

Industria del queso y sus aspectos culturales en Chile

Cheese Industry and its Cultural Aspects in Chile

Noémie Richard*

Resumen

Durante la última década se registra en Chile un fuerte crecimiento en la industria del queso, con cifras récord alcanzadas en importaciones y una posición de líder en consumo y gasto per cápita en América Latina. Paralelamente, se observa la aparición de nuevas expectativas y demandas por parte de los consumidores, cuyo perfil y tendencias de consumo ha migrado hacia una búsqueda de experiencias gourmet y una preferencia por aquellos productos capaces de ofrecerla. Los hábitos de consumo del chileno en el mercado del queso se han diversificado, añadiendo a su repertorio nuevas variedades antes poco conocidas y comercializadas en el país, la mayoría de ellas correspondientes a quesos de tradición europea. Sin embargo, y a pesar del potencial que tiene Chile como país productor, las variedades de queso producidas a nivel local continúan limitándose, en su gran mayoría, a quesos de tipo Gouda y Chanco, de elaboración industrial y uso básico.

Al respecto y considerando el crecimiento, interés y nuevas preferencias del consumidor, se observa una oportunidad para potenciar la industria productiva local, tomando como referencia el modelo europeo de Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y su aplicación, particularmente en lecherías y comunidades queseras caprinas de distintas localidades de la IV Región de Coquimbo y la V Región de Valparaíso. El modelo de Denominaciones de Origen Protegidas permite la participación de pequeñas y medianas cooperativas de lecherías y artesanos queseros, y la elaboración de productos únicos y de valor agregado, de manera sustentable, protegiendo la calidad y las tradiciones que forman parte del patrimonio cultural y fomentando además la industria turística.

Palabras clave: industria del queso, queso artesanal, comunidades queseras, patrimonio cultural, Denominación de Origen, Chile.

Abstract

During the last decade, Chile's cheese industry has experienced unprecedented growth, with record numbers of imports and leading per capita consumption and expenditure in Latin America. Simultaneously, new expectations and demands have been developed by the modern consumer, whose profile and consumption trends have migrated towards the pursuit of gourmet experiences and a preference for products capable of offering it. Chilean consumer habits in the cheese market have diversified, adding formerly unknown varieties to its repertoire, most of them corresponding to

* Ingeniera en Alimentos, Universidad ISARA Lyon, Francia. Directora Escuela del Queso Santa Rosa, Maestra Quesera de la Guilde Internationale des Fromagers (Cofradía Internacional de los Queseros).

cheeses of European tradition. However, despite Chile's potential, the cheese varieties produced locally continue to be limited, mostly, to Gouda and Chanco, which are industrially manufactured and destined for basic uses.

Considering the growth, interest and new preferences of the everyday consumer, there is an opportunity to enhance the local industry, inspired by the European model of Protected Origin Designations and its replication, particularly in small dairies and goat cheese manufacturing communities in the Coquimbo and Valparaíso regions. The Protected Origin Designation model allows the participation of small and medium dairy and artisan cheese-maker cooperatives, as well as the potential for unique and added-value products in a sustainable manner, preserving the quality and traditions that are part of the cultural heritage, while also promoting the tourism industry.

Keywords: cheese industry, artisan cheese, cheese-making communities, cultural heritage, designation of origin, Chile.

Introducción

En los últimos cinco años, el mercado del queso ha experimentado grandes cambios. Se registra un fuerte aumento de las importaciones de quesos al país y una disminución de las exportaciones de quesos producidos en Chile. El principal importador al país, la Comunidad Europea, importa productos diferenciados, de especialidad gastronómica y de más alto valor, no *commoditizados*, mientras que las exportaciones de Chile han sido y siguen siendo de quesos de tipo *commodity*, como el Gouda.

El aumento del consumo de quesos en Chile ha transformado al país en el líder regional de consumo y gasto per cápita en esta categoría y un considerable segmento de chilenos –de grupos medios y medio altos– se describe a sí mismo como gourmet. Al mismo tiempo, la producción y consecuente oferta nacional de queso consiste en al menos un 90% de productos básicos *commoditizados*. En otras palabras, mientras los potenciales compradores aspiran a una experiencia gourmet, el énfasis interno está puesto en proveerlos de productos que, por su perfil, no pueden proponerla.

Esta asimetría, en un mercado que ha crecido considerablemente en tamaño, representa una nueva oportunidad para desarrollar localmente especialidades queseras con propuestas únicas que ofrezcan experiencias gourmet y puedan construir valor.

Es pertinente entonces preguntarse: ¿Cómo reenfocar –al menos en parte– la producción local a especialidades queseras capaces de ofrecer experiencias gourmet? ¿Cómo se pueden incorporar a esta actividad los tradicionales productores campesinos de lácteos y quesos? ¿Cómo utilizar a favor de estos productos la reciente y creciente revalorización de lo artesanal y de las tradiciones? ¿Qué modelo de queserías dedicadas a especialidades, constituidas por comunidades con pequeños montos de inversión, ha sido exitoso en otros

países? ¿Qué marco legal ha apoyado y resguardado este tipo de emprendimientos? ¿Es efectivo este desarrollo para la conservación, a largo plazo, de estas tradiciones y la viabilidad de las comunidades? ¿Estas actividades gastronómicas pueden formar parte de un polo turístico regional? Frente a tales preguntas el modelo de las Apelaciones de Origen, liderado por Francia y adoptado por la Comunidad Europea, aparece como una interesante posibilidad para apoyar, con especial énfasis en los pequeños productores queseros artesanales, el desarrollo de una propuesta propia y única, bien diferenciada, ligada a localidades específicas y rica en valores culturales.

