



AgEcon SEARCH

RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.



De la
Cultura
Quesera
Francesa
al desarrollo territorial

Figuroa-Rodríguez K.A.^{1,3}; Figuroa-Sandoval B.^{2,3}

Hernández-Rosas F.^{1,3}; Ruíz-Vera V.M.²

¹ Colegio de Postgraduados *Campus* Córdoba, Área de Negocios Agroalimentarios. Carretera Federal Córdoba-Veracruz Km. 348, Congregación Manuel León 94946 Amatlán de los Reyes, Veracruz. Apdo. Postal 143 Col. Centro 94500 Córdoba, Veracruz, México.

² Colegio de Postgraduados *Campus* San Luis Potosí.

³ Línea Prioritaria de Investigación 13: Comunidades Rurales Agrarias, Ejidos y Conocimiento Local, Colegio de Postgraduados.

Autor responsable: fkatia@colpos.mx

RESUMEN

Se describe brevemente el paso de las acciones artesanales de la cultura quesera francesa hacia los nuevos enfoques de mercado, basados fuertemente en las características particulares que dan origen al territorio, como una construcción social basada en el conjunto de relaciones sociales que dan origen y expresan una identidad y un sentido de propósito, compartidos por múltiples agentes públicos y privados. El desarrollo de la legislación francesa es evidencia de la evolución y el interés de la población por conservar su cultura gastronómica frente a los procesos de globalización, ligándola a su vez al desarrollo económico y turístico del territorio, donde los quesos juegan un papel protagónico, buscando transmitir dicho enfoque a otras culturas y territorios, a fin de facilitar que el conjunto de hombres, mujeres, recursos y conocimientos se integren como una visión global de intervención y se formulen planes de acción apegados a la realidad local.

Palabras clave: Lácteos, artesanal, denominación de origen

INTRODUCCIÓN

En Francia, la tradición de quesos data de la Edad Media, en la que nobles, burgueses, abadías y regiones ganaderas jugaron un papel fundamental, haciendo de Francia el país con mayor diversidad de quesos. Esto sigue siendo posible gracias a varias estructuras sociales y empresariales como la producción artesanal, las empresas grandes, los pequeños productores-ganaderos (*ateliers fermiers*), y las cooperativas (*fruitières*). Todos ellos han luchado conjuntamente para crear una legislación de protección al producto, el territorio donde se produce, los insumos utilizados, y los procesos de elaboración bajo una denominación de origen. En 2010 se inventariaron 49 productos lácteos reconocidos, que generaban ventas por 1.5 millares de euros, con cerca de 45,000 empleos en las explotaciones ganaderas y 13,000 en la industria de transformación y la maduración. Este reconocimiento se ha convertido en un elemento importante del desarrollo económico, social y cultural de los territorios rurales, permeando incluso en otras industrias como el turismo rural.

La denominación de origen: una medida de reconocimiento al territorio

Los franceses se han esforzado por continuar con sus tradiciones en torno a la diversidad de quesos con que cuentan. El reconocimiento a los productos ligados al territorio (*produits de terroir*) data de 1411, cuando Carlos VI otorgó a los habitantes de la región de Roquefort el “monopolio para la maduración del queso que ya se hacía desde tiempos inmemorables en las cavas de dicho poblado”. Sin embargo, la noción de la apelación de origen o denominación de origen (*Appellation d'origine contrôlée*) no surge oficialmente sino hasta el 1 de agosto de 1905 en el caso del vino, convirtiéndose así en la primera denominación dentro de la legislación francesa (<http://www.inao.gouv.fr>).

En lo que se refiere a los quesos, la primera ley referente a denominación de origen se promulga en mayo de 1919; no obstante, los productores de queso roquefort debieron esperar hasta el 26 de julio de 1925 para lograr la protección de la leche de oveja y el área en que se maduraban. Pese a que la posibilidad de ligar los alimentos y su capital cultural a un territorio se abrió con la denominación de origen, es hasta 1955 cuando la norma para obtener dicha denomi-

nación se simplifica. En 1973 se crea el primer Comité Nacional de Denominaciones de Origen, el único organismo autorizado para emitir su opinión antes de que se dé un decreto oficial de denominación (Ricard, 1997). En 1990 se crean dos comités nacionales: el de los productos lácteos y el de los productos agro-alimentarios, y en 1992 se logra que las denominaciones de origen sean reconocidas por la Unión Europea.

