

LÍMITES Y POTENCIALIDADES DE LAS ACREDITACIONES DE CALIDAD: LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA DEL QUESO DE CABRALES DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS, ESPAÑA¹

María González Álvarez²
Cecilia Díaz-Méndez³

RESUMEN: En los últimos años se han incrementado las certificaciones de calidad alimentaria, (Certificaciones de calidad o Marcas de conformidad; Certificados de productos ecológicos; Denominaciones de origen y similares; Especialidades Tradicionales Garantizadas; Marcas de Garantía; Certificados de Proyectos de I+D+i) siendo varios los motivos de esta proliferación. Desde la preocupación de los consumidores a la garantía de supervivencia de un producto determinado, lo cierto es que estos distintivos de calidad se han vuelto particularmente importantes para la comercialización de productos alimentarios. Las instituciones promueven estos sellos de calidad considerando que constituyen un motor importante para el desarrollo rural y que tienen una amplia incidencia en la dinamización del entorno en el que se obtienen. En una nueva etapa, donde las empresas alimentarias se ven forzadas a buscar la diferenciación para la supervivencia, una de las principales estrategias utilizadas es la obtención de la Denominación de Origen (D.O.P.). La importancia en la comercialización de quesos con D.O.P. se refleja en las oportunidades que estos productos alcanzan en los mercados internacionales, pero a veces los conflictos de interés entre los agentes que forman la cadena o la creación de nuevos escenarios de poder, evitan el total cumplimiento de expectativas depositadas sobre la certificación. Este es el caso de estudio que nos ocupa, el queso con denominación de origen protegida Cabrales (D.O.P.) en Asturias (España), donde los distintos conflictos entre los agentes sobre los que se articula la acreditación de calidad se pueden señalar como causas de éxito y/o fracaso de estrategias conjuntas de desarrollo y supervivencia.

Palabras clave: alimentación local, conflictos alimentarios, calidad alimentaria, denominación de origen.

LIMITS AND POTENTIALITIES OF QUALITY ACCREDITATIONS: CABRALES CHEESE PDO OF ASTURIAS, SPAIN

ABSTRACT: Various reasons account for the recent increase in food quality certifications (certificates of quality or marks of conformity, certificates of organic products, denominations or origin or similar, traditional specialty guaranteed, warranty labels, RDI project certificates). From the concern of consumers to the guarantee for product survival, the fact is that these quality marks have become particularly important for the marketing of food products. Moreover, the Institutions promote quality labels based on the idea that the certifications could obtain rural development and would have a wide impact in stimulating environment in which they are obtained. In this new step, where food companies are forced to obtain the differentiation for survival, one of the main strategies used is to obtain the PDO. The importance in marketing cheese with Denomination of Origin is reflected in the opportunities that these products reach in international markets, but sometimes conflicts of interest between the agents forming the chain or the emergence of new power scenarios hinder full compliance with expectations placed on the certification. This is the case of the Cabrales cheese certified with denomination of origin and produced in Asturias (Spain), where the various conflicts between the agents involved in the quality accreditation framework can be noted as causes of failure and/or success of joint development and survival strategies.

Key-words: local food, food conflict, quality, denomination of origin.

JEL Classification: Q13, Q17, Q18.

¹El presente trabajo se inscribe en el Proyecto I+D "La producción de calidad: nuevas estrategias rurales para nuevos consumidores" (CSO2010-22074-C03-01) financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y Fondos FEDER. Grupo TECUDE (SEJ-418) y dirigido por Encarnación Aguilar (Universidad de Sevilla). Registrado no CCTC, REA-40/2012.

²Licenciada en Historia por la Universidad de Oviedo y actualmente escribe su tesis doctoral "Agroindustria y desarrollo en el mundo rural asturiano" en el departamento de Sociología de la Universidad de Oviedo bajo la dirección de la profesora Cecilia Díaz-Méndez, Avilés, España (e-mail: gsociologiaali@uniovi.es).

³Doctora en Sociología por la Universidad de Oviedo. Imparte docencia en Sociología del Consumo en el Departamento de Sociología desde 1996. Dirige el grupo de investigación *Sociología de la alimentación*, Oviedo, España (e-mail: cecilia@uniovi.es).

1 - CONCEPTO Y EXPECTATIVAS DE CALIDAD ALIMENTARIA. LA PERSPECTIVA DE EMPRESAS, CONSUMIDORES E INSTITUCIONES LOCALES Y REGIONALES

1.1 - Empresas

En los últimos años las certificaciones se han convertido en un elemento básico para las empresas y organizaciones, y el sector agroalimentario no ha sido una excepción. Pueden utilizarse con la intención de obtener prestigio, demostrar la calidad, etc. Para su obtención es preciso que un organismo autónomo garantice sus productos, procesos o trabajadores (MIRANDA GONZÁLEZ; CHAMORRO MERA; RUBIO LA COBA, 2004).

En la actual coyuntura las certificaciones suponen no solo un valor agregado en el mercado sino que en ocasiones se convierten en un requisito para participar en él, debido a la valoración que los consumidores hacen de las mismas. Además, existen otros aspectos como los efectos de la producción sobre el medio ambiente que también se consideran para su tramitación. Por lo tanto, el interés de las empresas en contar con una denominación de calidad es comprensible, ya que les permite ser competitivas en los mercados internacionales al mismo tiempo que se adaptan a las necesidades de los clientes. De este modo la calidad adquiere la dualidad de convertirse en una cuestión de supervivencia así como de una estrategia a largo plazo (CALDENTNEY ALBERT; GÓMEZ MUÑOZ, 1996).

Esto implica que, además de cumplir los requisitos legales, y de responder a la estrategia competitiva de las empresas, es necesario que se garantice la seguridad alimentaria, orientando la producción hacia las demandas de los consumidores. Es por este motivo que es tan importante conocer las percepciones de los mismos, siendo el origen un excelente generador de percepciones imágenes.

