

# ASPECTOS CLAVE DEL SECTOR QUESERO TRADICIONAL DE ANDALUCÍA

*José Luis Ares Cea* <sup>(1) (2)</sup>

## Introducción

Del conjunto de los alimentos fermentados consumidos por la humanidad desde la antigüedad hasta nuestros días, son los productos lácteos los que han alcanzado una mayor difusión mundial. Entre estos alimentos, los quesos constituyen sin duda el grupo más numeroso y difundido en la mayoría de los países.

Diversos estudios han puesto de manifiesto la existencia de un elevado número de variedades de quesos en el mundo, cuya diferenciación se debe, en gran medida, a las diferentes técnicas empleadas en las fases de coagulación, desuerado y maduración. En el catálogo internacional de quesos publicado por la Federación Internacional de Lechería (FIL) en 1981, se incluyen 510 variedades diferentes, elaboradas la mayoría de ellas en países europeos. Otros estudios, por el contrario, amplían dicho número, recogiendo más de 900 o de incluso 1000 variedades diferentes, lo cual demuestra la enorme difusión alcanzada por estos productos lácteos.

Muchas de las regiones europeas productoras son conocidas mundialmente por sus quesos autóctonos, principalmente, los obtenidos artesanalmente, cuyo origen además de tener en cuenta la receta y las prácticas empleadas en su elaboración, aparece también estrechamente relacionado con el entorno geográfico, el clima y las características socioeconómicas y culturales de la zona de producción.

En España, la actividad quesera comienza con el asentamiento de los primeros pobladores. Así, los íberos y celtas desarrollaron sus propios sistemas de producción de queso, que debido a las diferencias culturales y geográficas existentes entre ambos pueblos permitieron, ya entonces, diferenciar los quesos del norte de los elaborados en el sur de la Península.

---

*(1) Centro de Investigación y Formación Agraria Alameda del Obispo. Córdoba. IFAPA. Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa. Junta de Andalucía*

*(2) IV Ciclo de Conferencias sobre Alimentación Fuera del Hogar. Málaga, del 5 al 7 de octubre de 2005*

Aunque en los antiguos asentamientos fenicios y griegos de la Península ya se comercializaban muchos de los quesos de oveja y de cabra elaborados en el territorio de la entonces denominada Hispania, fueron, sin embargo, los romanos quienes más impulsaron la actividad quesera, realizando grandes envíos de estos productos hacia Roma y otras ciudades importantes del imperio de aquella época. Muchos de esos quesos, de calidad muy apreciada en la antigüedad, se elaboraban en diversas zonas del actual territorio de Andalucía, como parecen confirmar los numerosos yacimientos arqueológicos encontrados en las provincias de Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla.



*Figura 1. El entorno geográfico es el primer factor diferenciador de la calidad en las producciones agroalimentarias artesanales.*

Esas primeras actividades queseras, transmitidas oralmente de generación en generación hasta nuestros días, han permitido la conservación de un importante patrimonio cultural y gastronómico, cuya defensa y promoción habrán de plantearse seriamente todos los agentes implicados en el sector quesero andaluz, quienes, junto con las diferentes administraciones públicas deben evitar la desaparición de los quesos tradicionales elaborados actualmente en la región.

En la actualidad los quesos artesanales están presentes en todas las regiones españolas. Desde hace varios años, se vienen realizando diferentes trabajos de catalogación y clasificación de estos productos. Así, a principios de los setenta el Ministerio de Agricultura (1973) catalogó un total de 36 variedades de quesos tradicionales, ampliando en la década de los noventa esta cifra a las 81 variedades que figuran en el último catálogo oficial publicado (MAPA, 1990). Según la clase de leche empleada, estas variedades se clasifican como quesos puros de cabra (31), puros de vaca (22) y puros de

oveja (20), siendo las restantes elaboradas con mezclas de leche (8).