El desarrollo de la legislación francesa es una evidencia de su evolución y del interés de su población por conservar su cultura gastronómica frente a los procesos de globalización, ligándola a su vez al desarrollo económico y turístico del territorio, donde los quesos juegan un papel protagónico. Esto puede verse reflejado en la creación de rutas gastronómicas y concursos de degustación para premiar al mejor queso producido localmente.

Los productos lácteos con denominación de origen

Para 2010, en Francia existían 49 productos lácteos con denominación de origen, 46 quesos de vaca (con 9.9% de la producción nacional de leche), 14 de cabra (10.4% de la producción nacional), 3 de ovinos (41.7% de la producción nacional), dos mantequillas y una crema, comercializando un total de 222,911 toneladas (Cuadro 1). La mayoría de éstos son elaborados con leche cruda (72.3%) y en los casos en que las empresas se han avocado al comercio exterior, principalmente hacia Estados Unidos (EUA), los métodos tradicionales de elaboración se han modificado con el objetivo de implementar la pasteurización de la leche como parte de su proceso autorizado. En el caso de los quesos de sabores más intensos y con menos reconocimiento internacional, los actores han optado por mantener los sabores tradicionales que brinda la leche cruda, en la medida de lo posible; sin embargo, también se han mejorado los procesos de elaboración al utilizar equipo a base de acero inoxidable (Figura 1).

El cambio en los equipos utilizados ha sido una respuesta a las normas sanitarias europeas que buscan reducir riesgos ligados a la inocuidad en alimentos. El que los queseros puedan seguir utilizando leche cruda ha implicado procesos de cabildeo a nivel europeo, y se basa en la defensa de los productos con tradición territorial. Por otra parte, a nivel interno la organización de actores que conforman la denominación de origen requiere el establecimiento de controles para asegurar la homogeneidad y calidad del producto.

Cuadro 1. Quesos con denominación de origen de acuerdo al tipo de participante.

Queso	Año	Ganaderos	Ganadero/ quesero	Queserías	Cooperativas	Añejadores	Volumen 2008 (ton)	Volumen 2010 (ton)
Abondance	1990		51	12			1722	2008
Beaufort	1968		26	2	8		4530	4800
Bleu d'Auvergne	1975	800	1	6*			6399	5780
Bleu de Gex	1935			4*			569	465
Bleu des Causses	1953	514		3*			759	650
Bleu du Vercors-Sassenage	1998	135	10	1			199	199
Brie de Meaux	1980	672	1	8*			6785	6475
Brie de Melun	1990	65	1	2			213	212
Camembert de Normandie	1983	1300	1	10			4281	4316
Cantal	1956	3300	26	26*		18	16676	14161
Chaource	1970		1	4			2441	1818
Comté	1952	3200		180*		20	48189	47670
Epoisses	1991		1	3		4	1045	1169
Foume de Montbrison	2002	190		3			466	465
Fourme d'Ambert	1972	1700	2	10*			5854	5332
Gruyère	2007							1611
Laguiole	1961	80	2		1		728	701
Langres	1991		2	3			418	438
Livarot	1975	180	1	4			1205	1036
Maroilles	1955	387	9	3		4	3843	4095
Mont d'or	1981			11*			4510	4733
Morbier	2000		3		36	9	8514	7886
Munster-Géromé	1969		95	9*			8120*	7403
Neufchâtel	1969	80	24	3	1		1492	1441
Pont l'évêque	1976	550	4	8*			2756	2560
Reblochon	1958	950	180	22		12	15358	15133
Saint Nectaire	1955	910	292	6*		22	13298	13072
Salers	1961		89			10	1440	1437
Tome des Bauges	2002		22		4		827	815

Nota: (*) Cooperativas incluidas.

Fuente: <http://www.cniel.com/>; Creusat y Forray (2009).

Esto se ha logrado con la utilización de pastillas que se incorporan en el queso para asegurar que el producto fue elaborado por un productor reconocido como miembro de la denominación y que se cumplió con los procesos. Esto da certeza al consumi-

dor y seguridad a los que elaboran los productos.