La información que se facilita a los consumidores es un aspecto indispensable para ganar la confianza del consumidor, pues transmite seguridad y calidad en el producto. Es también una

de las consideraciones que los consumidores esgrimen para la elección de un producto alimentario, pues como se ha visto para el caso de productos como el aceite de oliva, el origen otorga no solamente un respaldo oficial al producto, sino también sensorial (DEKHILLI; SIREIX; COHEN, 2011). Además, al explorar el interés de los consumidores por la trazabilidad, se detecta un relevante peso del origen del producto cuando éste viene acreditado por indicativos de calidad, como se ha visto en el caso de la carne (VERBEKE; WARD, 2006) o recientemente en el del jamón ibérico (AMAYA CORCHUELO; AGUILAR CRIADO, 2012).

A pesar de estas claras relaciones entre consumidor y producto, el problema tradicional con el que se ha encontrado el productor es que su enfoque se sustenta en sacar productos al mercado, con frecuencia indiferente a las demandas de los consumidores. Como afirman algunos autores, ha existido siempre una orientación al rendimiento y se pretende producir aquello que puede ser vendido sin analizar a fondo el carácter de la demanda (ARRIBAS VERA, 2005).

Podemos considerar el punto de vista empresarial como la forma más sencilla de analizar el mercado que al consumidor, ya que para la empresa "calidad es, lo que el consumidor percibe", mientras que para el consumidor no existe un concepto homogéneo de calidad. Esto supone encontrar ligado a la calidad, atributos tan dispares como la ecología, la relación calidad/precio, la procedencia, la marca, el sabor y/o la seguridad, como se ha visto en el caso español (ARRIBAS VERA, 2005), pero también en otros contextos sociales, como en los estudios sobre calidad en la alimentación realizados en Francia (CREDOC; 2001).

1.2 - Consumidores

Calidad también es para el consumidor un concepto asociado a lo natural, tradicional y artesano, por lo que raramente los consumidores vinculan un producto industrial con un producto de calidad. Esto constituye a menudo un punto de enfrenta-

miento con el concepto de calidad empresarial en el que la producción industrial permanentemente ligada a la seguridad sí es sinónimo de calidad. Esta idea sustentada en los exhaustivos controles a los que se ve sometida la producción industrial, suele encontrar dificultades para su acoplamiento a la hora de producir alimentos artesanales. Esto se debe a que la idea de los consumidores acerca de conceptos como “natural” se basa en composiciones ideales de la alimentación relacionando un producto con “salud”, “rural”, “autenticidad”, “origen” e “identidad” (ESPEITX, 1996, p. 87), todo un entramado de significados que, sin que para el consumidor sean contradictorias, hacen de sus elecciones alimentarias un universo de complejidad conceptual incomprensible para los productores.

Se podría entender por alimento artesano aquel que se obtiene de modo no industrial. Sin embargo, esta definición solo hace referencia a la no mecanización de su obtención, y en el imaginario colectivo, lo artesano está vinculado a la tradición y la naturaleza, evocando una forma de vida opuesta al medio urbano e industrial (EXPEITX, 1996, p. 5; AGUILAR CRIADO, 1995).

El producto tradicional por su parte, sin ser necesariamente un producto artesano, es aquel cuya obtención no ha sufrido modificaciones en la forma de producción. Estos alimentos vinculados al territorio en el que se producen son, sin embargo, productos modernos, ya que los requisitos sanitarios actuales así como la trazabilidad o la seguridad, demandadas por los consumidores, impiden que su obtención sea igual que la forma realmente “tradicional”.

Nuevamente se incide en la exigencia de seguridad alimentaria por parte de los consumidores. Esto se explica al menos por dos factores: la desconfianza generada hacia la industrialización y la concienciación frente a la economía global. El consumidor ha pasado de ser un espectador pasivo a un agente activo y reflexivo dentro de la cadena agroalimentaria. Además, los consumidores activos suelen mostrarse solidarios con los productores locales a quienes consideran “víctimas” de la economía globalizada. De este modo la procedencia del producto

acaba convirtiéndose en un reclamo.

Existen otros motores socioeconómicos que ayudan a comprender el boom de los alimentos vinculados a un territorio. A raíz de la crisis económica se ha desarrollado un proteccionismo que da lugar a un nuevo comportamiento de compra-venta de un producto. La vinculación entre un alimento y una región se convierte automáticamente en un certificado de calidad. Esto genera determinados comportamientos de compra por considerar que alimentos de una determinada zona geográfica tienen unas mejores cualidades, no solo de seguridad alimentaria sino también en lo que se refiere a sus características organolépticas.

El éxito de esta producción alimentaria tiene como punto de partida distintas corrientes y motivaciones, sin embargo es preciso no pasar por alto las nuevas formas de desarrollo económico llevadas a cabo en las zonas rurales. Estas nuevas economías vinculadas al ocio, iniciativas como el turismo rural o las rutas gastronómicas, parten al igual que las anteriores, de la confrontación entre el mundo rural y el urbano. Podemos entender este turismo rural y agroalimentario como una representación o construcción del imaginario rural, que consigue que sujetos sin ninguna relación con el medio rural en el que se encuentran perciban la “identidad” que del producto le hacen llegar los establecimientos que visite durante su estancia. Esta situación ha sido detectada y estimulada en los últimos años por muchas instituciones públicas y privadas a través de la asignación de distintivos de calidad, como una forma de atraer clientes. Estas calificaciones permitirían garantizar no solo la calidad, sino la “autenticidad” de sus productos, al tiempo que consiguen preservar la “identidad cultural” y la supervivencia de un alimento específico mediante la divulgación del mismo (AGUILAR CRIADO, 1995; ESPEITX, 1996).