En el caso de la especie caprina, hay que señalar que en España se elaboran actualmente excelentes quesos de cabra, como lo demuestra el reconocimiento de varias denominaciones de origen por parte de la Unión Europea para los productos elaborados en las diferentes regiones (Canarias, Extremadura, Murcia) junto con su creciente aceptación en los mercados internacionales. Aunque en Andalucía no existen aún estas denominaciones para los quesos locales, la importancia de la leche de cabra en la región no admite discusión, al suponer más de la mitad de la producción total de esta especie a nivel nacional, permitiendo por otra parte, la supervivencia de explotaciones de razas autóctonas que en caso contrario podrían desaparecer en el futuro perdiéndose así un valioso patrimonio genético y cultural.



*Figura 2. Existen en Andalucía numerosas razas caprinas autóctonas que proporcionan leche para la elaboración de quesos de gran calidad.*

Con objeto de promocionar y defender los quesos de cabra andaluces, la Asociación de Queseros Artesanos de Andalucía, entidad que representa a unas 40 queserías de las ocho provincias andaluzas, viene participando activamente en varias mesas de trabajo constituidas recientemente en Cádiz, Huelva y Málaga.

Aunque los quesos tradicionales andaluces no son suficientemente reconocidos fuera de la región, su diversidad es importante, como lo demuestran los catálogos oficiales y diversas publicaciones nacionales e internacionales, tales como el libro de Que-

sos de España (MAPA, 1990), donde se incluyen ocho variedades catalogadas, clasificándose 5 de ellas como puras de leche de cabra (*Alhama de Granada, Aracena, Cádiz, Málaga y Sierra Morena*) y 3 puras de oveja (*Grazalema, La Calahorra y Pedroches*); el libro de Quesos del Mundo (Battistotti y col., 1985), el Atlas of Goat Products (Rubino y col., 2004), etc.

Asimismo, la Comisión Europea (Decisión del 29-7-96) estableció una lista de productos lácteos con características tradicionales para los que se autoriza a los diferentes Estados miembros para conceder excepciones individuales o generales a los establecimientos de elaboración que en cada caso se determinen. Entre estos productos figuran 15 variedades de quesos elaboradas en Andalucía, la primera región española por número de variedades incluidas en dicho listado, siendo 10 de ellas puras de leche de cabra (*Alhama de Granada, Almería, Las Alpujarras, Aracena, Cádiz, Málaga, Ronda, Las Serranías de Jaén, Sierra Morena y La Tiñosa*) y 5 puras de oveja (*Calahorra, Grazalema, Los Montes de San Benito, Pedroches y Sierra de María*).



*Figura 3. Bodegón de quesos artesanos andaluces.*

## **Antecedentes y evolución del sector quesero**

La **estructura industrial** del sector lácteo se encuentra fuertemente condicionada por las tensiones existentes en el mercado mundial de productos agroalimentarios

desde hace varios años. En este sentido, las negociaciones sobre la agricultura celebradas en el seno del entonces vigente GATT durante la década de los ochenta dentro de la denominada Ronda de Uruguay, junto con las realizadas posteriormente en los años noventa por la Organización Mundial del Comercio (OMC) en Seattle y las que se celebrarán en Doha, han tenido y tendrán una influencia determinante en el sector agroalimentario incluyendo el lácteo y en los intercambios comerciales de dichas producciones a nivel mundial, como consecuencia, principalmente, de una progresiva globalización de los mercados y una mayor liberalización de la economía internacional. Para hacer frente a esta nueva situación y poder afrontar con ciertas garantías de éxito la creciente competitividad en el mercado mundial, los principales países productores de lácteos vienen impulsando, desde hace unos años, importantes cambios estructurales en su tejido industrial.