Evolución del mercado del queso: cambios, estadísticas y observaciones

Consumo en alza

En los últimos años, de acuerdo a un estudio realizado en 2016 por la consultora Euromonitor, el mercado del queso en el país ha experimentado una sostenida alza, alcanzando un consumo total de 201.000 toneladas en 2016, lo cual representa un crecimiento del 34,3% en los últimos cinco años. Durante este mismo periodo, las ventas en valor aumentaron de US\$1.449,6 millones a US\$2.378,9 millones, lo cual representa un incremento del 64,1% (Estrategia, 2017).

Actualmente, Chile es el mayor consumidor per cápita de quesos en América Latina, con un promedio de 11,1 kilos per cápita, cifra que representa un aumento de 27,6% en comparación al año 2011, durante el cual el consumo fue de 8,7 kilos. Le siguen dos países de fuerte tradición lechera: Argentina, con 7,5 kilos y Uruguay con 5 kilos per cápita.

El mismo estudio señala que Chile lidera también en el gasto promedio per cápita en esta categoría, alcanzando US\$131,2 en 2016, cifra que representa un crecimiento del 55,6% en relación al gasto de US\$84,3 correspondiente al año 2011. En segundo y tercer lugar están Argentina con US\$73,8 y Uruguay con US\$65,9.

Per cápita mundiales

Según el International Dairy Federation and Statistics de Canadá, el consumo mundial de queso del año 2014 estuvo liderado, como ha sido históricamente, por los países de la Unión Europea: Francia con 27 kilos per cápita, seguido por Alemania, Suiza e Italia, todos con per cápita superiores a 20 kilos.

Proyecciones

Entre los años 2015 y 2025 se espera un aumento del 1,4% anual para el mercado mundial del queso, lo cual representa “un crecimiento acelerado para la próxima década” (OCDE-FAO, 2015: 130). El mismo informe establece que la Unión Europea conservará su liderazgo en las exportaciones de queso, con una participación estimada del 38% al año 2024 y un crecimiento del 4% anual, más alto que el de sus principales competidores, Nueva Zelanda, Estados Unidos y Australia.

Actualmente, los llamados países desarrollados registran importaciones más altas que los países en desarrollo. Sin embargo se espera que estas crezcan a una tasa de 3,6% anual en los países en desarrollo, superando para el año 2024 a los países desarrollados, cuyas importaciones crecerán a un ritmo considerablemente más lento, de un 0,4% anual.

Importaciones

Según la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (Odepa) del Ministerio de Agricultura, durante los primeros cinco meses del presente año las importaciones de queso aumentaron en un 79% en comparación con igual periodo del año anterior, totalizando 19.895 toneladas.

Los países de la Unión Europea son quienes más exportan a Chile, con 7.500 toneladas durante los primeros cinco meses del presente año. Le siguen Nueva Zelanda con 4.925 toneladas y un crecimiento cercano al 250%, Estados Unidos con 3.691 toneladas, y Argentina –importante proveedor tradicional– con un total de 2.303 toneladas (Estrategia, 2017).

Producción nacional

Durante el periodo enero-mayo de 2017, la producción en el país fue de 33.800 toneladas, con un incremento del 5,4% comparado con el mismo periodo del año anterior (Odepa, 2017). A pesar de este crecimiento, la producción nacional se sigue enfocando principalmente en variedades básicas y masivas, como el Gouda y el Chanco, los cuales representaron en 2012 el 90% de la producción nacional total (Esnaola, 2013). El 10% restante corresponde a quesos mozzarella industriales (que experimentan un auge debido al crecimiento de las cadenas de comida rápida que ofrecen pizzas), quesos fundidos, quesos untables, quesos de bola tipo Edam y, en menor volumen, los quesos de perfil gourmet como Emmental, Gruyère, Brie y Camembert, además de empresas artesanales dedicadas a la elaboración de los denominados *quesos de campo*.

Se observa entre los años 2004 y 2013 una disminución de las exportaciones de queso del país y un incremento relevante de importaciones para el mismo periodo. Al año 2012, el 98% de las exportaciones del país correspondía a queso Gouda.

La Unión Europea incrementa entre 2012 y 2013 sus volúmenes de exportación a Chile, con un crecimiento de entre 50% y 80%. Estas exportaciones corresponden generalmente a quesos finos, algunos de ellos con Denominación de Origen, como el Roquefort y el Parmigiano Reggiano.

Gourmetización: el nuevo perfil del consumidor chileno

Conjunto al aumento de consumo de queso en Chile, se han producido además cambios en las expectativas de los consumidores y una *premiumización* de los productos. El estudio Chilegourmet realizado por las consultoras iCuadrado, Contexto y Whizzy, que busca reconocer las preferencias y tendencias de mercado, señala la aparición de un fenómeno de *gourmetización* del consumidor de grupos medio alto y medio; vemos entonces que entre consumidores de grupos socioeconómicos C1 y C2, de 25 y más años, el 45% se describe como gourmet (Chef & Hotel, 2017).

Los quesos figuran en segundo lugar en la lista de los productos más percibidos como gourmet por este perfil de consumidores. Los alimentos considerados gourmet se caracterizan por ser de alta calidad, tener elaboración artesanal y disponibilidad limitada. Entre los atributos que los consumidores más valoran están el sabor sobresaliente, la mezcla de sabores, la calidad de los ingredientes y un precio más elevado. En el estudio también participó un panel de expertos en gastronomía, quienes señalaron que este consumidor optará en el mediano plazo por alimentos auténticos y naturales, de pocos ingredientes y de elaboración sustentable.

