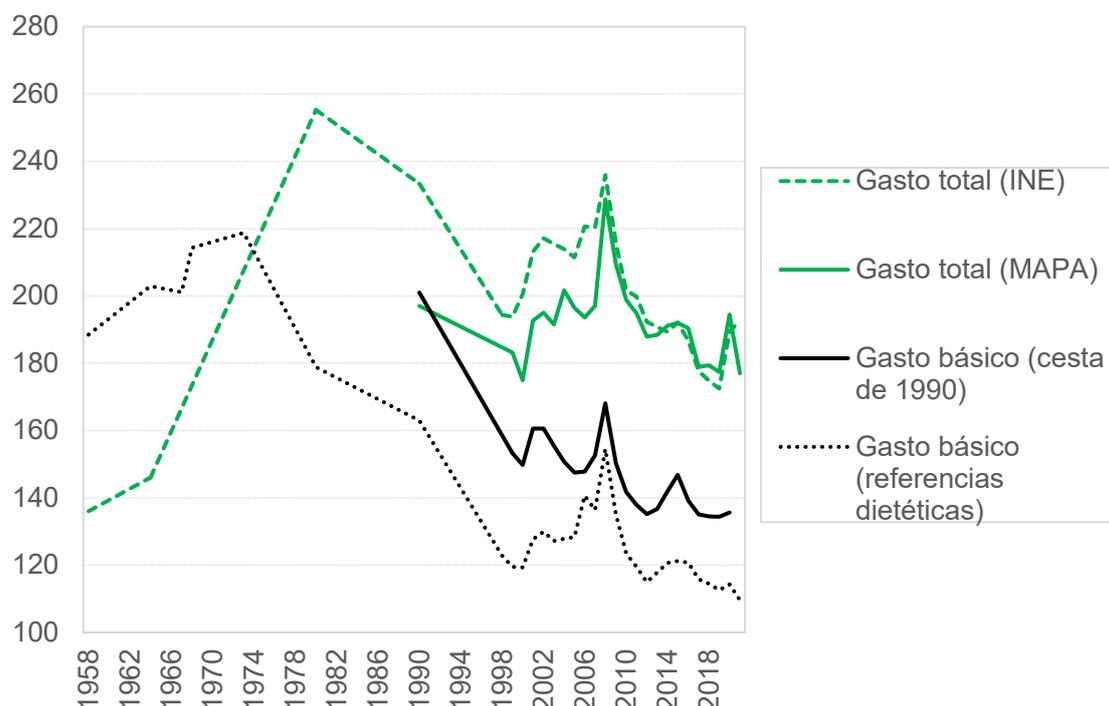
### Capítulo 3. DOS MODELOS DE CONSUMO LÁCTEO EN ESPAÑA DESDE 1950

La leche y los productos lácteos han desempeñado un papel central dentro de la historia del cambio en las dietas en Occidente. En el caso de España, distintas fuentes estadísticas, en especial las *Encuestas de Presupuestos Familiares* y el *Panel de Consumo Alimentario*, nos permiten reconstruir la evolución del consumo lácteo desde 1950 hasta el presente y desagregarlo para distintos tipos de producto y distintos perfiles de consumidor. Los resultados muestran dos modelos de consumo lácteo diferenciados, con 1990 como fecha aproximada de separación entre ambos. El primer modelo gravitó en torno a la masificación del consumo de leche, un producto que originalmente estaba poco presente en la dieta de la mayor parte de hogares. El segundo presencié el declive del consumo de leche y un aumento en el consumo de derivados lácteos, siendo su rasgo socioeconómico más novedoso la realización por parte de los consumidores de un volumen sustancial de “gasto excedente”. Sin embargo, así como el primer modelo mejoró el bienestar de los españoles, el segundo ha tenido un peor balance nutricional y socioeconómico.

Figura 3.5. Raciones lácteas por persona y día, 1958-2019



**Figura 3.8. Gasto doméstico en el consumo de productos lácteos, 1958-2021: total y “básico” (euros constantes de 2019 por persona y año)**