Analizando la evolución de dicha situación durante las últimas dos décadas, se observa en el sector lácteo europeo, primer productor y exportador mundial, una reducción importante en el **censo total de industrias**, situación que se ha intensificado desde hace cinco años debido principalmente a la fuerte concentración de empresas que tuvo lugar en la mayoría de los grandes países productores de la región, principalmente en los del norte, aunque en menor medida también afectó a los países del área mediterránea. Durante el período previo al ingreso de España en la comunidad europea (1976-85), se redujo en la región comunitaria el número total de industrias lácteas en un 28%. Así, únicamente cinco países contaban en 1988 con un censo de industrias lácteas superior a 400 empresas: Italia (2625), Francia (1143), Reino Unido (653), España (462) y Alemania (408). A estas cifras hay que añadir el censo de las empresas en régimen cooperativo, destacando en este caso, países como Italia (1467), Alemania (846) y Francia (655). También hay que destacar la importancia que tienen las pequeñas empresas lácteas en los países mediterráneos, Italia, Francia y España, entre ellos.

Durante los últimos años, también se ha registrado una fuerte y progresiva concentración de empresas en el sector lácteo español. A finales de los ochenta, en el informe elaborado por DBK (1988), aparecían 91 empresas lácteas como las más importantes de España, totalizando una plantilla de 13500 personas y un volumen económico anual superior a 309 mil millones de pesetas. A comienzos de los noventa (Anuario Lácteo, 1992) ya se apreciaba una disminución en el censo de grandes empresas lácteas a nivel nacional (49), localizándose 4 de ellas en Andalucía. En la actualidad esta tendencia se ha confirmado con importantes fusiones y ventas de empresas lácteas en prácticamente todas las regiones españolas, proceso en el que han participado tanto

las grandes industrias nacionales como los principales grupos multinacionales que operan en este sector productivo. En opinión de diversos expertos este proceso se acelerará en España durante la presente década, impulsado en gran medida por la situación de fuerte concentración empresarial del sector lácteo europeo y por la presión creciente de las grandes superficies en la demanda y comercialización de los productos lácteos, con una importante presencia de las marcas blancas, principalmente en leche y derivados lácteos líquidos.

Aunque en el subsector quesero europeo también se ha producido una cierta concentración de industrias durante los últimos años, la situación en los países mediterráneos es algo diferente ya que predominan las pequeñas y medianas empresas queseras en varios países, como ocurre en Italia, Francia, Grecia, y Portugal. Respecto al **censo de empresas queseras** existentes en España en la década de los ochenta, había un total de 333 queserías industriales, después del ingreso en la comunidad europea, 105 de las cuales transformaban leche de vaca (ubicadas principalmente en el norte peninsular), 193 de leche de oveja (zona centro, en ambas mesetas castellanas), 22 de leche de cabra (sur peninsular y Canarias) y otras 13 elaboraban quesos fundidos (centro y Baleares), exclusivamente.

Durante la década de los años noventa, este censo se incrementó ligeramente en España, debido principalmente a la creación de numerosas empresas queseras artesanales que se han puesto en marcha para satisfacer las mayores exigencias de los consumidores de productos tradicionales de calidad diferenciada. Muchas de estas empresas, principalmente aquellas de régimen familiar, han sido constituidas por ganaderos y elaboradores de quesos de campo en explotaciones no autorizadas, quienes aprovechando las diferentes líneas públicas de subvenciones y ayudas económicas dotadas presupuestariamente con fondos procedentes de la Unión Europea gestionados por los grupos comarcales de desarrollo rural, han desarrollado pequeños proyectos para la elaboración de quesos artesanales, creándose de esta forma nuevos puestos de trabajo, legalizando así su precaria situación productiva original, accediendo libremente con sus productos a un mercado más amplio y transparente y obteniendo, en definitiva, un mayor beneficio por cada litro de leche producida y una rentabilidad empresarial más segura a largo plazo.