Por su parte, la industria quesera mundial se ha hecho cargo de estas tendencias a través del fenómeno de la *premiumización* de los productos, añadiendo nuevos ingredientes y sabores, produciendo ediciones limitadas de ciertos productos, prefiriendo recetas y métodos de tradición artesanal y destacando localidades de origen específicas. Se ha observado una mayor valoración y popularidad de quesos de producción local, siendo los quesos que poseen Denominación de Origen productos muy apreciados y de valor agregado (Quezada, 2013).

Denominaciones de Origen: modelo europeo nacido en Francia

Francia es un país pionero en el desarrollo de las Denominaciones de Origen. Según informa el Instituto Nacional del Origen y de la Calidad (Institut National de l'Origine et de la Qualité), el concepto de Apelación de Origen se construyó desde principios del siglo XX para evitar el fraude, dictándose en 1905 la primera ley. Un decreto-ley de 1935 crea la Apelación de Origen Controlado (AOC) para proteger la autenticidad de vinos. Posteriormente, buscando valorizar los productos agrícolas de cada país, el marco legal francés sirvió de inspiración para establecer la legislación europea. En 1992 se establece el concepto de AOP (Apelación de Origen Protegido) para productos agrícolas, exceptuando vinos y bebidas espirituosas que pasan bajo esta legislación en 2009 (Institut National de l'Origine et de la Qualité, 2016).

La institución enfatiza en lo esencial, que es recalcar y comprender la importancia de la noción de terruño (*terroir*, en francés) con todas sus dimensiones –geográfica, climática, geológica, botánica (por la composición de las praderas), pecuaria (por las razas lecheras), humana, histórica y de tradiciones aplicadas a la elaboración de los productos– para comprender lo abarcado por las certificaciones de Denominación de Origen.

Actualmente, la Unión Europea reconoce tres formas de apelación de origen, cada una con características diferentes. La Apelación de Origen Protegido, de siglas AOP en francés y PDO en inglés, que delimita un territorio geográfico de ciertas características definidas (clima, pastos, a veces razas de animales lecheros, entre otros) y establece en un *cahier de charges* –cuaderno de deberes o prácticas– de manera precisa, junto a formas específicas y reglamentarias de proceder en cada etapa de la elaboración. También se otorgan otros reconocimientos, como la Indicación Geográfica Protegida (PGI en inglés), que vincula el queso a una zona geográfica, pero no a una pauta de elaboración definida, y la Especialidad Tradicional Garantizada (TSG en inglés), que protege quesos tradicionales cuya composición y modo de producción tradicional serán respetadas, sin vincularlas a un territorio geográfico definido. En todos los casos, los quesos deben incluir en su etiquetado el sello oficial correspondiente (European Commission, 2017).

En ciertos casos, estas denominaciones distinguen especialidades queseras de industrias medianas o de gran tamaño. En otros, los quesos pueden corresponder a pequeños artesanos.

Hoy se amparan bajo esta legislación numerosos quesos de Francia, Suiza, Italia, España y Portugal, entre otros países. Algunos ejemplos ampliamente reconocidos a nivel internacional son el Roquefort, el Parmigiano Reggiano y el Manchego.

Francia es el país con más especialidades protegidas con estos sellos (45) (Alim'agri, Ministerio de Agricultura y Alimentación de la República Francesa, 2015). Tanto Italia

como España tienen 26 quesos certificados DOP, según datos de la Associazione Formaggi Italiani DOP y el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente del Gobierno de España, respectivamente. Suiza detenta a la fecha 13 quesos con Apelación de Origen Protegido, que tomados en su conjunto son, en Europa, los de más alto precio por kilo (Association Suisse des AOP-IGP, 2017).

Suiza destaca su atributo diferenciador de quesos de montaña *Fromage d'Alpage*. Esta característica es valorada debido a la gran diversidad botánica de las praderas de altura (1000 a 1600 metros de altitud), que están en su mejor momento en primavera y a principios de verano. Los quesos elaborados en esa temporada suelen ser los que se destinan a guarda, pudiendo estar en cava hasta 24 meses. Estos serán, por supuesto, los quesos de valor más elevado.

L'Etivaz AOP, un ejemplo suizo

L'Etivaz, queso de leche cruda, producido durante los meses estivales, cuyo nombre deriva del término *l'estive*, estío o verano, periodo en que las vacas y sus pastores suben a las praderas de montaña, tiene, además de una larga tradición, un marco legal y una organización que pueden servir de interesante ejemplo.

L'Etivaz es producido por una cooperativa fundada por 30 socios, en el año 1934. Hoy tiene 68 socios y produce 445 toneladas de queso. Siguiendo la tradición, cada socio sube con su rebaño a las praderas de alta montaña a comienzos de verano. El rebaño no es de gran tamaño; en Suiza el promedio del rebaño por lechería es de 25 vacas por productor. El trabajo de quesería (cuajada, formado de la pieza –que es de gran tamaño–, desuerado, primera etapa de maduración) se hace en microqueserías de alta montaña.

A fines de verano los pastores/lecheros bajan al pueblo con su rebaño y toda su producción de la temporada. A partir de ese momento sus piezas de queso maduran en una gran cava colectiva, propiedad de la cooperativa, ubicada en el pueblo. Siendo un queso artesanal, que se cuaja en calderos de cobre, calentado al fuego de distintos tipos de leña, y de rebaños que pastaron en praderas de características ligeramente distintas, cada pieza tendrá un sabor único, dependiendo del clima, soleado o lluvioso, y de la floración de ciertas especies.

