

EL CIRCUITO DEL QUESO

MARIANO SANZ

Presidente del Consorcio de los Quesos Tradicionales de España.

Siempre que nos queremos referir a los antecedentes más remotos de la historia del queso, hacemos referencia a la leyenda de aquel pastor árabe que atravesó con su caravana el desierto y descubrió que la leche que transportaba en un odre seco, hecho con el estómago de un borrego, se había transformado mejor y más rápido en "trozos" de leche que los que transportaba en envases convencionales.

Pues bien, desde aquel hecho que podría datarse en los años 5000 a.c., se inaugura toda una historia del queso que implica hoy en día a sectores de la economía tan diversos como: la producción ganadera, la transformación industrial, la distribución comercial y el consumo, sin olvidarnos de las industrias auxiliares que proporcionan tecnología y materiales auxiliares distintos a cada uno de los sectores citados.

Para analizar el comportamiento y la interrelación de los sectores económicos implicados en el mercado del queso, me quiero situar ya de golpe en el siglo XIX, donde se pasa, en términos históricos, de una rutina de elaboración empírica y rudimentaria, a una repentina modernización, gracias a una serie de descubrimientos apasionantes en el terreno de la bacteriología, la química y la mecánica.

QUESOS EN EL MERCADO

Gracias pues a estas aportaciones, el queso deja de ser un hecho meramente cotidiano en la alimentación de los pueblos ganaderos, y un valioso elemento de trueque y tributo, para entrar de lleno en el mundo del mer-

cado, comenzando a salir del ámbito entrañable de las ferias y mercados locales donde las relaciones comerciales se daban (aún afortunadamente se siguen dando) dentro del alto valor del "vivo y el directo".

Desde la figura del "recogedor" de quesos, que asistía a las ferias y mercados locales para provisionarse de cantidad suficiente de piezas de queso para distribuir entre las tiendas y mer-

cados de las villas y ciudades, hasta nuestros días, hay una sucesión histórica de hechos que me interesa analizar con el objeto de aportar, en lo posible, algo de claridad sobre la situación del mercado del queso en la actualidad en nuestro país.

Después de los efectos desastrosos de nuestra guerra civil, y ya entrados los años 40, comienza a conformarse el "circuito" ("filière", que gustan decir los franceses) del queso y se constituye en base a los ganaderos productores de leche, las pequeñas y medianas industrias lácteas transformadoras, los mayoristas de "coloniales" y las tiendas de "ultramarianos", en una cadena que cerraban los consumidores, a quienes



esta calificación, en aquellas épocas de escasez máxima, podía resonar de forma irónica.

De los años 40 a bien entrados ya los 70, la situación del sector quesero se caracteriza por unas relaciones comerciales poco maduras, donde el sector transformador se posiciona como eje predominante y prepotente, con relación al resto de los sectores en juego. Las industrias lácteas durante este periodo en España han marcado y caracterizado el sector quesero con fuertes matices, que perviven en gran manera en la actualidad de los años 90.

El sector productor, integrado por agricultores y ganaderos de muy esca-

sa capacidad productiva, y sin el menor atisbo de asociacionismo que no fuese enmarcarse dentro del "sindicato vertical de ganadería", entregaban la leche a las industrias lácteas aceptando el pago que estas les concedían sin derecho a replicar, toda vez que las industrias se erigían en juez y parte en el análisis de la calidad de la leche entregada, descontando cuanto creían necesario. Todo esto propició una respuesta callada del sector productor, que aplicó todo un "vademecum" de picardía que envilecía la calidad de la leche.

El sector transformador, compuesto a su vez de una pléyade de pequeñas queserías de corte familiar y dotadas de muy escasa tecnología, elaboraban un producto mediocre (con honrosas excepciones), teniendo vendido por otra parte todo cuanto queso elaborasen, dado que existía una situación de tensión positiva de demanda que, dentro de una España franquista en plena autarquía y con fronteras paralizadas, superaba en mucho la oferta nacional, provocando una situación de "mercado cautivo" que afectaba al sector distribuidor y consumidor.

LOS RIESGOS DEL PROTECCIONISMO

Esta situación de protecciónismo evitó el despertar de la competitividad y fue el culpable del adormecimiento, en líneas generales, del sector quesero español, nada estimulado a la calidad y a la superación, si no más bien a todo lo contrario, abocándose a una situación de fraude a finales de los años 60 y comienzos de los 70, donde la industria de la margarina se vio fuertemente favorecida gracias al consumo extraordinario demandado por el sector quesero (fundamentalmente en Galicia y Asturias).

