



EL QUESO COTIJA, MÉXICO

***Un producto con marca colectiva queso “Cotija Región de origen”, en
proceso de adquisición de una Denominación de Origen***

**Consultoría realizada para la FAO y el IICA en el marco del estudio conjunto
sobre los productos de calidad vinculada al origen, por:**

Thomas Poméon
CIESTAAM, Universidad Autónoma Chapingo

Noviembre del 2007

Las opiniones expresadas en esta publicación son las de su(s) autor(es), y no reflejan necesariamente los puntos de vista de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, ni del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

Tabla de contenido

Siglas y glosario	4
Resumen	6
1. Introducción.....	6
1.1. Planteamiento del problema	6
1.2. Objetivos.....	8
1.3. Metodología.....	8
2. Marco institucional y legal en México: las denominaciones de origen y las marcas colectivas	9
2.1. El desarrollo del marco legal e institucional de las denominaciones de origen y marcas colectivas en México: convenios internacionales y dispositivos nacionales ...	9
2.2. Las condiciones de obtención de una denominación de origen o de una marca colectiva en México.....	11
2.2.1. Las Denominaciones de Origen.....	11
2.2.2. Las Marcas Colectivas.....	12
2.3. Consistencia del marco legal e institucional mexicano para la protección de productos cuya calidad se relaciona con su origen.....	14
2.3.1. Ventajas y límites de una denominación de origen y de una marca colectiva	14
2.3.2. Enseñanzas y reflexión a partir del caso de la DO Tequila.....	15
3. La zona geográfica y sus recursos específicos	16
3.1. Delimitación de la zona de producción del queso Cotija: la sierra de Jalmich	16
3.2. Historia de la sierra de Jalmich y del queso Cotija	18
3.3. Recursos territoriales y límites de la zona.	20
4. Caracterización del queso Cotija y de su mercado	21
4.1. Las especificidades del producto: un proceso productivo inscrito en su ámbito natural y socio-cultural	21
4.2. Comercialización del producto.....	24
4.2.1. El auge del queso Cotija	24
4.2.2. El deterioro de la posición del queso Cotija en el mercado.....	24
4.2.3. Nuevas oportunidades comerciales para el queso Cotija y proceso de calificación.....	25
4.3. El camino del queso Cotija: del anonimato a una marca colectiva reconocida	26
4.3.1. Origen del proceso de calificación: constataciones académicas	26
4.3.2. Los primeros pasos del proceso: movilización de los actores	27
4.3.3. El difícil camino para la protección comercial del queso Cotija.....	28
5. Los actores y la organización colectiva.....	30
5.1. La necesidad de incluir actores de todos los ámbitos para fomentar la interinstitucionalidad y la multidisciplinariedad.	30
5.2. Participación y organización de los productores: el difícil reto de romper con el individualismo histórico y cultural	33
5.2.1. Romper la tradición de aislamiento e individualismo de los rancheros para crear una dinámica colectiva	33

5.2.2.	Primeros logros en el proceso de organización de los productores.....	34
5.2.3.	Riesgos para el mantenimiento de la organización entre los productores: falta de liderazgo y de autonomía y asimetrías entre productores.....	35
5.3.	Alcances y límites en la coordinación de los actores y acciones colectivas...	36
5.3.1.	La Asociación Civil Pro Sierra de Jalmich, elemento central en la coordinación del proceso de calificación del queso Cotija.....	36
5.3.2.	La implicación de las instituciones públicas en el proceso	37
5.3.3.	Fuerzas y debilidades de la coordinación y de la acción colectiva	38
6.	Análisis, síntesis, y recomendaciones.....	40
6.1.	Impactos del proceso de calificación y de la obtención de la marca colectiva	40
6.2.	Perspectivas y recomendaciones	42

Siglas y glosario

- ADPIC: acuerdos sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Industrial Relacionados con el Comercio, firmado en el 2000 en el marco de la OMC.
- ARPQC: Asociación Regional de Productores de Queso Cotija, sociedad de producción rural de responsabilidad ilimitada que agrupa a 100 productores de queso Cotija de la sierra de Jalmich.
- Consejo Regulador: organismo del sector privado, autorizado por el Estado, que garantice el cumplimiento de una NOM en un denominación de origen. Es también encargado a promover la calidad y el prestigio del producto.
- DO: Denominación de origen; según el Arreglo de Lisboa, se trata de *“la denominación geográfica de un país, una región o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos”*
- EE.UU.: Estados Unidos de América.
- Grupos vecinales: grupos informales constituidos por 5 a 10 familias de productores de queso Cotija. Los 200 productores de la sierra de Jalmich forman un total de 25 grupos.
- IG: Indicación Geográfica. En este trabajo, se usa para designar el conjunto de signos o señales que permiten la protección de productos cuya calidad se relaciona con su origen.
- IMPI: Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual
- IP: Indicación de procedencia; indicación en un producto del lugar de donde procede.
- MC: marca colectiva, que según la ley mexicana es *“aquel signo visible que distingue en el mercado los productos y servicios de las asociaciones, sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, respecto de los productos o servicios de terceros”*.
- NOM: Normas Oficiales Mexicanas. Conforme a la Ley Federal sobre Metrología y Normalización es la regulación técnica de observancia obligatoria expedida por las dependencias competentes, que establece reglas, especificaciones, atributos, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como, aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado y las que se refieran a su cumplimiento o aplicación.
- OMC: Organización Mundial del Comercio.