Los quesos de primavera y principios de verano son distintos de los de fines de verano, pues son los más valorados para guardas de larga maduración (L'Etivaz AOC, 2010).

Modelo y oportunidades

El modelo de organización y gestión de la cooperativa L'Etivaz tiene particularidades que pueden ser relevantes para Chile. Agrupa a pequeños productores/pastores; es un modelo de pastoreo que ha demostrado ser sustentable, y el producto obtenido es de excelente calidad y alto valor.

Este modelo requiere estar amparado en una legislación clara que apoye al productor pero le exija, a la vez, paso a paso y con el *cahier des charges*, una elaboración que asegure la excelencia. Y por supuesto, ello requiere una intensiva capacitación. Creemos importante destacar que esta capacitación debe respetar la identidad tradicional del producto y sus procesos ancestrales que lo distinguen.

Adicionalmente, esta actividad gastronómica original y única, apoyada en las características del terruño, aporta interés turístico.

Durante la llamada *Desalpe*, los pastores de la cooperativa L'Etivaz bajan de la montaña con sus rebaños y sus quesos a fines del verano, ocasión en la cual las vacas que más leche dieron desfilan adornadas de flores por el pueblo, y los pastores y sus familias se ponen sus mejores galas tradicionales. Se celebran, además, festividades tradicionales que son un interesante atractivo turístico (Office du Tourisme du Canton de Vaud, s/f).

En Chile, también genera interés turístico la subida de los rebaños de cabras a principios de diciembre, guiadas por los crianceros y sus familias, atravesando Illapel, camino a las veranadas, praderas de alta montaña donde pasarán el verano. Esta celebración, llamada Día de la Trashumancia, se celebra desde 2011 y convoca cada año a miles de illapelinos y turistas (Municipalidad de Illapel, 2014).

Denominaciones de Origen en América del Sur

Argentina

Argentina tiene dos tipos de registro posible: la Indicación Geográfica (IG) y la Denominación de Origen (DO). Para los vinos, el órgano responsable es el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), el cual ha reconocido las IG Paraje Altamira, Gualtayarí y Los Chacayes (Reginato, 2017). En el plano alimentario, la entidad reguladora es la Secretaría de Agregado de Valor del Ministerio de Agroindustria (Bustamante, 2016). De acuerdo a información oficial del gobierno argentino, el país tiene a la fecha siete registros oficiales de Denominaciones de Origen: salame típico de Colonia Caroya, salame de Tandil, cordero Patagónico, chivito Criollo del Norte Neuquino, melón de Media Agua,

hierba mate Argentina y alcaucil (alcachofa) Platense (Carduza *et al.*, 2016). Varios productos más están en tramitación. No hay todavía quesos argentinos que hayan obtenido certificación. Pero existe un queso de alto valor patrimonial, con serias posibilidades de convertirse en DO: el queso de Tafi del Valle (Lacoste, 2017).

Bolivia

El órgano responsable de certificar Denominaciones de Origen en Bolivia es el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual. Los criterios para la certificación tienen similitudes con el modelo europeo. El producto boliviano con DO más importante es el Singani (Buitrago, 2014). Además del Singani, Bolivia ha otorgado reconocimiento como DO a su Quinoa Real (Senapi, s/f).

Brasil

La ley brasilera (Ley 9.279/96) establece dos modalidades de denominaciones protegidas: Indicación de Procedencia (IP), que considera el nombre geográfico de procedencia, y Denominación de Origen (DO), que designa un producto o servicio “cuyas características o cualidades se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, incluidos los factores naturales y humanos” (Martins, 2009: s/p.).

Brasil ya tiene a la fecha 49 productos certificados, desde alimentos hasta piedras preciosas y semipreciosas. Dos de los registros son quesos de la región de Minas Gerais: Queijo Serro y Queijo Canastra (De Sousa, 2015).

Colombia

La Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia reconoce 16 productos, café (Café de Colombia, Café de Cauca, Café de Nariño, Café de Huila, Café de Tolima y Café de Sierra Nevada), flores (Crisantemo de Colombia, Rosa de Colombia y Clavel de Colombia), dulces (Bizcocho de Achira del Huila y Bocadillo Veleño), Arroz de la Meseta de Ibagué, y un pariente cercano del maracuyá, Cholupa del Huiru. Colombia goza de quesos con registro: Queso del Caquetá y Queso de Paipa. Los primeros registros datan del 2010 (Industria y Comercio, Superintendencia de Colombia, s/f).

Chile

Igual que en Argentina, en Chile existen dos sistemas, uno para vinos y aguardientes, dependiente del Ministerio de Agricultura y otro para alimentos y artesanías, dependiente

del Ministerio de Economía a través del INAPI (Instituto Nacional de Propiedad Industrial). Dentro de los aguardientes la DO más importante es el pisco chileno (Escandón, 2016; Pszczólkowski *et al.*, 2016). Chile también ha reconocido por ley vinos como Pajarete y Asoleado (Castro *et al.*, 2016; Lacoste *et al.*, 2016; Lacoste Adunka, 2017), de importancia económica muy limitada. A ello se suma la polémica zonificación vitivinícola para las DO de los vinos (Rojas, 2017).