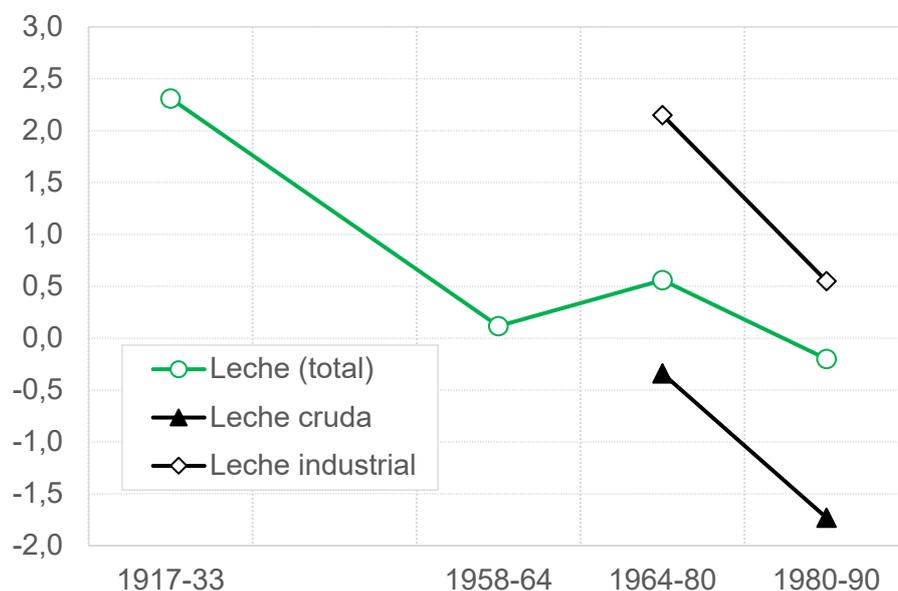


## Parte II. EL CONSUMO DE MASAS (1950-1990)

### Capítulo 4. MASIFICACIÓN

Entre 1950 y 1990 el consumo de leche se masificó, generalizándose entre los grupos de menor estatus y en las regiones en cuya dieta aún no estaba muy presente de partida. La base económica de la masificación fue el extraordinario incremento en el nivel de ingreso de los consumidores hecho posible por una oleada de crecimiento acelerado entre 1950 y 1975 y una distribución cada vez menos desigual de dicho crecimiento a lo largo de todo el periodo. A partir de la década de 1970, además, este efecto renta se vio acompañado por un efecto precio conforme la leche comenzó a abarataarse. Junto a estos cambios económicos fue importante también la reorientación mostrada por los consumidores, que solo a partir de mediada la década de 1960 se mostraron dispuestos a canalizar sus aumentos de poder adquisitivo hacia la compra de más leche, en particular leche industrial. El despliegue de este modelo de consumo fue un proceso accidentado, que solo ganó un impulso sustancial a partir de 1965.

**Figura 4.3. Factores de respuesta del consumo de leche**



## **Capítulo 5. PERDIENDO LA BATALLA DE LA LECHE (1950-1965)**

España avanzó poco hacia la masificación del consumo de leche entre 1950 y 1965. Fueron años durante los cuales se produjo un cierto desacoplamiento entre las dinámicas de los distintos subsistemas implicados en el cambio en las dietas. La evolución macroeconómica fue claramente positiva, conduciendo a un aumento rápido y generalizado del nivel de ingreso de los consumidores. La evolución de la cadena láctea, basada en tecnologías rudimentarias y lastrada por el fracaso de la política láctea de dictadura franquista, lo fue menos y no pudo evitar un cierto encarecimiento del producto. A pesar de los esfuerzos propagandísticos de la dictadura, la cultura del consumo tampoco fue propicia, dado que, en una época en que muchos consumidores carecían de la posibilidad de proveerse de leche procesada, la imagen social de la leche cruda fue deteriorándose y ni el queso ni la leche en polvo lograron suscitar gran interés entre los consumidores.

*“La batalla de la leche todavía está muy lejos de ser resuelta. Y no es lo mismo, porque ustedes no lo aceptan igual, el que se haga en polvo. Es solo a través de las centrales que podemos llegar a garantizar a un precio determinado y con una calidad determinada, leche de verdad al consumidor español, toda la que necesite”.*

*Alberto Ullastres (ministro de Comercio), 1960*

## Capítulo 6. GANANDO LA BATALLA (1965-1990)

Entre 1965 y 1990, el progreso macroeconómico de España fue acompañado finalmente de desarrollos propicios en la cadena láctea y en la cultura del consumo para dar lugar a una extraordinaria oleada de masificación del consumo de leche. Un cambio fundamental fue el extraordinario aumento de la capacidad productiva de la cadena láctea, hecho posible por la incorporación de los ganaderos al paradigma tecnológico de la “revolución verde” y por el ascenso de una industria procesadora como nodo organizador de la cadena. La industrialización de la cadena láctea hizo posible que cantidades crecientes de leche industrial estuvieran disponibles para los consumidores de todas las regiones a precios cada vez más bajos. Aún más importante que ello fue su capacidad para restaurar la confianza de los consumidores en la leche al hacer de esta un producto estandarizado. En la década de 1980, de todos modos, aparecieron signos de que esta combinación de factores, que había permitido a los consumidores alcanzar una cesta de consumo lácteo adecuada desde el punto de vista nutricional, estaba comenzando a desintegrarse.