1.3 - Instituciones Locales y Regionales

Son muchas las instituciones que promueven la constitución de las certificaciones alimentarias al

poder suponer un impulso al desarrollo rural de determinadas zonas en declive. Este concepto de desarrollo es, al igual que la noción de calidad, muy difícil de cuantificar. De una manera simplificada se puede entender por desarrollo rural, el proceso de cambio social y crecimiento económico sostenible cuya finalidad es la mejora de las condiciones de vida de los habitantes de las zonas rurales, implicando un incremento de la renta per cápita, así como de las condiciones de vida de sus habitantes y sus posibilidades laborales, teniendo como referencia la conservación de los recursos naturales del medio en el que se desarrollan (SANCHO COMÍNS; MARTÍBEZ; MARTÍN, 2002, p. 81). Este proceso tiene que contar con la participación activa de la población así como con actuaciones de las administraciones y otras instituciones para promover y garantizar su ejecución. El objetivo es reestructurar el sistema económico de las zonas rurales desarrollando determinadas estrategias empresariales ajustadas a las aptitudes del territorio en el que se llevan a cabo (AGUILAR CRIADO, 2007).

En este contexto las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) han sido uno de los recursos promovidos desde las administraciones para fomentar el desarrollo rural ya que permiten además vincular un alimento de calidad al medio en el que se adscriben. Las DOP suponen también el reconocimiento de una calidad diferenciada directamente relacionada con el medio geográfico en el que se obtienen y que tiene en consecuencia unas características propias y diferenciadas. Son además una garantía de supervivencia del producto según la forma tradicional de obtención ya que se facilita un marco legal de protección.

Por lo tanto, pese a las diferencias entre la calidad percibida desde el punto de vista del consumidor y el empresario, hay un tipo de certificación en la que ambas mentalidades convergen y que es a su vez complementario del interés de las instituciones locales y regionales: la Denominación de Origen Protegida.

En teoría, la implicación de las instituciones en su obtención debería garantizar la promoción y difusión del producto de modo que este consiguiese

una relevancia que de otra forma no sería capaz de obtener. Desde el punto de vista empresarial, al constituir un distintivo de calidad y una estrategia de diferenciación en sí mismas, deberían permitir la apertura a unos mercados cada vez más competitivos e internacionalizados. Para los consumidores, al ser un indicativo de calidad, deberían constituir una marca de seguridad y confianza. Permitiendo además, a los consumidores identificarse con los productores locales y sirviendo como acicate para la atracción del turismo a las zonas rurales.

Las DOP deben ser al mismo tiempo locales e internacionales; símbolos de la tradición y de la innovación; representantes de la ruralidad y del turismo globalizado. La convergencia de todas estas expectativas hace de estas certificaciones una contradicción en sí mismas por lo que las dificultades para la consecución del éxito aumentan tal y como se refleja en el estudio llevado a cabo en la DOP Queso Cabrales.

2 - LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA (DOP) COMO RECONOCIMIENTO DE CALIDAD DIFERENCIADA. EL CASO DE LA DOP QUESO CABRALES

Asturias es la región española que cuenta con mayor número de certificaciones en quesos de toda España, concretamente Denominación de Origen Protegida (DOP) Casín, DOP Afuega'l pitu, DOP Gamonéu, Indicación Geográfica Protegida (IGP) Los Beyos y DOP Cabrales.

El trabajo que aquí presentamos es un estudio, aún no finalizado, acerca de las relaciones entre los agentes de la cadena agroalimentaria de los quesos con acreditaciones de calidad del Principado de Asturias. Presentamos en este texto los resultados referidos al producto que cuenta con mayor tradición, el queso de Cabrales, y ofreceremos la información de dos de los agentes principales, productores de leche y/o elaboradores del queso. Con ello pretendemos mostrar la visión que tienen de sí mismos dentro de esta cadena y explorar, en particular, la

forma en la que se relacionan las opiniones de unos sobre el resto de los agentes y, especialmente, los conflictos que subyacen a esta relación.

2.1 - Metodología

La metodología utilizada ha sido la entrevista en profundidad. Para desentrañar las relaciones y valoraciones que los agentes de la cadena hacen de su papel y del rol de los demás miembros, consideramos varios aspectos que permiten analizar la información de manera parcial y a la vez complementaria: La creación y desarrollo de las estructuras de poder en el proceso de acreditación, los cambios en los roles y las funciones de los agentes implicados y los discursos referidos a las implicaciones sobre el territorio rural en el que se producen los quesos. Hemos optado por exponer nuestros hallazgos a través del desarrollo del propio proceso de creación y cambio de la D.O.P. Cabrales, pues, resulta más ilustrativo de las relaciones entre los agentes implicados y los cambios de poder que se van produciendo desde el inicio en 1981 hasta 2011. Se cuenta hasta el momento con 18 entrevistas, 16 de ellas a queseros y/o productores lácteos y 2 al personal técnico del Consejo regulador.

La elección de los entrevistados ha tenido como referencia varios criterios. En primer lugar la inclusión de los tres tipos diferentes de productores:

- Ganaderos: Productores de leche. No elaboran queso. Hay un total de 19 ganaderos registrados.
- Quesero que cuenta con ganadería propia para la elaboración del queso. 23 inscritos pertenecen a esta tipología.
- Queseros: Elaboradores de queso. No cuentan con ganadería propia. Es la forma más minoritaria existiendo con solo 8 registros.

En segundo lugar, se ha considerado el tamaño de la explotación buscando casos que reflejen la diversidad existente en el territorio. En tercer lugar, la distribución de las explotaciones en el municipio, considerando en particular la inclusión de ganaderías/queserías/cuevas que se encuentran ubicadas

dentro del parque nacional o fuera de él. En el caso de las entrevistas a los miembros de los órganos de gestión se ha incluido una entrevista a un gestor/productor y una segunda a un gestor no implicado en la actividad.

