

La marca de lácteos más valiosa es china



Yili es uno de los líderes en Asia y también produce para mercados occidentales.



En la industria alimentaria, las marcas con mayor arraigo y valor son mayoritariamente europeas. Pero hay alguna excepción: en el sector lácteo, la marca más valorada es Yili, un grupo chino que lleva cinco años encabezando la clasificación que realiza la consultora Brand Finance.

Esta consultora valora la marca de Yili en US\$ 11.600 millones. Aunque su valor de marca ha bajado un 6% respecto al año anterior, se mantiene en cabeza de la clasificación de marcas lácteas mundiales, seguida de Danone, a la que se otorga un valor de US\$ 8.000 millones.

Lo que valoran los expertos para situar a Yili en cabeza del ranking es "el compromiso de la marca con la sostenibilidad y la salud global, junto con su reestructuración estratégica de los canales de leche líquida y la expansión en sectores en crecimiento", señaló en su análisis.

Los números de Yili muestran que el año pasado tuvo una cifra de negocio equivalente a US\$ 17.800 millones y que este año estará en unos US\$ 17.000 millones, según las previsiones. Esta semana ha presentado datos semestrales, con unos ingresos de 59.915 millones

de yuanes –que serían unos US\$ 8.500 millones–. El beneficio neto del semestre, de más de mil millones de dólares, creció un 19,4%.

Aunque es líder en el mercado chino y asiático, tiene 81 centros de producción en todo el mundo, y exporta a más de 60 países y regiones, explicó la compañía. La leche líquida representa más del 60% de su cifra de negocio, y también es potente en leche en polvo y helados.

Yili opera 15 centros de I+D en todo el mundo y ha desarrollado una plataforma integral de innovación de tres niveles que fomenta avances desde las materias primas hasta los productos finales. En diciembre de 2023, Yili presentó productos innovadores orientados a la salud y revolucionó su cadena de suministro a través de la transformación digital.

"El compromiso de la marca con la sostenibilidad y la salud global, junto con su reestructuración estratégica de los canales de leche líquida y la expansión en sectores en crecimiento, ha asegurado su liderazgo continuo en la industria láctea", señaló Brand Finance.

Este verano, varios productos principales de Yili han obtenido la aprobación de la FDA estadounidense

para vender en ese mercado. Entre ellos, el yogurt y varias referencias de helados.

Además, acaba de inaugurar su primera tienda insignia en Estados Unidos en Los Ángeles. En Tailandia e Indonesia, las marcas de helados del Grupo, como Crema y Joyday, lideran los mercados con mayor crecimiento, según destaca la propia empresa.

En otros sectores de alimentación, los mayores valores de marca corresponden a multinacionales estadounidenses y europeas. En industria alimentaria global, la marca líder es Nestlé, que Brand Finance valora en US\$ 20.800 millones. La segunda, Lay's, está valorada en US\$ 12.000 millones.

En bebidas no alcohólicas, la marca líder es Coca Cola, a la que se otorga un valor de US\$ 35.000 millones, y le sigue Pepsi, con US\$ 20.200 millones.

En el segmento de vino y champagne, Moët & Chandon (cuyo valor de marca aumentó un 9% hasta los US\$ 1.400 millones) ocupa el primer puesto. Le siguen enseñanzas como Chandon, Veuve Clicquot y Dom Pérignon. La quinta es la china Changyu.