*“Comprar 12 litros de leche de una sola vez, y colocar 2 o 3 en el frigorífico y el resto en la despensa sin problemas de almacenamiento, es ya hoy una realidad”.*

*Tetra Pak (fabricante de envases UHT), 1981*

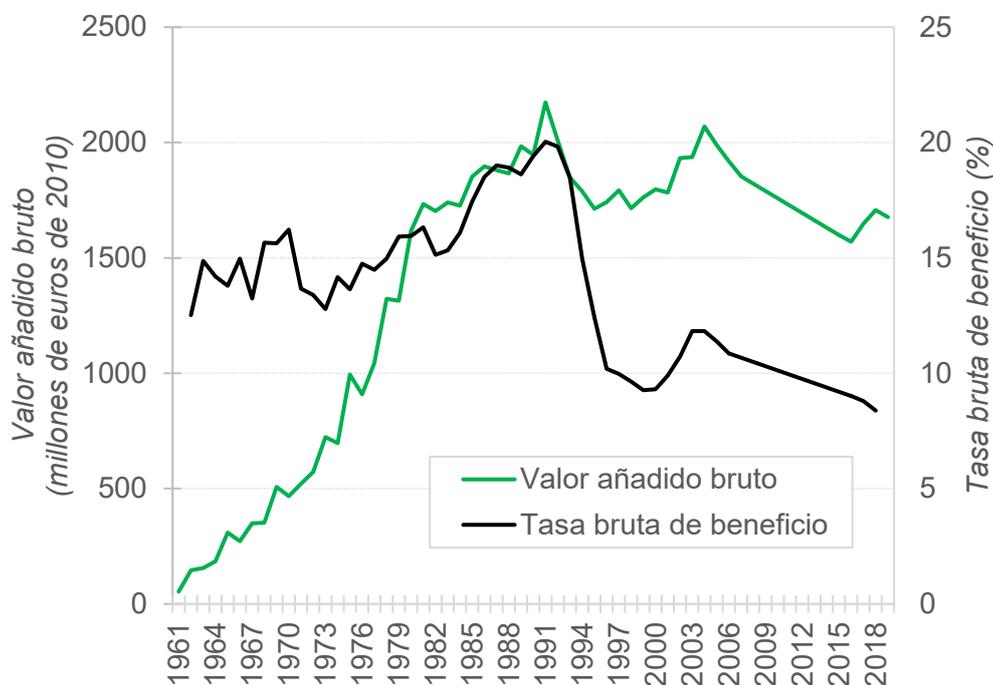
## Parte III. UN SOFISTICADO DESVÍO (1990-...)

### Capítulo 7. JUEGOS DE SOFISTICACIÓN

Los consumidores españoles sofisticaron su cesta láctea a partir de 1990, si bien su “gasto excedente” no estuvo orientado a desafíos sociales relevantes y, por el camino, los consumidores terminaron desalineándose con respecto a las recomendaciones de los nutricionistas. Una causa fundamental de estos cambios fue el ensanchamiento del espacio de elección que entrañó el lanzamiento al mercado de derivados lácteos cada vez más complejos, un proceso que a su vez hay que vincular a las tensiones de ajuste estructural dentro de la cadena láctea. La sofisticación de la cesta de consumo fue posible también porque los consumidores, beneficiados por la bonanza macroeconómica previa a la Gran Recesión y por la caída de precios lácteos durante casi todo el periodo, no se enfrentaron a restricciones presupuestarias duras. Se observan de todos modos llamativos contrastes entre las orientaciones de los

consumidores hacia distintos tipos de leche y productos lácteos, así como entre sus orientaciones antes y después del estallido de la recesión en 2008.