En este sentido, cabe destacar que existe actualmente en España al igual que en los otros países mediterráneos mencionados, un sector quesero tradicional muy atomizado, constituido mayoritariamente por empresas de pequeña dimensión productiva. Esta misma situación se observa en Andalucía, donde se han creado más de 50 pequeñas empre-

sas artesanales durante los últimos quince años, destacando por un mayor incremento del censo las provincias de Málaga, Sevilla y Córdoba (Ares y Rey, 2003).



*Figura 4. Sala de elaboración de una pequeña quesería artesanal localizada en la provincia de Huelva.*

Analizando el sector de la **distribución de productos lácteos**, se observa también que las principales empresas europeas tienen como estrategia fundamental su crecimiento en volumen y aumentar así su capacidad comercial, constituyendo para ello grandes grupos multinacionales, para poder ofrecer sus servicios a los clientes y usuarios en condiciones más competitivas. Así, durante las décadas de los ochenta y noventa, las grandes cadenas de distribución aumentaron progresivamente su presencia en el sector lácteo europeo, destacando países como el Reino Unido, donde los cinco grupos más fuertes tuvieron un peso económico superior al 50% del valor total comercializado, o los casos de Alemania y Francia que superaron el 40%. Dicho crecimiento se apoyó en gran medida en el desarrollo de las marcas blancas; en el caso de Gran Bretaña casi el 60% del total de los productos lácteos se comercializaban bajo marcas propias de las empresas distribuidoras. Esta tendencia se ha intensificado durante los últimos años en los principales países europeos productores de lácteos.

En el caso de España, según el informe de DBK (1988), la situación de la distribución láctea española después del ingreso en la comunidad europea presentaba aún deficiencias estructurales importantes en materia del nivel real de cuotas de mercado, abastecimiento, diversificación de la oferta y marcas de calidad. A partir de los años noventa se realizaron en España, importantes inversiones económicas, por parte, principalmente, de los grandes grupos multinacionales del sector de la distribución alimentaria

de Francia y Alemania, llegando a alcanzar una cuota de mercado superior al 50% del comercio nacional total. Así, la fusión celebrada hace unos años entre los dos grupos franceses más fuertes, que ha dado lugar a la segunda empresa de distribución a nivel mundial, ha tenido por su importante presencia en España, una repercusión notable en el comercio nacional. Este proceso de concentración empresarial, al que se han sumado también otros grupos de menor dimensión del sector de la distribución alimentaria española, ha afectado en mayor medida al comercio detallista tradicional de las pequeñas tiendas minoristas, cuya participación en el volumen total de alimentos comercializados ha disminuido considerablemente mientras ocurría todo lo contrario con las grandes superficies que incrementaron su presencia en todo el territorio. Si se consideran las cifras de ventas totales de las empresas minoristas tradicionales existentes en España a finales de los ochenta se puede apreciar un importante descenso del 12%, durante el período 1987-90, hasta representar sólo un 20% del total nacional, mientras que los establecimientos en régimen de libre servicio incrementaron su participación hasta casi el 80% del volumen total comercializado. Durante la década de los noventa esta tendencia se ha intensificado disminuyendo ligeramente las tiendas detallistas tradicionales (8%) y aumentando espectacularmente la presencia de los supermercados (36%) en detrimento de los hipermercados dentro del rubro de los establecimientos en régimen de libre servicio.

Analizando la estructura de la distribución alimentaria española por regiones, se observan ciertas diferencias según el desarrollo económico de las mismas. En este sentido, los establecimientos detallistas tradicionales ubicados en las áreas de menor desarrollo económico, como ocurre en las zonas noroeste, centro y sur de la Península, incluida Andalucía, presentan volúmenes de ventas cercanos al 25% del comercio total de esas zonas, mientras que en las grandes áreas metropolitanas de Madrid, Barcelona y Valencia, dichos porcentajes sólo suponen alrededor del 10-11% de las ventas totales. Dentro del sector lácteo español, según el informe elaborado por DBK, se pone de manifiesto claramente esta misma situación, ya que 13 de las 91 industrias estudiadas realizaron el 66% de las ventas totales de productos lácteos, controlando sólo 8 de ellas el 50% del mercado nacional de estos alimentos. Del total de empresas lácteas estudiadas, 19 de ellas se localizan en Andalucía, presentando esta región una menor concentración empresarial de este tipo de industrias respecto a la existente en el norte de España (Anuario Lácteo). Por otra parte, hay que señalar que las entidades asociativas tienen actualmente una escasa presencia en el terreno de la distribución de productos lácteos en Andalucía, frente a la mayor agresividad comercial de las grandes empresas multinacionales europeas.