Se utilizan dos cuestionarios diferenciados pero con contenidos similares para obtener una visión más completa de los diferentes puntos de vista entre los miembros (queseros y ganaderos) y el consejo regulador. Se pretende de este modo no solamente detectar los conflictos entre los agentes, sino también observar y analizar los puntos débiles o fuertes de la cadena. El cuestionario se dividió en diferentes partes. Se realizan preguntas acerca de la trayectoria de la empresa así como del entrevistado (año de creación de la empresa, tradición familiar asociada al queso Cabrales, trabajos anteriores, etc.) En función de la antigüedad de la empresa se consulta si ha elaborado queso antes de la consolidación de la DOP, así como de sus motivaciones para adscribirse a la misma. En caso de que la quesería sea anterior a la DOP, se pregunta por los principales cambios desde su ingreso en la denominación, así como las ventajas y desventajas que supone para su empresa. Una vez identificado el tipo de miembro y la trayectoria familiar o no de la empresa, se solicita información sobre su forma de abastecimiento y distribución en caso de ser elaborador o la forma de venta de la leche en caso de ser ganadero (a una corporación o venta directa a queseros).

Posteriormente se realizan algunas cuestiones como la formación específica (parece ser uno de los principales problemas del sector, la falta de especialización etc.), así como otras relativas a la percepción que las empresas tienen de sus propios consumidores, la existencia de falsificaciones o la detección de problemas o mejoras, asociados al queso, su producción o elaboración. Se plantean preguntas acerca de la influencia que a su modo de ver tiene el queso Cabrales en la región (creación de empleo indirecto, atracción de turismo, etc.). El cuestionario finaliza preguntando al quesero o ganadero acerca de su percepción del pasado, presente y futuro tanto de su producción como de la DOP.

Para el cuestionario de la entrevista a los miembros del consejo regulador se toma como base el cuestionario de los anteriores, pero añadiendo aspectos que permitan conocer la existencia de asociaciones previas o aquellas iniciativas que permitieron la fundación de la DOP, saber quiénes han sido los impulsores, y/o si hay otras figuras que colaboren en la promoción del queso sin formar parte de la denominación (cofradías, asociaciones, etc). Los aspectos más diferenciados con el cuestionario de miembros son aquellos que tratan sobre la creación, consolidación y trayectoria de la DOP, así como conocer las dificultades que supuso y supone su imposición y control.

También se han realizado consultas sobre consumidores y sobre los distintos beneficiarios tangenciales de la DOP y del desarrollo rural.

2.2 - Obtención de la Denominación de Origen Protegida "Cabrales"

La obtención de la certificación DOP Cabrales data de 1981, aunque fue en 1979 el primer ayuntamiento democrático en Cabrales quien la solicita al Ministerio de Agricultura. En estos inicios, el objetivo principal sobre el que se sustenta la solicitud fue acabar con las falsificaciones del producto, ya que había proliferado la venta de quesos azules traídos de Europa que llegaban al mercado envueltos en las tradicionales hojas de arce (en asturiano *plágano*, término empleado por los habitantes de la zona de Cabrales), imitando al tradicional queso Cabrales. (GONZÁLEZ PRIETO; CUERVO ARANGO, 2011)

La Legislación de la época estaba destinada a la protección de los productos vinícolas tal y como lo recogía la Ley 25/70 del Estatuto de la Viña, del Vino y los Alcoholes que regía la denominación de origen, sin embargo en sus disposiciones adicionales se contemplaba la posibilidad de hacer extensiva esta protección a otros productos agroalimentarios y será en 1974, cuando se publique el Real Decreto 3711/1974 de 20 de diciembre, que se dará protección al queso.

El 9 de mayo de 1981 el Ministerio de Agricultura mediante orden Ministerial reconoce la Denominación de Origen Cabrales de forma provisional. Este carácter temporal de la protección dio lugar a la formación de un Consejo Regulador, también provisional, formado por productores de leche, elaboradores y personal de la administración, que se encargaría de la redacción de una normativa básica de elaboración del queso.

Sin embargo la coyuntura política de la época va a suponer un cambio significativo entre la Denominación Protegida planteada originalmente y la resultante de forma definitiva, ya que en un principio la certificación debía aglutinar a queseros procedentes de los pueblos vecinos de Peñamellera Alta, concretamente Oceño, Rozagás y Cáraves, así como localidades pertenecientes a las provincias vecinas: Tresviso y Bejes en Cantabria y Caín en León. Todas ellas situadas dentro de los Picos de Europa y en las que tradicionalmente se elaboraban quesos azules de características similares al Cabrales (GONZÁLEZ PRIETO; CUERVO ARANGO, 2011). Sin embargo, las transferencias en ese mismo año de competencias del Estado a las autonomías y la falta de entendimiento entre administraciones regionales y locales acabaron restringiendo la certificación al concejo de Cabrales y Peñamellera Alta en la Comunidad Autónoma del Principado de Asturias.

En el Reglamento de la Denominación de Origen de Cabrales, además de limitarse al propio concejo la producción de la leche y elaboración del queso, se indicaba que la leche podía ser de vaca, cabra u oveja así como una mezcla de dos o tres leches. Recogía también la consideración del queso de tres leches como de mejor calidad y mayor tradición. Para certificar esta producción el tipo de leche utilizada en la elaboración debía ser recogida en la etiqueta. En el mismo artículo se asigna al consejo regulador la tarea de fomentar la creación y manutención de rebaños de oveja y cabra para mantener los estándares de calidad. Así mismo se recoge el tipo de alimentación que debe recibir el ganado, acorde a la tradicional y con preferencia de alimentación directa en los pastos de la zona. En la legisla-

ción se regula el proceso de obtención del queso, las características físicas y organolépticas que debe poseer y otros aspectos referidos al producto. El Consejo Regulador además de controlar la producción y calidad de los quesos elaborados bajo la denominación de Cabrales, estará así mismo encargado de la realización de censos de rebaños, ganaderos, queserías, cuevas de maduración y exportadores.

Se indica que la composición del Consejo Regulador, que da cuenta de los distintos agentes implicados en el proceso de acreditación, pues indican que ha de estar formada por un presidente designado por el Consejo de Gobierno del Principado de Asturias y propuesto por el Consejero de Agricultura. Este presidente sería seleccionado entre el grupo de queseros propuesto por los miembros del Consejo Regulador. Un vicepresidente, en representación de la Consejería de Industria y Comercio, designado y propuesto por el Consejo de Gobierno del Principado de Asturias así como dos vocales elegidos en representación de los ganaderos no elaboradores de queso, seis vocales en representación de los queseros seleccionados entre las personas físicas o jurídicas inscritas en el Consejo Regulador como tales y dos vocales técnicos designados por el Consejo de Gobierno del Principado de Asturias. Este personal técnico deberá tener conocimientos sobre ganadería e industrias lácteas (ASTURIAS, 1985).