**Figura 7.3. Valor añadido y rentabilidad en la industria láctea, 1961-2019**



## Capítulo 8. MOMENTO GALBRAITH (1990-2008)

Las restricciones presupuestarias a que se enfrentaban los consumidores españoles continuaron suavizándose en los veinte años previos a la Gran Recesión. El crecimiento económico fue notable y amplias capas de la población pudieron beneficiarse de él. Además, hubo apreciables reducciones de los precios lácteos, en parte porque ganaderos e industrias continuaron aumentando su nivel tecnológico, en parte porque el ascenso de los supermercados propició importantes ganancias de eficiencia. Los consumidores reaccionaron de manera muy dispar ante estas posibilidades económicas ampliadas. Tendieron a moderar su consumo de leche, un producto cuya imagen social se vio muy condicionada por nuevos mensajes nutricionales que alertaban sobre los peligros de una ingesta excesiva de grasa saturada. Pero, por otro lado, se interesaron vivamente por todo tipo de quesos, yogures y otros derivados lácteos, de los que esperaban obtener mejoras en términos de salud nutricional, gratificación o comodidad. Con todo, el *primum mobile* del cambio no estuvo en el lado de los consumidores, sino en el lado de las empresas, que buscaron anticiparse a las necesidades de estos.

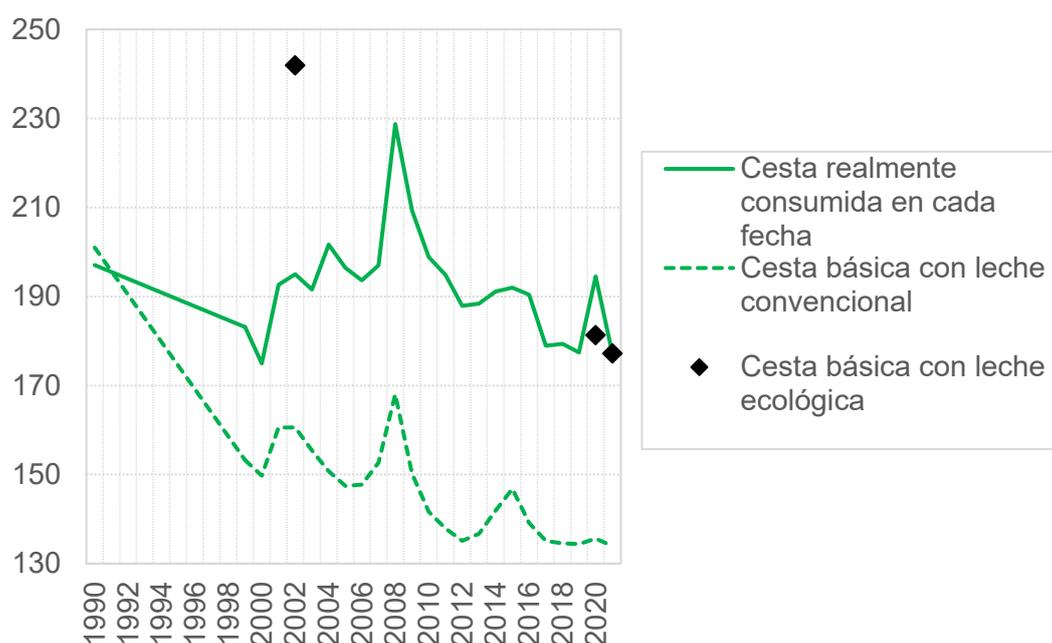
**Cuadro 8.2. Productos vendidos por Central Lechera Asturiana**

	1992	Nuevos productos incorporados a la altura de 2008
Leche líquida	Entera, semi-desnatada, desnatada	Enriquecida: calcio (NaturCalcio Crecimiento, Mamás, Plenitud; Calcio Plus entera, semidesnatada, desnatada), fibra (BioFibra, NaturFibra con o sin cereales),
Leche en conserva	Leche en polvo (entera, desnatada)	
Queso	Bloques de queso	Queso fresco (Blanco Asturiana, Naturlínea desnatada, NaturCol), queso en barra o lonchas (natural, ligero, La Gruta), quesitos Supermán enriquecidos
Mantequilla	Convencional	Ligera, mediterránea, fácil de untar, miniporciones, con sabores (fresca, ajo, finas hierbas)
Yogur <sup>a</sup>	Natural, fresa, frambuesa, frutas del bosque, ensalada de frutas con cereales	NaturActiva con frutas y hierbas (jalea real, valeriana melisa melocotón, soja arándanos, té verde y limón, soja con kiwi y manzana desnatado, soja con frutos rojos desnatado, fresa y poleo menta, piña y té verde), Vegetánea con verduras (fresa-zanahoria-tomate, manzana- pepino-puerro, ciruela-remolacha-espínacas), NaturCol (con esteroides vegetales), NaturLínea bajo en grasa (líquido, cremoso, cremoso multifrutadas), NaturFibra rico en fibra (desnatado, frutos rojos, líquido con kiwi y manzana), BioActiva con probióticos (avellanas, frutas del bosque), Más Cremoso (frescas con nata, plátano-chocolate, pastel de manzana, dulce de leche), Desnatado (edulcorado, piña), kéfir (convencional, con lichi y té verde), Supermán Crecimiento y Energía (enriquecido para niños), ABC (natural, plátano-galleta)
Otros	Batidos de leche (cacao, vainilla, fresa), nata líquida	Batido Supermán (enriquecido para niños), leche con té (verde, blanco, rojo), salsa de nata (queso azul, pimienta, carbonara, marinera, ligera), crema de arroz con leche Casa Gerardo, Flan 0% Casa Gerardo, crema de avellana Casa Gerardo, mousse de chocolate y nata