En el plano de los alimentos y artesanías, el INAPI establece que existen en Chile cuatro tipos de sello: Indicación de Origen (IG), Denominación de Origen (DO), Marcas Colectivas y Marcas de Certificación, establecidas por la Ley N° 19.039 el año 2012. De acuerdo al Instituto, ya hay en el país veintiséis productos registrados y dos en proceso. Estos registros abarcan productos diversos, como atún de Juan Fernández, viñedos de Casa Blanca, dulces de Curacaví y de la Ligua, sidra de Punucapa, sal de Cáhuil, chamantos de Doñihue y textiles de Isla Negra, entre otros (Belmar, 2016; Arancibia, 2016; Castro *et al.*, 2017). Actualmente no hay ningún queso chileno con certificación. Chile tuvo un queso de gran valor patrimonial, el queso de Chanco (Aguilera, 2016), pero su identidad se debilitó en el último siglo.

Ecuador

En este país, el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) es responsable del otorgamiento de Denominaciones de Origen. El cacao Arriba y el sombrero de Montecristi son dos productos con esta certificación. Aguardan tramitación seis productos más.

Paraguay

El modelo paraguayo de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas sigue criterios coherentes con sus homónimos europeos. El registro de Ka'a He'ê, la Stevia Rebaudiana, como producto con Indicación Geográfica, está en tramitación. Otros productos, como los bordados de distintas regiones del país, podrían seguirle. Paraguay trabaja en un marco compatible con los criterios de la Unión Europea y con asesoría de especialistas de esta misma (Modica, s/f).

Perú

El principal producto con Denominación de Origen del Perú es el pisco peruano. Además, este país registra ya diez DO que protegen productos como el maíz blanco gigante de Cuzco, los porotos pallares de Ica, el café Villa Rica, el loche de Lambayeque, entre otros. No queda claro si esta certificación sigue los criterios IG y DO, utilizados por otros países de la región. El organismo estatal responsable de estos registros en el Perú es la Dirección

de Signos Distintivos del Instituto de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI, s/f).

Uruguay

El modelo uruguayo es consistente con el europeo, reconociendo Denominaciones de Origen (DO) e Indicaciones Geográficas (IP). No se han podido encontrar productos con certificación para este país. El organismo responsable de otorgar las certificaciones es la Dirección de Propiedad Industrial del Ministerio de Industria, Energía y Minería (CIKATO, 2014).

Venezuela

Según Vanessa Rolfini, en su artículo para el diario *El Universal*, en Venezuela se observan varias Denominaciones de Origen Controlado, algunas de ellas otorgadas hace 15 años (ron de Venezuela, cocuy Pecayero, cacao de Chuao). Mas el marco legal es ambiguo y ha cambiado recientemente, dejando en una situación de poca claridad esta legislación y la designación de quien debe regularla.

En resumen, esta mirada al continente permite observar una clara tendencia ascendente al uso de las certificaciones DOP e IG para proteger productos con tradición provenientes de zonas que se han dado a conocer por la calidad de sus alimentos o minerales o artesanías. En los últimos diez años, América del Sur ha progresado más que en sus anteriores dos siglos de historia en la valoración y protección de la identidad territorial de sus alimentos y bebidas. Claramente, el proceso es liderado por vinos y aguardientes, sobre todo en Argentina, Chile, Bolivia, Perú y Brasil. Pero el desarrollo de la cultura de la valoración del origen geográfico de los vinos está operando como un disparador para otros productos –particularmente los quesos.

En el plano específico de los quesos, destacaron históricamente Chile y Argentina, con los quesos de Chanco y Tafi respectivamente; pero ninguno de ellos es actualmente reconocido como DO. Desde la perspectiva europea, parece difícil de comprender que dos tesoros culturales como estos quesos, nacidos de manos campesinas entre los siglos XVII y XVIII, no hayan alcanzado la atención de las políticas públicas para visibilizarlos, valorizarlos, promoverlos y convertirlos en vectores de desarrollo territorial.

Solo dos países, Colombia y Brasil, cuentan con quesos reconocidos y protegidos legalmente: Colombia tiene el Queso del Caquetá y Queso de Paipa. Por su parte, Brasil tiene Queijo Serro y Queijo Canastra. Se trata de un incipiente movimiento de valoración y reconocimiento de los productos típicos regionales.

Para estos países resulta importante seguir resguardando productos de características únicas y tradicionales mediante esta certificación.

¿Qué aprender del modelo Europeo?

Una importante fortaleza de las certificaciones de los países de la Unión Europea es la claridad y consistencia de la legislación, además de la precisión de los *Cahiers de Charges*, que especifican detalladamente los métodos (tradicionales) a ser utilizados. Muchos de los quesos AOP son de leche cruda (por su gran aporte en sabores y aromas, además de sus cualidades nutricionales), lo cual requiere de un excelente manejo de la seguridad alimentaria y, por lo tanto, de rigor y consistencia por parte de los queseros artesanales.

Este tipo de desarrollo parece requerir trabajo más que capital; el tamaño de la lechería no es decisivo. De hecho, una lechería pequeña puede asegurar de manera simple una óptima trazabilidad.

Queserías de cabra de la Región de Valparaíso

Un ejemplo interesante a evaluar son las microqueserías de cabra de la Región de Valparaíso. Estas fueron visitadas –gracias a una invitación del INDAP– en agosto 2017 por la Escuela del Queso en compañía de Roland Barthélemy, maestro quesero francés de destacada trayectoria (máxima autoridad de la Cofradía Internacional de los Queseros).