La concentración de la agroindustria

Los principales eslabones de la cadena de quesos con denominación de

origen los conforman ganaderos (generalmente pequeños), agroindustriales (ganaderos-queseros, cooperativas o pequeñas queserías), empresas que se dedican a madurar quesos (añejadores), y los comercializadores (Figura 2).



Figura 1. A: Elaboración de queso Saint Nectaire por pequeños productores ganaderos. B: Elaboración de queso Comté en una cooperativa.

Del total de la producción de lácteos con denominación de origen, únicamente 8% corresponde a ganaderos que procesan su leche (*producteurs fermiers*), contándose a empresas de capital privado como *Lactalis*, que es el principal añejador de quesos Roquefort, ya que posee la empresa *Caves et Producteurs Réunis de Roquefort*. Otras empresas, como *Bongrain-Cle*, *Sodiaal*, *Laita*, *Ermitage*, *Graindorge*, *Tiballat*, *Entremont*, *Unicopa*, *Bel*, 3A (ONILAIT, 2004), todas ellas grandes agroindustrias con capital privado, controlan las diferentes

denominaciones de origen, ubicándose principalmente en la etapa de añejamiento y, para ello, cuentan con las cavas y compran quesos a pequeñas empresas productoras, o bien, a cooperativas. Esto reduce sus riesgos en la producción y asegura su participación en el mercado de los quesos con denominación de origen.

El interés de las grandes agroindustrias en este tipo de productos puede explicarse al observar que 57% de los hogares franceses declaran consumir ocasionalmente quesos con denominación de origen. Los precios que logran estos productos lácteos en relación con los que no cuentan con denominación son 4.83 euros supe-

riores por kilogramo, es decir, 58% más caros, lo que los hace un agronegocio atractivo, especialmente para las empresas que buscan diversificar su portafolio de productos (Figura 3).

La incursión de las grandes agroindustrias ha tenido como efecto que los productos con una denominación de origen puedan diferenciarse entre los tradicionales con sabores fuertes y los que basan su estrategia de

Figura 2. Pequeñas explotaciones ganaderas de la región central de Francia, enlazadas a la ruta del queso (Alpes Franceses) como actividad de valor agregado de turismo y venta directa al consumidor.





Figura 3. Expendio de quesos en la región de los Alpes franceses.

comercialización en el marketing y los sistemas de distribución consolidados de las empresas con presencia internacional; un ejemplo de esto es el queso Camembert de la marca *Président*, el cual puede adquirirse fácilmente en cualquier supermercado de México (Figura 4).

El consumidor francés prefiere los productos con denominación de origen debido a que, desde su perspectiva, están ligados a un territorio (*que les confiere identidad*), tienen un sabor más pronunciado, apegado a los productos naturales, se elaboran de manera tradicional, guardan estándares de inocuidad en su elaboración y porque, además, juegan un papel importante en la subsistencia de las pequeñas explotaciones ganaderas de ese país (Creusat y Forray, 2009, 2011) (Figura 5).

La experiencia francesa y sus implicaciones para México

En México, el concepto de denominación de origen es mayormente conocido por el caso del tequila en Jalisco o del mezcal en Oaxaca; sin embargo, para el caso de los productos lácteos, todavía resulta un proceso lejano a alcanzarse. Diversos autores han documentado el caso de Cotija como una región con potencial por su producción de queso (Chombo-Morales, 2002); no obstante los esfuerzos

Figura 4. Concurso al mejor queso Saint Nectaire en el departamento de Issoire.



realizados, esto no se ha concretado debido a la falta de organización de los actores locales. De manera similar existen entre 23 y 30 quesos tradicionales hechos con leche bronca (sin pasteurizar) que son reportados por la literatura (Cuadro 2) y que son posible objeto de una denominación de origen (CASEUS, 2001; Villegas, 2003).

Otro caso semejante al del queso Cotija, es el queso Jarrocho de Veracruz, para lo que la LPI 13: Comunidades Rurales Agrarias, Ejidos y Conocimiento Local del Colegio de Postgraduados, viene realizando actividades de caracterización molecular de la flora microbiana del mismo, obtenido durante muestreos en campo. Lo anterior se hace con el fin último de lograr que el queso en mención llegue a convertirse en un producto protegido que dé certeza tanto a los habitantes de las comunidades rurales como eje de desarrollo económico, como para el consumidor.