## Capítulo 9. TURBULENCIA (2008-...)

El estallido de la Gran Recesión en 2008 fue un evento crítico que alteró la trayectoria del modelo de consumo lácteo que venía desplegándose desde 1990. La recesión tuvo un cierto efecto económico, pero la caída en el nivel de ingreso sufrida por los hogares pronto fue compensada por un abaratamiento aún mayor de la leche y los derivados lácteos. Más que el poder adquisitivo, lo que cambió de tendencia tras 2008 fue la cultura del consumo. En una era en la que la innovación de producto dejó de ser tan vigorosa como en las dos décadas previas, los consumidores redujeron su interés por la mayor parte de quesos y yogures. Algunas tendencias previas a 2008 siguieron su curso, con todo: el abandono de la leche y el interés por los derivados lácteos más complejos. La magnitud del gasto excedente se estabilizó, pero siguió siendo sustancial e incluso llegó a alcanzar un techo bajo las peculiares circunstancias de la pandemia de covid en 2020.

**Figura 9.1. Gasto per cápita en tres cestas de consumo lácteo (euros constantes de 2019)**



## Parte IV. CONCLUSIÓN

### Capítulo 10. ¿QUÉ PODEMOS APRENDER DE ESTE ESTUDIO DE CASO?

El caso de la leche y los productos lácteos en la España posterior a 1950 tiene enseñanzas para el estudio más general del ascenso y caída de la buena alimentación en las sociedades desarrolladas. La mala alimentación del presente no es el resultado de una “gran aceleración” que supuestamente habría comenzado a mediados del siglo XX. Más bien encontramos dos modelos diferenciados de consumo alimentario: el agro-industrial masivo de las décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial y otro que tomó forma en el tramo final del siglo XX y cuyo rasgo más distintivo es (al menos en nuestro caso de estudio) la realización de gastos excedentes por parte de los consumidores. La historia de ambos modelos que se ha ofrecido en estos libros muestra los límites de las explicaciones centradas exclusivamente en la macroeconomía, la microeconomía de la cadena alimentaria o la cultura del consumo. Se necesita integrar estos tres hilos, con sus correspondientes ramificaciones en ámbitos como la historia de la ciencia y la historia política, para reconstruir el ascenso y caída de estos sucesivos modelos de consumo alimentario. Concluimos reflexionando sobre la importancia de disponer de un marco teórico capaz de articular la co-evolución de estas distintas esferas relativamente autónomas entre sí.

### Capítulo 11. ¿CÓMO PROMOVER LA BUENA ALIMENTACIÓN?

La historia del consumo lácteo en España puede ponerse al servicio del debate público sobre cómo promover la buena alimentación. No puede darse por garantizado que haya una tendencia espontánea hacia la buena alimentación: se necesitan políticas públicas que la promuevan o que, una vez alcanzada, tiendan a conservarla. Estas políticas públicas pueden incluir las políticas informativas habitualmente defendidas por los partidarios de la soberanía del consumidor, pero también pueden ser políticas fiscales y, sobre todo, políticas que busquen alterar las condiciones estructurales en que los consumidores toman sus decisiones individuales. Entre estos condicionantes estructurales, es fundamental que el Estado, yendo más allá de la simple corrección de fallos de mercado, se empeñe en la tarea de promover el surgimiento desde abajo de una nueva cultura alimentaria. Como en otros países occidentales, este tipo de políticas serán tanto más factibles si se produce una reforma institucional que disminuya el peso del Ministerio de Agricultura, en gran medida ajeno a los problemas de consumo alimentario identificados en este libro, y aumente el del Ministerio de Consumo.

*“La innovación tira del consumo de lácteos. Los productos más innovadores arrasan entre nuestros consumidores. Al menos, la batalla del consumo se va ganando”.*

*Elena Espinosa (ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación), 2004*