2.3 - Primeras Dificultades del Cabrales

Entre 1981 y 1987 se pone en marcha la denominación que actúa a través del Consejo Regulador Provisional. Sin embargo no es hasta 1993 cuando se realiza la primera elección democrática del Consejo Regulador. Puede decirse que la tarea más ardua correspondió a este Consejo Provisional dado que se trataba de concienciar a los elaboradores tradicionales de la necesidad de implantar y aceptar las nuevas normativas así como la regulación de la Denominación de Origen. En esta época la población era bastante reacia a los controles e instrumentación

necesarios para el establecimiento de la certificación. De hecho fueron pocos los elaboradores y ganaderos que se inscribieron en el Consejo. Durante los primeros 15 meses solo 3500 quesos fueron certificados, la mayor parte de ellos por iniciativa de los intermediarios. (GONZÁLEZ PRIETO; CUERVO ARANGO, 2011, p. 103). Esto, sumado a la falta de información de los consumidores y a la falta de medios para el control, fueron las principales dificultades a las que se enfrentó la denominación en sus inicios. No será hasta 1987 que se sustituirá la tradicional hoja de arce por una envoltura de papel de aluminio verde. Esta hoja seguirá presente como símbolo del queso en el etiquetado que deberán llevar los quesos para la venta.

Los queseros también fueron en un principio reticentes a este cambio ya que lo consideraban un rechazo a la tradición. Además, existía la creencia de que el etiquetado confundiría a los consumidores ya que podría identificarse el Cabrales con un queso industrial en lugar de artesano. También es en este período que se realizan los estudios de viabilidad sobre las cuevas de maduración, y en el que se designó el sistema de identificación y control de los quesos que se recoge en el reglamento de la denominación (Artículo 33) y se controla trimestralmente la cantidad de leche producida en las explicaciones de los productores suministradores llevando un registro de la misma, así como de los quesos fabricados y los lugares de maduración. Se asignan también al Consejo Regulador las visitas a queserías, cuevas y locales de comercialización, así como el control de la normativa sanitaria vigente (ASTURIAS, 1985). Esta normativa, no obstante, no fue aceptada por la totalidad de los elaboradores hasta 1993, como ponen de manifiesto González Prieto y Cuervo Arango (2011).

2.4 - Segunda Fase de Implantación. El Plan para la mejora y potenciación del queso Cabrales y el Proyecto Queso Cabrales

En 1992 la Consejería de Medio Rural y Pesca publica el *Plan para la mejora y potenciación del queso Cabrales*. El planteamiento de esta medida partía de

los elevados costes de producción que se habían detectado. En este se recogía que, pese a que la producción lechera de la cabaña ganadera de vacas, ovejas y cabras superaba los cuatro millones de litros anuales, solamente 1.800.000 litros se destinaban a la obtención de queso, mientras que entre 1.500.000 y 2.000.000 se vendían a centrales lecheras y el resto se reservaba para consumo propio. Además, los 130 queseros inscritos solo producían unos 750kg anuales (GONZÁLEZ PRIETO; CUERVO ARANGO, 2011).

El planteamiento de la consejería era, en un principio, incrementar la cantidad y calidad de la leche, y sobre todo intentar destinar la totalidad de la leche producida en la elaboración del queso. Para ello se destinaron subvenciones a la implantación o ampliación de la ganadería, aunque como condiciones se señalaba la necesidad de adecuación de los pastos comunales así como el acondicionamiento de los establos a la normativa higiénico-sanitaria. También se recomendaba la instalación de nuevo equipamiento como el ordeño mecánico, el tanque de frío, etc.

El apartado de instalaciones también incluía a los queseros, quiénes debían contar con equipamiento acorde a la normativa europea. Esto incluía la obtención del Registro Sanitario para poder elaborar queso Cabrales. Además, se exigía la separación de la sala de elaboración, la necesidad del tanque de frío para la conservación de la leche y otras medidas relacionadas con los equipamientos. Se podrían acogerse a una subvención de hasta el 75% del coste de estas mejoras. Sin embargo, pese a lo bienintencionado del plan, los queseros acostumbrados a realizar el queso a modo tradicional en las cocinas de los hogares, no acogieron con los brazos abiertos esta medida sino que se enfrentaron abiertamente apoyados por el Ayuntamiento de Cabrales, de distinta ideología política que la Consejería, ante lo que consideraban el fin de la elaboración tradicional y artesanal del Cabrales.

Como era de esperar, pese a la inicial oposición, las queserías tuvieron que adaptarse a la normativa higiénico-sanitaria que se imponía desde Europa. Convencidos de la obligación de las nuevas

normas, los queseros fueron poco a poco resignándose a cumplir con las expectativas sanitarias propuestas.

En 1993, la Consejería de Agricultura y Pesca encarga la realización de un estudio (el *Proyecto Queso Cabrales*) en el que se recoge la escasa presencia del queso Cabrales en el mercado en comparación con otros quesos azules así como el bajo coste del producto. Esto suponía que los precios de venta del Cabrales se situaban entonces en torno a las 1.500 pesetas siendo el precio esperado en torno a las 2.500. Este bajo coste estaba motivado por la prioridad que los queseros daban a tener garantizada la venta del producto sobre el aumento del margen de beneficio. Esta situación daba lugar a un precio del queso Cabrales similar al de otros quesos de menor calidad y renombre y en muchas ocasiones procedentes de mercados extranjeros. Según este estudio, realizado por Serrano Guerra, tal y como nos resume González Prieto y Cuervo Arango (2011), el 20% de los queseros vendían directamente su producto, frente a un 50% que lo hacía a través de comercializadoras especializadas. El 30% restante lo hacía a través de intermediarios vinculados al conejo, a menudo también queseros, que ponían a la venta el producto en hostelería o mercados locales (GONZÁLEZ PRIETO; CUERVO ARANGO, 2011, p. 110).