Se observó durante la visita un rebaño mixto, de cabras Saanen, de origen Suizo (que producen más leche, con un periodo de lactancia más largo pero con menos tenor de grasa) y Criollas (que producen menos leche, con un periodo de lactancia más corto pero con mayor tenor de grasa). En relación a las diferencias entre distintas razas de cabras lecheras, Pedro Cofré B., en su informe *Producción de cabras lecheras*, observa que las producciones medias de leche varían entre 100 y 450 litros, y los periodos de lactancia fluctúan de 170 a 300 días, para cabras Criollas y de otros animales de razas extranjeras especializadas (Cofré, 2001).

Los crianceros visitados en la región de Valparaíso estaban efectuando cruza de cabras Saanen con sus rebaños criollos, con el objeto de alargar la temporada de lactancia y aumentar la producción de leche.

Cabe preguntarse en este punto, y en relación a la oportunidad de construcción de valor que representan las certificaciones de Apelaciones de Origen, si este modelo moderno de “más

es mejor” sigue siendo el indicado. O si, por el contrario, puede aportar más valor una elaboración de quesos de animales ligados a la historia del país.

Al respecto, es evidente que se deberá optimizar la productividad, pero sin deteriorar el patrimonio genético y cultural.

Si se sigue el modelo europeo se valorará la calidad y la originalidad, para proponer productos únicos, de fuerte carácter y buena calidad gastronómica, que –con toda probabilidad y con las certificaciones adecuadas, además de apoyo en difusión– lograrán generar valor de manera sustentable.

Se podrá incluso, tal como se observa en Illapel, buscar actividades costumbristas que generen interés turístico en torno a este corazón gastronómico.

Una marca (y las AOP lo son) es también y ante todo un relato atractivo que propone una experiencia única. Es esencial entender esta característica y asegurar que el relato de las especialidades gastronómicas no pierda ni originalidad ni potencia. En palabras de Víctor Esnaola:

[...] debe recordarse que, a nivel mundial, el desarrollo del turismo está muy relacionado con el de la gastronomía, dentro de la cual los quesos ocupan un lugar importante. Ejemplos de ello se pueden observar en países europeos como España, Francia, Italia y Grecia. Esto induce a analizar el desarrollo de los encadenamientos productivos en estos países, con el fin de determinar la posibilidad de replicarlos en Chile, con las adaptaciones que fueren necesarias (Esnaola, 2013: 13).

Premio mundial para queso chileno

En julio del 2017 un queso chileno se presentó por primera vez a un concurso mundial. Se trata de Chiriuco, un queso de oveja del sur de Chile (de un fundo cercano al lago Llanquihue), ahumado a la leña de cerezo. La iniciativa de su presentación al Concurso Mundial de los Quesos de Francia, fue apoyada por la Escuela del Queso Santa Rosa² y por el embajador de la Cofradía Internacional de los Queseros para América del Sur, Claude Mauro, quien preside la Escuela del Queso.

² La Escuela del Queso Santa Rosa, fundada hace siete años, tiene por objeto divulgar, enriquecer y profundizar la cultura quesera en Chile. Entrega capacitaciones técnicas en alianza con Inacap, Culinary e Indap. También propone cursos y catas gourmet de divulgación masiva. La Escuela del Queso tiene un equipo de cuatro profesionales gastronómicos con especialización en Producción Quesera y trabaja en red con asesores especializados en distintas áreas (como por ejemplo expertos en Seguridad Alimentaria).

Chiriuco logró destacarse entre ciento noventa y un expositores y 600 variedades de quesos de 30 países, ganando Medalla de Oro en su categoría. Este es un ejemplo que demuestra que, con un buen producto, una sólida preparación y algo de apoyo, es posible destacar a nivel internacional.

Comentarios finales

Para satisfacer las actuales tendencias del mercado con productos queseros gourmet de producción local, y crear productos de valor, el modelo europeo de las Denominaciones de Origen puede ser una herramienta efectiva. Varias de sus particularidades se adaptan a la realidad chilena: permite agrupar pequeñas comunidades rurales, profesionalizarlas y reforzar su identidad cultural en torno a un producto de estándar internacional pero de elaboración artesanal y tradicional. Conserva y revaloriza las tradiciones locales a la vez que les infunde método y rigor, al tomar recetas y modos tradicionales y sistematizarlos; con ello asegura la posibilidad de hacer quesos de excepción, posiblemente de leche cruda, como suelen serlo los quesos con Denominación de Origen, y responder a la vez a las exigencias de seguridad alimentaria. Este formato es más intensivo en trabajo que en capital: en otras palabras, probablemente sea posible subsidiarlo durante su puesta en marcha. Requiere de una comunidad de productores queseros bien organizada, como es el caso de las cooperativas. Esto, a su vez, ayudaría a estructurar otros aspectos de la vida comunitaria. Bien llevado y desarrollado puede asegurar un campo laboral interesante a las nuevas generaciones, o al menos a una parte de ellas, evitando así que las comunas rurales se sigan despoblando. Conserva y desarrolla el capital alimentario del país, generando valor y aporta prosperidad. Refuerza las barreras de entrada en aquellos segmentos que estén bien desarrollados y, sin duda alguna, aporta al desarrollo de polos turísticos regionales y refuerza la identidad país.

Por otro lado, Chile ya cuenta con un precedente exitoso de reposicionamiento, instauración de prácticas rigurosas de elaboración, diferenciación, innovación, construcción de marca y valor.