La oferta quesera existente en este periodo era monótona y carente de la más mínima sugestión, estando basada

fundamentalmente en quesos puros de oveja (no demasiados), quesos de vaca tipo "bola y barra" (altamente margarizados en ocasiones) y quesos de "mezcla" indefinida en sus proporciones, lo que propiciaba rangos de cotización amplísimos, siempre en función del porcentaje de leche de oveja y cabra que llevase (en aquellos momentos, y aún hoy sucede algo parecido, se comentaba jocosamente que algún queso se definía como "mezcla" al haber "pasado por delante" de la cuba de cuajar una cabra o una oveja).

Mientras tanto, los quesos tradicionales de España quedaban relegados (cuando no desacreditados por la propia industria y las autoridades sanitarias en aras de una "modernidad" mal entendida) al ámbito de sus respectivos lugares de producción, siendo objeto de una comercialización totalmente focalizada y sin transcendencia en los mercados nacionales. Esta situación propició una despotenciación de nuestra genuina cultura quesera española, relegándola a la cola de las grandes culturas queseras europeas que si supieron adoptar las innovaciones tecnológicas y mecánicas a la confección industrial y artesana de sus quesos característicos.

En estas condiciones, la distribución de quesos, que ya comenzaba a tomar una posición no sólo a través de los mercados minoristas, si no también de las primeras formaciones de cadenas y supermercados, era en alguna medida dependiente de una oferta de queso que llegaba con cuantagotas y casi como favor especial desde el fabricante.

El sector consumidor no era, ni mucho menos, exigente hacia la oferta quesera, quizás por la imposibilidad de disponer de otras posibilidades que no fuesen las de "tierno, semi y curado" dentro de aquellos quesos de mezcla o también mal llamados "manchegos". Yo he dicho muchas veces que





el consumidor de queso en este periodo sólo conocía, de los quesos españoles, el manchego y el que se hacía en su pueblo.

TIEMPOS MODERNOS

Me interesa a continuación pasar a analizar otro periodo distinto y que, por situarlo en el espacio y en el tiempo, circunscribiré, entre la mitad de la década de los 70 y el momento actual.

Si el periodo anterior viene definido por un contexto de dictadura y mercado cerrado sobre si mismo, este que vamos a contemplar se desarrolla en un marco de relaciones políticas, sociales y económicas diametralmente distinto.

La llegada a España de una situación democrática, la apertura de fron-

teras y nuestra integración en la Comunidad Europea, definen claramente la nueva situación.

El sector productor ha ido modificando sensible y profundamente su posición en el "circuito" quesero, incorporándose a un proceso de organización sindical en libertad, al tiempo que provocaba una agrupación cooperativa para la venta de leche que ha hecho variar en parte, sobre todo al final de este periodo, la actitud de predominio casi absoluto de que disfrutaba el sector industrial a la hora del pago de la leche, toda vez que la implantación de laboratorios interprofesionales, casi generalizada por las grandes áreas productoras del país, hace que el pago de la leche se realice mediante mecanismos desconcentrados y en base a parámetros objetivos y evaluables dejando los industriales de

ser juez y parte en el pago. Todo esto hace también que la calidad de la leche se eleve considerablemente y disminuya por tanto el fraude de los productores.

El sector industrial quesero comienza, a su vez, a abordar un proceso de modernización de su capacidad productiva, al tiempo que una etapa de expansión de sus expectativas de elaboración guiadas en gran medida por el constante aumento de la demanda. En este periodo se instalan modernas fábricas queseras que no tienen ya nada que envidiar a las mejores del continente, que ayudan a reducir los costos sensiblemente para hacer frente a la dura competencia que ya se entreve al comienzo del periodo analizado y que se padece seriamente en los momentos actuales de apertura de mercados y cambio en el sector de la distribución comercial.

ARTESANOS CON FUTURO

Mientras tanto, y al mismo tiempo, se produce un movimiento de actualización y modernización del sector quesero artesano que había quedado en posición latente durante el periodo anterior y que ahora, gracias en parte al cambio de orientación y sensibilidad por el fenómeno de lo artesano y genuino, se pone de manifiesto en una pujanza extraordinaria. Todo esto conduce a la aparición en los mercados, aunque de forma reducida, de una gama de quesos tradicionales españoles que comienzan a encandilar la oferta y despabilizar a los consumidores del letargo en el que se encontraban, propiciado por la orientación de la industria quesera dedicada monográficamente al fenómeno "manchegoide" (queso con aspecto de queso manchego puro de oveja, pero elaborados con mezclas de leches indefinibles).