Teniendo en cuenta los datos del **consumo de productos lácteos**, las cifras en Europa alcanzaron el 12% del volumen total de alimentos y bebidas consumidas durante la década de los ochenta. En este sentido, la Unión Europea es actualmente el primer mercado mundial de productos lácteos, con un consumo anual superior a los 60 millones de toneladas antes de la última ampliación a 25 países. Dinamarca, seguida de Irlanda, Países Bajos y Reino Unido son los países que presentan mayores consumos anuales de lácteos por persona.

En España, hay que destacar que mientras el consumo anual de leche líquida por habitante ha descendido durante los últimos años, por el contrario, ha aumentado notablemente la cifra del conjunto de otros productos lácteos hasta superar actualmente los 30 kilogramos por persona y año. Aunque con un aumento conjunto ligeramente inferior a la media nacional, esta misma situación se ha registrado también en Andalucía, destacando, principalmente, los incrementos del consumo de quesos, yogures y postres lácteos, frente a otros productos lácteos como la mantequilla y natas cuyo consumo ha disminuido durante los últimos años.

Respecto a las cifras relativas al **consumo de quesos**, destacan mundialmente las variedades de pasta prensada, principalmente, cheddar, emmental, gouda y gruyère, que en conjunto representan más del 60% del total mundial. Por otra parte, las variedades de quesos frescos han adquirido una mayor importancia durante los últimos años; en Francia, suponen actualmente casi el 30% de la producción total de quesos de vaca. En su conjunto la Unión Europea es la primera región productora y consumidora de quesos en el mundo. Grecia y Francia son los países que tienen los mayores consumos de quesos por habitante a nivel mundial, superando en ambos casos los 25 kilogramos anuales, muy por delante de otros países comunitarios como Alemania, Italia, Bélgica, Holanda y Dinamarca. No obstante, en estos últimos países se registran también altos niveles de consumo (unos 20 kilogramos anuales por persona).

En la década de los noventa, se ha producido en España, igual que en otros países comunitarios, un aumento importante del consumo de quesos, llegando a alcanzarse actualmente cifras superiores a los 9 kilogramos por persona y año. En opinión de diversos expertos está tendencia continuaría a corto y medio plazo, pues dicho nivel de consumo aún estaría muy lejos de alcanzar la cifra media de la Unión Europea (más de 16 Kg.) que, según se recoge en diversos informes, debería ser el umbral óptimo de crecimiento del sector quesero nacional en los próximos años. Estas

previsiones anteriores ya se están confirmando en la evolución del mercado actual de quesos español al aumentar las importaciones de quesos de forma continuada durante los últimos cinco años.

En Andalucía el consumo actual de queso es ligeramente inferior a la media nacional (8,5 Kg. por persona y año) por lo que, según las tendencias observadas en otros sectores alimentarios, se prevé en el futuro para este sector productivo un mayor ritmo de crecimiento que en otras regiones españolas. Parte de esta previsible mayor demanda deberá ser asumida por las empresas queseras locales, bien mediante el aumento de la capacidad productiva ampliando sus actuales instalaciones, o bien creándose nuevas industrias que transformen las materias primas obtenidas en su comarca y puedan incorporar así un importante valor añadido a las producciones de la región.