- OMPI: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, a cargo de de varios convenios multilaterales sobre la propiedad industrial (convenio de Paris, arreglo de Lisboa, etc.).
- PSJ: asociación civil Pro Sierra de Jalmich, que agrupa a los diferentes actores involucrados en el proceso de calificación del queso Cotija.
- Rancho: unidad de producción agropecuaria, caracterizada por la pequeña propiedad privada, una población mestiza (los rancheros) y un padrón de poblamiento escaso y dispersos. En la sierra de Jalmich, se distinguen los ranchos de ordeña como los lugares donde se realiza el ordeño y se procesa el queso durante la estación de lluvia.
- Sierra de Jalmich: zona montañosa ubicada en la cuenca del río Tepalcatepec, entre los estados de Michoacán y de Jalisco, en México. Es la cuna y la zona de refugio del autentico queso Cotija.
- TLCAN: Tratado de Libre Comercio de América del Norte, entrado en vigor en 1994 y que integra a Canadá, los EE.UU. y México.
- TLCUEM: Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México. Entró en vigor en el 2000.

Resumen

México fue uno de los primeros países en reconocer y fomentar las indicaciones geográficas a través de las denominaciones de origen (DO). Luego se introdujo la figura de marcas colectivas (MC), que pueden también servir para la protección comercial de los productos cuya calidad se vincula con el origen. Sin embargo, en México no se tiene una gran experiencia sobre la protección de esos productos. El marco legal e institucional, sean las DO o las MC, es todavía incompleto y a veces ambiguo. Esa falta de experiencia es aun más fuerte en el caso de los productos alimenticios tradicionales, como el queso Cotija. Este queso es un producto típico de los ranchos de la sierra de Jalmich, en el Occidente de México, donde se produce desde más de 400 años. Las particularidades de la zona, de sus recursos y del proceso de producción confieren a ese queso una calidad específica, que lo distingue de las numerosas imitaciones, los quesos tipo Cotija. Sin embargo, frente a esa competencia, el queso genuino empezó a declinar hasta casi desaparecer. En base a esta constatación, dos académicos iniciaron un proceso de calificación, con el fin de obtener una DO. Lograron a motivar, movilizar e integrar muchos actores, en primer lugar los propios productores. El proceso de calificación requiere de hecho de grandes esfuerzos de coordinación de los diferentes actores, privados y públicos. Pero proteger un nombre no es suficiente. Eso debe ir de la mano con innovaciones técnicas que garantizan la calidad sin perder la tipicidad. También deben mejorar las condiciones generales de vida de los rancheros. Se trata entonces de un proceso integral de desarrollo y de calificación. Se obtuvo muchos logros, tanto en el reconocimiento del queso Cotija como en el mejoramiento de la situación de los productores y de la coordinación de los actores. El queso Cotija de la sierra de Jalmich obtuvo la MC “Cotija Región de origen” en el 2005. Pero no se logró a cumplir con la meta de conseguir la DO, la más adecuada para este tipo de producto, por el conflicto de interés creado por la existencia de un queso tipo Cotija muy difundido en todo México. Por otra parte, todavía se debe consolidar la coordinación de los actores y seguir avanzando en muchos aspectos. El ejemplo del queso Cotija vale como experiencia pionera en México de protección de un producto alimenticio tradicional.

1. Introducción

1.1. Planteamiento del problema

Este estudio se realizó en el marco de una consultoría de la FAO e IICA sobre los procesos de calificación y los sellos de calidad en relación con el origen en América Latina. Analiza el caso del queso Cotija, un queso añejado de forma cilíndrica de unos 20 Kg. Su producción tradicional se concentra ahora en una pequeña zona de la sierra del Occidente de México, la sierra de Jalmich. Pero existe “otra versión” de este queso, el queso que designaremos como queso tipo Cotija, del mismo formato, pero producido y elaborado en condiciones diferentes y con otro proceso. Su fabricación es difundida en casi toda la República, especialmente en el Occidente (Jalisco y Michoacán) y en el Sureste del país (Veracruz y Chiapas). Para diferenciar el queso Cotija genuino, se empezó un proceso de calificación que permitió la obtención de la marca colectiva “Cotija Región de origen” en el 2005. Es este proceso que vamos a estudiar en este documento.