CONCLUSIONES

La experiencia francesa acerca de la obtención de denominaciones de origen, es vista como una estrategia del desarrollo territorial desde la perspectiva de sus actores, y la derrama económica que resulta de esto en el territorio es interesante y competitiva. En México existe una gran cantidad de quesos tradicionales ligados a la cultura local de un territorio, que incluso impactan de manera importante en la gastronomía nacional. En este sentido, es relevante iniciar y en algunos casos fortalecer las acciones de profesionalización de los habitantes del medio rural que les dieron origen y sello distintivo, de tal forma que no se diluyan entre los productos de los grandes fabricantes; por lo que se sugiere continuar con investigaciones focalizadas a conservar, proteger y regular su producción, además de fomentar la creación y fortalecimiento de industrias turística en torno a los quesos mexicanos.



Figura 5. Venta de quesos en mercados ambulantes, y rasgos que evocan la provincia y cultura francesa.

LITERATURA CITADA

- CASEUS. 2001. Le fromage artisanal au Mexique. CASEUS. Creusat Ch., Forray L. 2009. Produits laitiers AOC. Produits laitiers AOC, 6. Paris: CNAOL/INAO.
- Creusat Ch., Forray L. 2011. Produits laitiers AOC. Produits laitiers AOC, 6. Paris: CNAOL/INAO.
- Chombo-Morales P. 2002. La denominación de origen del queso Cotija. Acompañamiento tecnológico para la certificación y revaloración de productos artesanales. Seminario internacional nuevas tendencias en el análisis socioeconómico de la lechería en el contexto de la globalización, 167-180. México: UAEM/CIESTAAM/UAM-Xochimilco.
- ONILAIT. 2004. University of Toulouse (INRA), The Role of Technical Efficiency in Takeovers: Evidence From the French Cheese Industry, 1985-2000. Edit. Jad Ch., Réquillart V., Trévisiol A. Journal of Economic Literature Classifications: C81, D24, L11, L25, L66, O1. 1-32
- Ricard D. 1997. Stratégies des filières fromagères françaises. Paris: Editions RIA.
- Villegas de Gante, A. 2003. Los quesos mexicanos. 2 Ed. México: UACH.

AP
AGRO
PRODUCTIVIDAD

Cuadro 2. Quesos tradicionales reportados en México .

Tipo	Pasta	Nombre tradicional	Nacional	Regional	Local	Fresco	Semi-madurado	Madurado	Leche no pasteurizada
Cocido	Hilada	Oaxaca	●			●			●
	Hilada	Asadero		●		●			●
	Hilada	Trenzado		●		●			●
	Hilada	Guaje			●	●			●
Cocido y prensado	Semidura	Chihuahua	●				●		
	Semidura	Tipo Manchego	●				●		
	Suave	Adobera		●			●		●
Fresco y prensado	Suave	Panela		●		●			
	Suave	Molido		●		●			●
	Semidura	De Morral		●			●		●
	Semidura	De Epazote		●		●			●
	Dura	Cotija		●				●	●
	Semidura	Sierra		●			●	●	●
	Suave	Ranchero			●	●			●
	Suave	Crema Tropical			●		●		●
	Suave	De Cincho			●		●		●
	Suave	De Hoja			●	●			●
	Suave	Sopero			●	●			●
	Suave	De Poro			●	●			●
		De Rueda			●		●		●
	Suave / Semidura	Molido y cremoso de Oaxaca			●		●		●
Fresco y sin prensar	Suave	Queso de sal			●	●			●
	Suave / Semidura	Queso de bola de Ocozingo			●		●		●
Queso de cabra	Dura	Añejo del Oasis de Baja C. S.			●			●	
	Suave	Panelas de Coahuila			●	●			
	Suave	Cuajada de Cabra de SLP			●	●			
	Suave	Cofre de Perote			●	●			●
	Suave	Queso de Guanajuato			●	●			
Queso de oveja	Suave	Fresco de Oveja de Chiapas			●	●			●

Fuente: Villegas (2003: 59-62); CASEUS (2001).