*Figura 5. Las ferias agroalimentarias son un importante escaparate para la promoción de los quesos artesanos andaluces.*

## Necesidades de desarrollo integral

Para definir los **factores clave** que permitan lograr un desarrollo armónico y sostenible de la actividad quesera a largo plazo hay que tener en cuenta el contexto en que dicha actividad se desarrolla. Así, la agricultura, los alimentos y la población humana forman parte de un sistema biológico fuertemente interrelacionado con el medio natural, cuyo conocimiento global resulta fundamental antes de acometer cualquier actuación sectorial. En este sentido, hay que señalar que la producción, transformación y distribución de los productos agrarios y alimentarios constituyen actualmente actividades muy importantes para las economías de muchos países, entre ellos, varios Estados miembros de la Unión Europea. Sin embargo, si se tiene en cuenta la evolución de estas actividades en los países occidentales, vemos que el sector agrario fue, durante muchos años, una pieza clave en sus procesos de desarrollo económico, debido por un lado a su contribución de forma directa en la consolidación de un sector primario estratégico y, por otro lado, a su

influencia indirecta sobre el crecimiento del sector secundario, destacando por su importancia como fuente de suministro de materias primas para la industria alimentaria.

Posteriormente, el rápido desarrollo experimentado por muchos de los países de economía de mercado ha supuesto grandes cambios estructurales en la agricultura tradicional practicada hasta entonces, produciéndose un importante trasvase de recursos humanos y de capitales desde el sector agrario hacia los sectores secundario y terciario. Aunque en menor medida, también en España se han producido cambios similares en el sector agrario, poniendo de manifiesto claramente la estrecha relación existente entre el desarrollo del medio rural y las producciones agrarias, de manera que factores limitantes de la actividad agraria tales como la baja rentabilidad de las empresas, la despoblación, la desertización y degradación de la naturaleza, el envejecimiento de la población, entre otros, han tenido y tienen una incidencia directa sobre el desarrollo económico de amplias zonas rurales.

A dicha problemática general del medio rural, se añadían en el caso de Andalucía, deficiencias importantes de infraestructuras y servicios básicos en materia de transportes y de comunicaciones, electrificación, sanidad, educación, etc., que en la década de los ochenta afectaban en gran medida a numerosas comarcas agrarias impidiendo su desarrollo económico a un ritmo similar al del medio urbano. Aunque se ha realizado en el medio rural andaluz un enorme esfuerzo en materia de inversiones durante los años noventa, el desarrollo de actividades agrarias económicamente viables, sostenibles y respetuosas con el entorno natural aún constituye un gran reto para muchas de las áreas más desfavorecidas de Andalucía: serranías y montañas, zonas áridas y semiáridas, dehesas y áreas litorales degradadas.

Considerando todas las características singulares propias de estas zonas rurales desfavorecidas, resulta necesario formular un planteamiento integrado de actividades productivas que empleando los recursos humanos existentes aporten valor añadido a la gran diversidad de materias primas locales, mediante su transformación en productos artesanales de calidad, junto con una mayor profesionalización de la gestión comercial de las empresas implicadas. Por ello, el éxito futuro de cualquier actuación que se acometa en estas zonas dependerá, en gran medida, de la existencia o no de información real disponible y suficientemente contrastada de todos y cada uno de los factores que condicionan el desarrollo de las mismas.

Durante los últimos años, se han puesto en marcha numerosos planes y programas de desarrollo rural financiados, en gran parte, con fondos procedentes de la Unión Europea y participación presupuestaria y administrativa de los Estados miembros y sus gobiernos regionales. Dentro de este marco, se han aprobado diversas normas en materia de promoción y producción de alimentos de calidad, con importantes ayudas económicas para proyectos de inversión tanto en nuevas instalaciones como para la adecuación de las ya existentes a las exigencias de la normativa actual. En la década de los noventa aparecieron diversos estudios e informes comunitarios que, a modo de orientación general, recogían varias propuestas de «acciones innovadoras de desarrollo rural» (Observatorio europeo LEADER, 1997). De carácter más específico, en el trabajo sobre la «valorización de los recursos agrícolas locales a través de la calidad: la experiencia del LEADER I» se enumeran los principios y métodos propuestos para la puesta en marcha y desarrollo de los proyectos locales de valorización agroalimentaria, aplicables en gran medida a la situación del sector quesero andaluz (LEADER, 1995).