2.5 - Normalización y Conflictos: el queso cabrales en la actualidad

En el año 2000, superada la fase de implantación de la normativa de la denominación, el consejo Regulador junto con la Consejería de Agricultura y Pesca del Principado de Asturias constituiría la Fundación para la Promoción y Difusión del Queso de Cabrales. Una de las primeras actuaciones fue la creación en 2001 de la Cueva Exposición con el objetivo de dar a conocer a los visitantes no solo la forma en que se elabora el queso, sino también las formas de vida asociadas a su obtención. Sin embargo, no acabaron aquí las dificultades y aunque en la actualidad la totalidad de los miembros de la certificación

asumen la necesidad e importancia de la normativa y la certificación, siguen existiendo conflictos de intereses entre los distintos agentes.

Es preciso aclarar que tanto el *Plan para la mejora y potenciación del queso Cabrales* como el *Proyecto Queso Cabrales* recogían en sus conclusiones la necesidad de que los productores y elaboradores adoptasen estrategias conjuntas de producción y comercialización respectivamente, que no acabaron de fraguar en la mentalidad de la población cabraliega. Los autores del *Libro del Cabrales. El sabor del saber*, plantean una interesante hipótesis sobre este fracaso. Dado que tradicionalmente las rentas del queso eran destinadas íntegramente a la familia en la que se elaboraba, los queseros se muestran reacios a modificar sus estrategias productivas motivadas por el objetivo de obtener beneficios económicos inmediatos. Esta hipótesis, aunque válida para explicar la reacción de los cabraliegos en época de bonanza, no parece suficiente en un contexto de crisis como el actual, en la que algunos de los queseros en activo se muestran escépticos sobre la continuidad de sus queserías ante las dificultades para mantener el ritmo de las ventas que legitimaron la actividad económica hasta este momento. La competencia entre miembros de la propia denominación es una característica común a otros productores de quesos de la Comunidad Autónoma de Asturias, pero en el caso del queso de Cabrales este problema se agudiza por la presencia en la zona de dos grandes empresas que pueden hacerse cargo de franjas más amplias del mercado.

Es necesario, en este punto, describir el perfil mayoritario de las queserías: suele tratarse de empresas familiares, donde a menudo las queserías cuentan con ganadería propia, lo que limita la producción de queso al dedicarse al menos una persona al cuidado de los animales. En los últimos años comienza a tomar relevancia otro perfil distinto al tradicional, el del quesero que únicamente hace queso prescindiendo de la ganadería propia y adquiriendo la leche a otros productos o abasteciéndose directamente en una empresa láctea local.

Desde el año 1993, tienen presencia en la zona

la Corporación Alimentaria Peñasanta (CAPSA) produciendo quesos en la denominada Cueva del Molín, y la Quesería del Cares, constituida en 1989 como cooperativa, y actualmente propiedad de COASA (Asociación de Queseros Artesanos). Ambas empresas son percibidas por las pequeñas queserías como competidoras desiguales, y los argumentos esgrimidos asocian la elaboración de los quesos de estas empresas a la modificación de la forma de elaboración tradicional que los productores pequeños afirman seguir. Aunque esto no ha sido confirmado, la Cooperativa del Cares llegó a ser la quesería con mayor producción de la zona y muchas queserías pequeñas desaparecieron. Sin embargo, no se observa que en la actualidad exista una monopolización del mercado por parte de estos productores. CAPSA comercializa el queso con su propia marca, lo que hace que no se relacione directamente con un proceso de elaboración tradicional, y la quesería del Cares, por su parte, dispone de su propia comercializadora. Pero además, la presencia de estos productores no parece haber repercutido en las ventas del resto de queseros de la denominación, por lo que, en principio, todo parece indicar que los temores de los pequeños elaboradores a este respecto, son infundados.

Los conflictos entre los productores de leche tienen, sin embargo, otro carácter. La mayoría de los productores no queseros están vinculados a la empresa CAPSA a la que entregan su producción láctea y de la que muchos de ellos son socios cooperativistas. Sin embargo, como se indicó en un principio, hay ganaderos que son al mismo tiempo productores de quesos, dualidad que no es del agrado de un aparte de los productores de leche que se sienten perjudicados dado que, a su juicio, los queseros que cuentan con ganadería podrían no declarar toda la leche producida en su explotación dando lugar a un número indeterminado de quesos puestos a la venta sin el control de la certificación. Este comportamiento, según los ganaderos, a corto-medio plazo acabaría perjudicando a la denominación. Por el contrario, la nueva generación de queseros ha adoptado el perfil de elaborador de queso que no produce su propia leche y se muestra más solidario con la gana-

dería al formar parte de un equipo del cual depende su propia supervivencia. Podemos decir que es más receptivo a la problemática de los ganaderos no queseros, probablemente por su propia dependencia para el abastecimiento de leche.

Las queserías “tradicionales”, cuyo perfil sería el señalado como de carácter familiar que dispondría de su propia ganadería, tienen una problemática específica al margen de los conflictos entre agentes que aquí mencionamos. Su verdadero problema es la falta de relevo generacional. Esta carencia de reemplazo parece ser característica únicamente de este perfil, pues tanto en la ganadería (que no es al tiempo quesería), como en la quesería (que no es al tiempo ganadería), sí se detectan motivación para la continuidad de la actividad económica familiar. Parece que la necesidad de un núcleo familiar que sustente el negocio es la clave de la falta de reproducción de estas explotaciones.