Este es el ejemplo de la vitivinicultura chilena, que ha logrado no solo un cambio de prácticas sino también una construcción de una identidad propia y única a nivel internacional, posicionándose como un país productor de mostos destacados por su calidad y construyendo cada vez más valor al respecto. Basándose justamente en el ejemplo del vino chileno, Gonzalo Rojas (2015) destaca el rol de la vitivinicultura en el país como vector de “desarrollo histórico del patrimonio e identidad cultural” (Rojas, 2015: 88) que ha aportado a actividades como la gastronomía y el turismo. En el mundo de la gastronomía es justamente el queso el aliado natural e histórico del vino, y lo ha sido por miles de años. Sus atributos organolépticos, su masa cremosa que aporta grasitud y suaviza la percepción

de los taninos, ayudando a destacar y lucir las mejores cualidades del vino. Esta es otra razón para utilizar la experiencia del vino como un poderoso precedente en el desarrollo de los quesos chilenos con Denominación de Origen.

Para finalizar detengámonos en las palabras de Víctor Esnaola, Director de Odepa, quien asevera que “se puede ser optimista respecto al futuro, y quizás algún día Chile pueda ser famoso, sino por la cantidad de quesos que produzca, por la calidad y diversidad de sus productos” (Esnaola, 2013: 13).

Bibliografía

Aguilera, P. (2016). “El queso de Chanco: un producto típico de la industria popular de Chile (siglos XVIII y XIX)”. *RIVAR* 3(8): 41-63.

Alim'agri, Ministerio de Agricultura y Alimentación de la República Francesa. (2015). *Les appellations d'origine protégées (AOP) pour les produits agricoles et les denrées alimentaires* [en línea] <http://agriculture.gouv.fr/les-appellations-dorigine-protegees-aop-pour-les-produits-agricoles-et-les-denrees-alimentaires> (consultado 2-11-2017).

Arancibia, M. (2016). “La importancia de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas para la identidad país”. *RIVAR* 3(8): 267-283.

Association Suisse des AOP-IGP. (2017). *Produits AOP-IGP* [en línea] <http://www.aop-igp.ch/produits/produits> (consultado 4-11-2017).

Associazione Formaggi Italiani DOP. (s/f). *Formaggi DOP: le eccellenze casearie italiane*. [en línea] Disponible en <<http://www.afidop.it/formaggi>> (consultado 5-11-2017).

Belmar, C. (2016). “Las denominaciones de origen en Chile: desarrollo y perspectivas”. *RIVAR* 3(8): 253-266.

Buitrago, A. (2014). *La vitivinicultura emergente en Bolivia y las oportunidades para el Singani*. *RIVAR* 1(2): 90-102.

Bustamante, E. (2016). “La yerba mate argentina y las Denominaciones de Origen” [en línea] https://www.clarin.com/rural/yerba-mate-argentina-denominaciones-origen_0_Vk-1jDHmZ.html (consultado 3-11-2017).

Castro, A., Pszczółkowski, P., Mujica, F., Lacoste, P., Núñez, E., Cofré, C., Adunka, M. y Soto, N. (2016). “El pajarete de Huasco y Elqui (Chile). Historia de un vino escogido”. *Idesia* 34(4): 85-99.

Castro, A., Mujica, F. y Cussen, F. (2017). “Chamantos y mantas corraleras de Doñihue: ascenso y consolidación de un textil con DO (1917-2016)”. *RIVAR* 4(11): 4-30.

Carduza, F., Champredonde, M. y Casabianca, F. (2016). “Paneles de evaluación sensorial en la identificación y caracterización de alimentos típicos. Aprendizajes a partir de la construcción de la IG del Salame de Colonia Caroya, Argentina”. *RIVAR* 3(8): 24-40.

Chef&Hotel. (2017). *Estudio Gourmet* [en línea] <http://www.chefandhotel.cl/noticias/estudio-gourmet> (consultado 2-11-2017).

CIKATO. (2014). *Sistema de Denominaciones de Origen en Uruguay* [en línea] <http://www.cikato.com/areas-de-practica/marcas-y-patentes/marcas-y-denominaciones-de-origen/sistema-de-denominaciones-de-origen-en-uruguay/> (consultado 2-11-2017).

Cofré, P. (2001). *Producción de cabras lecheras*. Boletín INIA número 66. Disponible en <<http://www2.inia.cl/medios/biblioteca/boletines/NR28591.pdf>> (consultado 2-11-2017).

De Sousa, A. (2015). “Denominaciones de Origen en Brasil: situación actual. Su desarrollo: jurisprudencia y avances de los productores”. *RIVAR* 2(5): 1-21.

Diario Estrategia. (2017). *Chile lidera en consumo per cápita de quesos en América Latina* [en línea] www.estrategia.cl/docto.aspx?param=32565 (consultado 2-11-2017).

Dirección de Signos Distintivos del Instituto de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Gobierno del Perú. (s/f). *INDECOPI: Presentación* [en línea] <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/presentacion> (consultado 5-11-2017).

Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (Dinapi). Gobierno de Paraguay. (s/f). *Las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen*. [en línea] <https://www.dinapi.gov.py/index.php/las-indicaciones-geograficas-y-las-denominaciones-de-origen> (consultado 2-11-2017).

Esnaola, V. (2013). *Queso 2013: aumentan la producción, las importaciones y el consumo*. Odepa, Ministerio de Agricultura, Gobierno de Chile [en línea] <http://www.odepa.cl/odepaweb/publicaciones/doc/11758.pdf> (consultado 3-11-2017).

European Commission. (2017). *Agriculture and Rural Development - Quality Policy: EU quality logos* [en línea] https://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes_en (consultado 3-11-2017).