El conocimiento de la realidad quesera tradicional andaluza ha sido objeto de estudio desde hace varios años. Así en un amplio trabajo de investigación prospectiva (Ares, 1995) se estudió la situación real de 303 empresas productoras de quesos tradicionales ubicadas en las ocho provincias andaluzas, para lo que se visitaron un total de 261 localidades de las 55 comarcas de la región. Dicho trabajo se prolongó durante diez años (1986-95), realizándose numerosas encuestas en las propias empresas productoras, lo que permitió la completa caracterización tecnológica y socioeconómica del sector quesero tradicional, y conocer su principal problemática. En un estudio reciente realizado gracias a un proyecto concertado de I+D cofinanciado por la Consejería de Agricultura y Pesca y la Asociación de Queseros Artesanos de Andalucía se amplió la información existente sobre las empresas queseras de la región, posibilitando el conocimiento actualizado de su problemática (Ares y Rey; 2003).

Las conclusiones de dicho estudio expuestas a continuación han permitido la identificación de las principales debilidades de este sector productivo, aspectos clave que habrá que tener en cuenta para su futuro desarrollo integral:

- Mejorar el nivel de formación e información de los recursos humanos del sector, para disponer de suficientes personas cualificadas y comprometidas con su trabajo y una preparación y profesionalización adecuadas a las nuevas exigencias del mercado.

- Aunque existen en general buenas perspectivas de crecimiento para el sector quesero artesanal regional, pues está aumentando la demanda de quesos de manera continua y los consumidores van reconociendo cada vez más la calidad de estos productos artesanos, aún es elevada la proporción de personas que no los distinguen de los productos industriales elaborados por las empresas de gran volumen y que, por tanto, no pagan un precio adecuado a su calidad.

- Existen empresas con instalaciones queseras que se han quedado pequeñas, y necesitan abordar algún tipo de reforma para mejorar el proceso de producción, siendo muchas veces la falta de recursos económicos y de financiación interna una barrera para acometer dicha ampliación.

- Las empresas artesanales carecen de un régimen tributario especial que les permita reducir la presión fiscal y los costes laborales, que son proporcionalmente mucho mayores en estas pymes que en las grandes industrias. Para fortalecer e impulsar las pequeñas queserías artesanales actualmente en funcionamiento se deberían definir líneas de crédito de bajo interés que les permita utilizar más recursos económicos y disponer del capital circulante suficiente para afrontar así las innovaciones necesarias para consolidarse y mantenerse competitivas en el mercado.

- No existe una legislación específica en Andalucía que regule la actividad quesera artesanal e impida que las grandes empresas industriales definan sus productos como artesanos en las etiquetas comerciales, lo que coloca a las pequeñas empresas artesanales en clara desventaja respecto de las industrias de gran dimensión al ser sus costes de producción más elevados que los de estas últimas. Como ejemplo se puede mencionar que los costes de las materias primas utilizadas para la elaboración del queso, principalmente el de la leche, son en la actualidad como mínimo un 20% superiores en las queserías artesanales respecto a los costes de las grandes industrias.