Otro de los puntos conflictivos señalados por algunos miembros es la creación de nuevas estructuras de poder en la denominación. Según parece, la posición en el Consejo Regulador puede favorecer las ventas del producto. Por este motivo, el hecho de que el presidente sea un quesoero puede significar una situación privilegiada respecto a la comercialización de los quesos. El hecho de que los pueblos del Municipio de Cabrales sean tan pequeños hace que las relaciones entre los quesoeros estén a menudo marcadas por vínculos familiares. Esta relación podría ser así mismo privilegiada para promocionar o vender los productos de quienes forman parte de un mismo linaje. Una opinión parecida se sostiene frente a la gestión de la Cueva-Exposición del Cabrales, donde se venden quesos y cremas de los quesoeros, ya que tampoco parece existir un equilibrio entre la presencia de unas u otras queserías, según apuntan algunos productores.

No podemos dejar de lado, aunque requiere un estudio en profundidad propio, un conflicto ya tradicional en las relaciones entre agentes. Aquellos conflictos que se producen en zonas naturales con algún tipo de protección. La zona de producción del queso de Cabrales se sitúa en el territorio del Parque

Nacional de los Picos de Europa, que fue el primer espacio protegido español declarado en 1918 y declarado Reserva de la Biosfera por la UNESCO en 2003. Los problemas referidos por los quesoeros no difieren de los que plantean los ganaderos de otras zonas españolas con protección territorial y tienen que ver, básicamente, con las restricciones de uso impuestas por esta protección. El aumento de la población de lobos estaría afectando a la producción de leche dado que hace disminuir la cabaña ganadera ovina y caprina. Así mismo influye también los tiempos de trabajo, ya que al no ser posible la suelta de estos animales sin vigilancia, y al no disponer las queserías de mayor personal, los animales deben estar estabulados con el consecuente aumento de alimentación y tiempo de trabajo. Pero también mencionan otros problemas. La sobrepoblación de herbívoros, como los rebecos, que al no estar controlados sanitariamente propagan enfermedades a la cabaña ganadera. Las restricciones de accesos a las poblaciones y la limitación de uso de pastos, cuerdas y cuevas, impide la ampliación o la reparación de instalaciones y caminos. En definitiva, los productores de la DOP manifiestan descontento pues consideran que se priorizan aspectos relacionados con el territorio sin dar respuesta a sus problemas económicos o sociales. Sienten aún más agravio al considerar que son los principales interesados en la conservación del entorno en el que desarrollan sus actividades.

A este respecto, hay que destacar la distinta percepción de la problemática asociada a Parques en función de que si el entrevistado se ve afectado directamente o no. Constituyendo un grupo diferenciado aquellos que pese a mantener una visión negativa de la gestión del Parque Nacional, no ven justificada la queja de quienes residen o se ven afectados en el mismo. Consideran que el ser receptores de subvenciones asociadas a la protección del territorio les deslegitima para cuestionar su gestión. Es una muestra más de la falta de empatía entre los agentes de la D.O.P.

Por último es importante destacar que las falsificaciones del queso, objetivo principal por el

que se solicita la denominación en el año 1979, siguen siendo un problema para el queso Cabrales. Aunque en un principio todos los miembros tienen clara la necesidad de seguir la normativa de la denominación y consideran que todos se ven perjudicados por la venta de falsificaciones bajo el nombre de Cabrales, éstas se siguen produciendo. Estas falsificaciones no se producen en el territorio de producción del queso Cabrales, ni son una práctica común en Asturias, pero los queseros afirman haberlas detectado en los mercados al aire libre fuera de la región. Se trata de ventas de queso azul que se hace pasar por Cabrales con el objetivo de obtener un mayor margen de beneficios en la venta.

3 - CONCLUSIONES: proyección y éxitos del queso Cabrales

Pese a que los conflictos latentes y manifiestos son una realidad en la denominación, es necesario hacer un repaso de sus principales logros que han justificado y justifican su protección y avalan el éxito de las iniciativas de protección de productos agroalimentarios diferenciados.

En la actualidad el número de queserías se reduce a 31, frente a las más de 150 que se registraban hace 20 años. Sin embargo, el volumen de producción ha aumentado de forma espectacular pasando de 107.172 kg en el año 1988 a 520.000 kg registrados en el año 2006, aunque en los últimos años haya habido un ligero descenso (457.740 kg en el año 2008). Pese al ostensible incremento de la producción, casi impensable al inicio de la denominación de origen, estas cifras apenas tienen relevancia en el marco nacional, situándose la producción de Cabrales en el 4,2% de los quesos con DOP, y en tan solo un 0,11% de la producción quesera española. Por ello, y aunque la producción quesera parece haber tocado techo, tendría cabida un incremento.

Los niveles de homogeneización conseguidos, los estándares de calidad y seguridad alimentaria, perseguidos tanto por las autoridades competentes como por los consumidores, han sido de sobra al-

canzados y ofrecen una excelente imagen de marca del queso de Cabrales. Además, garantizan al consumidor no solo el origen del producto, sino la seguridad y confianza necesarios para su adquisición.

La comercialización ha influido en el tamaño de los quesos y en la aparición de los nuevos formatos y derivados, como las cuñas o las cremas, lo que permite satisfacer tanto las demandas de los consumidores como de la distribución comercial. Son, pues, una clara muestra de la adaptación al mercado de un producto claramente marcado por la tradición en las formas de producción.

La irrupción de CAPSA en 1993, a pesar de los temores iniciales y las valoraciones no siempre favorables del sector, contribuyó a aumentar la producción de las queserías con capacidad productiva. También redujo progresivamente la presencia de pequeños elaboradores marginales que murieron al ritmo del envejecimiento de sus explotaciones (GONZÁLEZ PRIETO; CUERVO-ARANGO, 2011).

La DOP Cabrales, como fórmula de protección legal e institucional del producto, ha cumplido sus objetivos y lo ha hecho a través de una exitosa estrategia de diferenciación empresarial y comercial. Es evidente la ampliación de mercado obtenida con la difusión y promoción del queso y, suponemos, también la identificación diferenciadora del mismo. Quizás queda pendiente desarrollar una mayor internacionalización del producto.

