



La demanda de proteínas está transformando el mercado lácteo.

Posted on Mayo 16, 2026

(Manhattan) La creciente demanda de los consumidores de alimentos ricos en proteínas está creando nuevas oportunidades dentro de la industria láctea y transformando la forma en que se comercializa la leche en todo Estados Unidos.

Según los expertos en productos lácteos, desde proteínas en polvo hasta queso cottage con alto contenido proteico, los cambios en las preferencias de los consumidores están influyendo tanto en el desarrollo de productos como en los mercados lácteos.

“Se han producido algunos cambios importantes en la demanda del mercado y algunas cosas que han cambiado en nuestra base de consumidores que realmente van a tener un gran impacto en nuestros mercados en el futuro”, dijo Mike Brouk, experto en productos lácteos de la Universidad Estatal de Kansas.

Si bien los productores lácteos siguen lidiando con una abundante oferta de leche y desafíos en la capacidad de procesamiento, algunas categorías de productos están experimentando un aumento de valor.

“Uno de esos factores clave es, de hecho, el precio de las proteínas en polvo”, dijo Brouk.

Los polvos de proteína elaborados a partir de suero de leche han ganado popularidad de forma constante en los últimos años, pero Brouk afirmó que los recientes cambios en la industria de la salud han acelerado aún más la demanda.

“Existe una mayor demanda de proteínas por parte de los consumidores”, afirmó.

Brouk afirmó que parte de ese aumento está relacionado con el creciente uso de medicamentos para bajar de peso que requieren que los consumidores mantengan una mayor ingesta de proteínas.

“Quienes utilizan productos para bajar de peso están dispuestos a pagar más por proteínas de alta calidad”, dijo Brouk.

Esa demanda también está influyendo en los productos lácteos que se encuentran en los supermercados.

Brouk mencionó el reciente lanzamiento de NULU, un producto de requesón con alto contenido proteico de Dairy Farmers of America, que contiene proteína de suero añadida y aproximadamente un 33 % más de proteína que el requesón tradicional.

“NULU incorpora proteína de suero a su producto”, explicó Brouk. “De esta manera, obtenemos una combinación de una fuente de proteína de rápida absorción en el sistema digestivo y otra que permanece en él durante un período de tiempo más prolongado”.

El interés de los consumidores por productos como el requesón y el yogur griego sigue en aumento, ya que los compradores dan cada vez más importancia a la calidad de las proteínas y al valor nutricional.

“Hemos observado un rápido aumento en el consumo de requesón en todo Estados Unidos”, dijo Brouk.

A medida que la demanda continúa cambiando, Brouk cree que la industria láctea seguirá desarrollando productos centrados en las proteínas y en un marketing enfocado en la salud.

“Tenemos que pensar en productos que podríamos lanzar al mercado que aumenten el contenido de proteínas y el valor nutricional de esos productos en particular”, dijo.

Brouk añadió que los productos lácteos están apareciendo ahora en más secciones de los supermercados que nunca, a medida que las empresas responden a las cambiantes preferencias de los consumidores.

“Estamos viendo que los productos lácteos aparecen en muchos lugares diferentes a los que podríamos haber imaginado hace tan solo unos años”, dijo Brouk.



El Maipo/Agricultura Global