- El sector quesero artesanal tradicional no cuenta con campañas específicas de apoyo promocional por parte de la Administración, como ocurre en otros sectores productivos, para dar a conocer al público consumidor los productos elaborados por estas pequeñas queserías, apreciar su alta calidad y posibilitar su diferenciación de las producciones masivas de las grandes industrias. Con estas campañas no sólo se promocionaría el sector quesero artesanal sino también las características del entorno natural donde se localizan la mayoría de estas pequeñas empresas, las razas de gana-

do autóctonas de las que procede la leche utilizada, las recetas autóctonas de quesos tradicionales, las prácticas de trabajo artesanales, los usos y costumbres ancestrales y, en definitiva, la forma de vida tradicional del medio rural.

- Aunque la mayoría de los quesos artesanales andaluces se comercializan actualmente en el mercado local, cada vez hay mayor competencia con los productos procedentes de otras regiones españolas incluso de otros países comunitarios, lo cual obliga a las queserías locales a buscar nuevos mercados fuera de Andalucía. En este sentido, dada la pequeña dimensión económica y productiva de estas empresas artesanales no resulta fácil establecer canales de comercialización no convencionales, fuera de sus circuitos habituales de venta, para llegar con sus productos hasta los nuevos mercados de manera individual.

- En general, en el sector quesero andaluz existe un bajo nivel asociativo debido principalmente al elevado individualismo de la mayoría de los artesanos, tanto en lo relativo al desarrollo de estrategias comunes para la comercialización de sus productos como de abordar conjuntamente los principales problemas del sector. La Asociación de Queseros Artesanos de Andalucía puede y debe ser el vehículo apropiado para canalizar colectivamente dichas estrategias en el futuro.

- Si bien se ha incrementado durante estos últimos años, la oferta actual de quesos artesanos andaluces sigue siendo reducida y muchos de estos productos aún resultan desconocidos para los consumidores de las grandes ciudades de la región. En este sentido, las ferias y exposiciones queseras son herramientas muy importantes porque permiten dar a conocer los productos de cada zona de manera directa, estableciéndose una estrecha relación informativa entre el quesero y el consumidor final del producto.

- La mayor parte de las queserías artesanales andaluzas presentan un bajo nivel de innovación en comparación con las grandes industrias. Por tanto, se deben realizar mayores esfuerzos para acortar esta brecha y ampliar la diversificación productiva de las pequeñas empresas sin dejar de apostar por la calidad final de sus productos. Con la elaboración de nuevos productos no sólo se diversificaría la oferta para los consumidores sino que también se evitaría en gran medida la competencia entre aquellas queserías geográficamente más próximas que elaboran productos similares.



*Figura 6. La Asociación de Queseros Artesanos de Andalucía organiza un concurso de quesos en el que participan anualmente numerosos artesanos de la región.*

## Referencias bibliográficas:

- ARES, J.L. 1988. Encuesta a los queseros artesanos de Andalucía. CIDA. Córdoba.
- ARES, J.L. 1995. Prospección del sector quesero tradicional de Andalucía. Tesis doctoral. Universidad de Córdoba.
- ARES, J.L. 1998. Ponencia en las Jornadas Técnicas sobre el sector quesero de Andalucía. Consejería de Agricultura y Pesca. Junta de Andalucía. Hinojosa del Duque.
- BATTISTOTTI, B.; BOTTAZZI, V.; PICCINARDI, A.; VOLPATO, G. 1985. Quesos del mundo. Elfos. Barcelona.
- COMISIÓN EUROPEA. 1996. Decisión 29/07/1996.
- DBK. 1988. Encuesta de las empresas lácteas.
- FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE LECHERÍA (FIL). 1981. Catálogo internacional de quesos.
- ILE. Varios años. Anuario Lácteo.
- LEADER. 1997. Observatorio europeo. Bruselas.
- MAPA. 1990. Catálogo de quesos de España. Barcelona.
- MAPA. 2002. Estadísticas agrarias.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA. 1973. Catálogo de quesos españoles.
- REY, A.M<sup>a</sup>. 2003. Proyecto concertado de I+D. Consejería de Agricultura y Pesca. Junta de Andalucía/ Asociación de Queseros Artesanos de Andalucía.