Respecto a la garantía de supervivencia del producto es difícil evaluar el nivel de cumplimiento debido a que la DOP asegura, efectivamente, su supervivencia, pero no es posible garantizar, en la misma medida, la forma estrictamente tradicional de obtención. Hemos detectado, como se ha dicho, cambios en el perfil de los productores y elaboradores y también la normalización de los intermediarios para la comercialización del producto o el abastecimiento de materia prima. No podemos aventurar el resultado de estas transformaciones sobre los agentes y el efecto que tendrá a largo plazo sobre el producto.

No obstante, cabe destacar que los agentes entrevistados al ser consultados acerca del futuro de

sus empresas y/o explotaciones achacan una mayor incertidumbre a la coyuntura económica nacional e internacional más que a una mejor o peor gestión de la DOP.

Como motor de desarrollo y teniendo como objetivo la fijación de población y aumento de la empleabilidad la D.O.P. Cabrales tiene, necesariamente, un nivel de cumplimiento parcial. Ha creado empleo indirecto en las localidades de actuación ligado, no solo a la producción del propio queso, sino a la hostelería, el turismo y la artesanía. Pero la tendencia de declive de las ganaderías ha podido con muchas de ellas reduciendo el número de queserías de manera muy significativa.

Los conflictos que se dejan entrever en este texto y que en algunos casos no son latentes sino manifiestos, suponen una valoración subjetiva del proceso que ha avanzado positivamente hacia la aceptación del papel de los distintos agentes en la cadena agroalimentaria. Siguen presentes las diferencias de poder, pero el empoderamiento del productor es también un hecho evidente y el peso que ha adquirido con el paso de los años hace pensar que las desigualdades no se han acrecentado sino disminuido.

Teniendo en cuenta las suspicacias de algunos agentes acerca del ajuste entre la leche producida y los quesos elaborados, así como las clasificaciones que parecen producirse fuera de la región, podría ser interesante replantear los controles que permitan hacer del todo transparente la cadena agroalimentaria. Esta visibilidad en la trazabilidad del producto evitaría los conflictos que hemos detectado que subyacen a estas cuestiones.

No obstante, no podemos dejar de considerar que en este largo trayecto hacia la modernización han quedado abandonadas las formas más tradicionales de producción y también, por tratarse de un producto tradicional, las formas de vida que los sustentaban. La desaparición o las dificultades de reproducción social de las explotaciones más pequeñas, así como la progresiva especialización de los ganaderos hacia la producción exclusiva de queso, es un proceso que continuará socavando los cimien-

tos de las formas tradicionales de hacer queso de Cabrales.

Es fácil ver en el desarrollo de la D.O.P. Cabrales un ejemplo de la modernización agroalimentaria de la Europa del sur en los últimos años. Esto se hace patente también en la consolidación de nuevas formas de abastecimiento y elaboración, percibiéndose una segregación entre ganaderos y queseros cuando anteriormente ambas figuras estaban encarnadas en un solo agente. Intrínsecamente relacionado con esta diferenciación no es posible pasar por alto el afianzamiento de las figuras intermediarias como abastecedores o distribuidores.

La denominación como fórmula de protección ha servido a este territorio para afrontar las dificultades de continuidad de las zonas rurales en declive, aunque también muestra la forma en que la modernización agroganadera imprime unas pautas productivas que socavan los cimientos de la vida rural más tradicional.

LITERATURA CITADA

- AGUILAR CRIADO, E. Los procesos productivos artesanales. *Sociología del Trabajo*, n. 24, p. 39-74, 1995.
- _____. Productos locales, mercados globales: nuevas estrategias de desarrollo en el mundo rural. In: CAMPO, M. G. (Ed.). *Perspectivas teóricas en desarrollo local*, p. 145-170, 2007.
- AMAYA CORCHUELO, S.; AGUILAR CRIADO, E. Saberes locales, tradición e innovación: el caso del jamón ibérico de bellota. *Revista Nuevas tendencias en antropología*, n. 3, p. 109-136, 2012.
- ARRIBAS VERA, N. M. *La adopción de estrategias de calidad en la industria agroalimentaria española alternativas y consecuencias*. 2005. 282 p. Tesis (Doctora Ingeniera Agrónoma). Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos, Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, 2005.
- ASTURIAS. Decreto 22/1985, de 7 de marzo, por el que se aprueba el reglamento de la Denominación de Origen Cabrales y su Consejo Regulador. *Boletín Oficial*. Del principado de asturias y de la provincia. 7 mar. 1985.
- CALDENTEY ALBERT, P. Y.; GÓMEZ MUÑOZ, A. C. Productos típicos, territorio y competitividad. *Agricultura y sociedad*, n. 80-81, p. 57-82, 1996.

CENTRE DE RECHERCHE POUR L'ÉTUDE ET L'OBSERVATION DES CONDITIONS DE VIE – CREDOC. **Les français, la qualité de la alimentation et l'information**. Paris: Consommation et modes de vie, 2001.

DEKHILI, S.; SIREIX, L.; COHEN, E. How consumers choose olive oil: the importance of origin cues. **Food quality and preference**, Issue 22, pp. 757-762, 2011.

EXPEITX BERNAT, E. Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra. **Agricultura y Sociedad**, n. 80-81, pp. 83-116, jul./dic. 1996.

GONZÁLEZ PRIETO, L. A.; CUERVO-ARANGO, M. I. **El libro del cabrales**: el sabor del saber. Colombia: Consejo Regulador

y Fundación Cabrales. 2011.

MIRANDA GONZÁLEZ, F. J.; CHAMORRO MERA, A.; RUBIO LA COBA, S. **Clarificando el concepto de certificación**. Madrid: El caso español en Boletín económico de ICE, n. 2825, p. 9-17, 2004. (Información Comercial Española).

SANCHO COMÍNS, J.; MARTÍNEZ, J.; MARTÍN, M. A. **Necesidad de un marco jurídico para el desarrollo rural en España**. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas. 2002. 128 p.

VERBEKE, W.; WARD, R. W. Consumer interest in information cues denoting quality, traceability and origin: an application of ordered probit models to beef labels. **Food quality and preference**, n. 17, p. 453-467, 2006.

Recebido em 24/11/2012. Liberado para publicação em 10/06/2013.