Fromages de Suisse. (2017). *Quest ce qu'un fromage d'alpage?* [en línea]. <http://www.fromagesdesuisse.fr/news-events/actualites/fromage-dalpage.html> (consultado el 1-11-2017).

Industria y Comercio - Superintendencia de Colombia. (s/f). *Productos con denominación de origen* [en línea] <http://www.sic.gov.co/productos-con-denominacion-de-origen> (consultado 3-11-2017).

Institut National de l'Origine et de la Qualité. (2016). *Les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine*. Ministerio de la Agricultura y la Alimentación de la República Francesa [en línea] <http://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origineSIQO> y

<https://www.inao.gouv.fr/Les-formationen-de-l-institut-national-de-l-origine-et-de-la-qualite-INAO/Terroir-et-appellation-d-origine> (consultado 2-11-2017).

Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI). (s/f). *Sello de origen: productos registrados y en proceso* [en línea] <http://www.sellodeorigen.cl/611/w3-propertyvalue-4455.html> y <http://www.sellodeorigen.cl/611/w3-channel.html> (consultado 3-11-2017).

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI). (s/f). La Institución. [en línea] <http://www.sellodeorigen.cl/611/w3-propertyvalue-4455.html> (consultado 3-11-2017).

International Dairy Federation and Statistics de Canadá. (2014). *Cheese Consumption by Country*. [en línea] http://www.dairyinfo.gc.ca/index_e.php (consultado 3-11-2017).

Lacoste, P. (2017). “El queso de Tañ del Valle y el despertar de la cultura del queso en Argentina”. *Idesia* 35(1): 87-95

Lacoste, P., Castro, A., Soto, N., Rendón, B., Jeffs, J., Pszczółkowski, P., Aguilera, P. y Adunka, M. (2016). “Asoleado de Cauquenes y Concepción: apogeo y decadencia de un vino chileno con Denominación de Origen”. *Idesia* 34(1): 85-99.

Lacoste, P. y Adunka, M. (2017). “Sal de Cáhuil, cordero de secano y queso de Chanco: aportes para el estudio de patrimonio gastronómico y cultural de Chile”. *Idesia* 35(3).

L’Etivaz AOC. (2010). *La coopérative* [en línea] <http://www.etivaz-aoc.ch/letivaz/la-cooperative> (consultado 3-11-2017).

Martins, M. (2009). *Certificando el origen: las indicaciones geográficas de Brasil*. Instituto de Economía Agrícola, Gobierno del Estado de São Paulo [en línea] <http://www.ica.sp.gov.br/out/LerTexto.php?codTexto=11744> (consultado 3-11-2017).

Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente del Gobierno de España. (s/f). *Catálogo electrónico de quesos de España* [en línea] http://www.alimentacion.es/es/conoce_lo_que_comes/bloc/queso/default/buscador-queso/default.aspx (consultado 5-11-2017).

Ministerio de Agroindustria de la República Argentina. (s/f). *Indicación geográfica y denominación de origen* [en línea] <http://www.agroindustria.gov.ar/secretodeorigen/#productos> (consultado 1-11-2017).

Modica, F. (s/f). *Ley sobre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen* [en línea] <http://www.pj.gov.py/ebook/monografias/nacional/marcas/Fabrizio-Modica-Ley-sobre-Indicaciones-Geogr%C3%A1ficas-y-Denominaciones-de-Origen.pdf> (consultado 5-11-2017).

Municipalidad de Illapel. (2014). *Día de la Trashumancia y el Criancero Caprino 2014* [en línea] <http://www.municipalidadillapel.cl/trashu/sitio/> (consultado 5-11-2017).

Pszczółkowski, P. y Lacoste, P. (2016). “Variedades criollas, una oportunidad para el pisco de Chile”. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias* 48(1): 239-251.

Reginato, L. (2017). “La Indicación Geográfica (IG) Paraje Altamira: consideraciones generales”. *RIVAR* 4(12): 179-188.

Rojas, G. (2016). “Sobre la necesidad de avanzar hacia un sistema de DO para el vino chileno”. *RIVAR* 3(8): 145-173.

Rojas, G. (2015). “Patrimonio e identidad vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile”. *RIVAR* 2(4): 88-105.

Rolfini, V. (2014). *¿Cuál es la realidad de las DOC en Venezuela?* [en línea] <http://www.eluniversal.com/vida/gastronomia/141111/cual-es-la-realidad-de-las-doc-en-venezuela> (consultado 5-11-2017).

OCDE-FAO. (2015). *Perspectivas Agrícolas 2015* [en línea] <http://www.fao.org/3/a-i4738s/i4738s07.pdf> (consultado 3-11-2017).

Office du Tourisme du Canton de Vaud. (s/f). *Desalpe in l'Etivaz* [en línea] <https://www.region-du-leman.ch/en/P1125/desalpe-in-l-etivaz> (consultado 3-11-2017).

Quezada, Ignacio. (2013). “Tendencias mundiales del consumo de quesos y su comercialización”. *Agrimundo* - Reporte nº 3 [en línea] http://www.agrimundo.cl/wp-content/uploads/131202_reporte_leche_n3.pdf (consultado 2-11-2017).

Servicio Nacional de Propiedad Intelectual, Estado Plurinacional de Bolivia. (s/f). *Guía de denominaciones de origen* [en línea] <http://www.senapi.gob.bo/manuales/guia-DenominacionesOrigen.pdf> (consultado 3-11-2017).

* * *

RECIBIDO: 10-10-2017

APROBADO: 24-1-2018