Otro cambio sustancial y casi definitivo lo provoca la estructuración del

sector distribuidor que, si bien mantiene todavía una mayoritaria presencia de establecimientos minoristas, comienzan a ver la luz las cadenas de hipermercados y grandes superficies, que modifican sustancialmente las ordenadas de relaciones comercial hasta ahora existentes entre el sector transformador y el distribuidor.

Estos dos sectores se sientan ahora a negociar, en un principio de tú a tú, pero de inmediato la prepotencia del sector quesero industrial, caracterizadora del anterior periodo, se torna de signo y rápidamente se sitúa prácticamente, sin lapso de tiempo, del lado del sector distribuidor.

EL PODER DE LA DISTRIBUCION

Las "negociaciones", como hacen llamar eufemísticamente los directores de compras de las cadenas de hipermercados y supermercados, se trocan ahora con el sector industrial en un "siseñoreo", muchas veces denigrante, que como característica esencial tienen por norte llevar al representante de la industria quesera hasta el último reducto de su beneficio, para acabar firmando una "plantilla" que reduce a añicos los márgenes comerciales de aquél, en su momento prepotente, sector quesero industrial.

Este "shock" se ha producido tan violentamente que muchos industriales queseros todavía no se han repuesto, temiéndome que en algún caso no lleguen a lograrlo, provocando su desesperación o su integración en algún grupo de mayor calado que pueda afrontar el envite.

En esta situación última, el consumidor, que ya demanda más gama de producto y de mayor nivel de calidad, ha salido ampliamente beneficiado, aunque en los niveles de precio no haya encontrado grandes ventajas, dado que la distribución comercial de gran escala no sitúa el queso, en gene-

ral, entre los productos con "precio gancho", excepción hecha de los momentos de oferta y en determinados tipos de queso, en los que se pueden encontrar auténticas gangas que, sin lugar a dudas, propicia la industria para quitarse de en medio los excedentes que producen esas modernas instalaciones que, de no movilizarse, crearían problemas serios a las industriales que los padecen.

Vemos por tanto como la prepotencia en las relaciones comerciales solo ha hecho que cambiar de mano, pasando del sector transformador industrial al sector distribuidor ante la mirada atónita de los productores de leche y la resignación de los consumidores.

RIGOR PARA EL FUTURO

Hacia el futuro no se trataría de hacer adivinanzas, sino un ejercicio de sensatez y rigor adecuado al contexto en el que se desenvuelven las relaciones en la economía, para adivinar que puede o debe pasar.

Se desearía un sector ganadero todavía más profesionalizado, con mayor nivel de cooperación y de interlocución con las industrias transformadoras que, mediante negociaciones rigurosas, fuesen capaces de fijar unos precios de la leche en función de los precios comunitarios y de las estrategias de venta de las empresas, suscritos, eso sí, por contratos homologados que obliguen a las dos partes. Sería necesario en este sentido que los ganaderos comprendan que sus vacas no producen leche, sino paquetes o botellas de leche, queso, yogur, mantequilla, etc.

Las industrias deberán adoptar mayor dimensión a través de la formación de grupos consolidados para igualar su capacidad de negociación y seguir afrontando, hasta el final, la batalla de la reducción de costos. Al mismo tiempo, deberán ofertar estrate-

gias comerciales de productos y servicios de alto nivel, estando dispuestas a innovar en los campos de la mercadotecnia, el envase y embalaje, promoción y publicidad.

El sector de la distribución comercial de las grandes cadenas de hipermercados, en plena explosión de implantación, deberá completar su ansiada fase expansiva, tratando de ocupar hasta el último nicho viable en el territorio español. Hasta que ésta fase no se complete, seguirán "intratables", toda vez que "necesitan" de los proveedores para desarrollar esta fase que requiere gran capacidad de financiación.

Una vez finalizada esta fase, las grandes cadenas de hipermercados supervivientes (según los expertos no serán más de 6 en el territorio español) estarán en condiciones de producir un nivel de negociación más sensato y armónico con los grupos empresariales queseros que se hubiesen constituido en este periodo futuro, ligando así estrategias de venta de las empresas transformadoras con las de las grandes superficies, estimulando entre ambas el consumo y ofertando gamas y calidades de gran nivel.

Será también en esta fase de integración de estrategias cuando el rico caudal de los quesos tradicionales de España encuentre el cauce oportuno para su desarrollo, mostrándose como estrategia globalizada y atractiva ante los distintos segmentos del consumo.

Una expectativa de futuro en la cabe esperar también que coincida con el final de la fase "manchegoide", en la que toda mezcla de leches, en cualquier porcentaje y presentación, se enseñoreaba de unos mercados desastrosos de oferta y cautivos, en los que había anidado la bicha detestable de la prepotencia y el fraude.