El término “sello de calidad relacionado con el origen y las tradiciones” se utiliza en este trabajo con un sentido amplio para cubrir la diversidad de los medios existentes en los diferentes contextos nacionales para señalar al consumidor una calidad específica vinculada al origen. Así mismo se considera a la “indicación geográfica” (IG) como

aquel signo o señal que permite proteger la calidad o reputación del producto a través el derecho de propiedad intelectual. En ese sentido, se encuentran diferentes tipos de IG según el país: denominación de origen controlada (DOC), indicaciones geográficas protegida (IGP), y según el contexto institucional, también el derecho de las marcas puede permitir proteger una designación geográfica a través de marca colectiva (MC) o marca de certificación. Otros sellos definidos al nivel nacional pueden existir para caracterizar un vínculo entre un producto y su área de producción.

El proceso que conduce a la definición y caracterización de la calidad del producto y al reconocimiento y certificación del vínculo entre la calidad del producto y su origen se llama proceso de calificación.

Esta noción de IG ha generado una serie de debate sobre su definición y sus efectos, especialmente en el marco de las negociaciones de la OMC. De un lado, sus partidarios, encabezados por la Unión Europea, han desarrollado un marco legal e institucional complejo y específico para asegurar la protección de los productos con IG. Defienden el derecho para cada país de utilizar las IG para rescatar los patrimonios de sus regiones y ofrecer garantías al consumidor sobre origen y calidad de los productos. Consideran la IG como una alternativa de desarrollo socio-económico, especialmente en las zonas rurales y marginadas. Del otro lado, muchos países, principalmente los países anglosajones, no reconocen el concepto de IG ni su necesidad y lo consideran más bien como una barrera disfrazada al comercio libre. Entre los dos, existen diferentes posiciones intermedias, que reconocen y conciben de diversas maneras y con más o menos claridad las IG. En el caso de América Latina, muchos países no tienen marco legal claro sobre las IG. Por su parte, México reconoció hace varias décadas las denominaciones de origen, como firmante del Arreglo de Lisboa¹. La primera DO de origen mexicana fue en 1974 el Tequila, pero todavía no se desarrollaron muchas las DO y las MC y no son muy reconocidas en el país.

A final de los años 90', un grupo de académicos empezaron un proyecto para la obtención de una DO para un queso tradicional en riesgo de desaparecer, el queso Cotija, del nombre de un pueblo de la región de donde está originado. Frente a la competencia del queso "tipo" Cotija, en un mercado donde la diferenciación de los productos es a menudo limitada, la versión "original" del queso Cotija no podía competir en los mercados convencionales. Estaban en riesgo de desaparecer los últimos productores de queso Cotija, unas 200 familias rancheras "refugiadas" en la sierra de Jalmich, y con ellos un patrimonio territorial, sistemas de producción sustentables y alternativas de desarrollo para una región marginada. Con este proceso fue la primera vez que se intentó obtener en México una DO para un producto alimenticio artesanal, cuya calidad es muy fuertemente relacionada con su territorio de origen.

El proceso de calificación que se ha empezado a final de los años 90' ha permitido obtener una marca colectiva "Cotija región de origen" para los productores de la zona. En México, la marca colectiva es una forma de proteger una IG, más flexible que la DO. Pero todavía no se obtuvo la DO, a pesar de la solicitud, y siguen muchos retos para asegurar el mantenimiento de la producción de queso Cotija. El proceso de calificación para el queso Cotija lleva muchos interrogantes sobre la defensa de las IG en México:

¹ Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional, acuerdo multilateral firmado por 26 países.

- ¿Está adecuado el marco institucional y legal en México para defender esos tipos de productos artesanales?
- ¿Cómo se definen los vínculos entre territorio y producto?
- ¿Cuáles son los alcances, límites, oportunidades y amenazas en un tal proceso? Y en particular ¿cómo se resuelven los problemas vinculados con la acción colectiva y la coordinación de los diferentes actores involucrados en el proceso?

1.2. Objetivos

Los objetivos de este estudio sobre el proceso de calificación del queso Cotija son los siguientes:

- Conocer el entorno normativo e institucional dentro del cual se desarrolla el proceso;
- Identificar las características del territorio sobre las que se fundamenta la calidad del producto;
- Identificar las ventajas y desventajas de un producto que tiene, o pretende tener, una diferenciación relacionada con su identidad territorial;
- Conocer las características del proceso seguido para la obtención de la marca colectiva. Señalar los factores de éxito o los potenciales de desarrollo y los factores de fracaso o las limitaciones o elementos no favorables en el proceso de obtención de este tipo de sello. Conocer las limitaciones en la puesta en marcha y administración de sellos de calidad relacionados con el origen y las tradiciones;
- Identificar y caracterizar los actores involucrados en el proceso de calificación;
- Identificar la participación de los pequeños productores, el papel de sus organizaciones y de las instituciones de apoyo, los aspectos económicos, tecnológicos y de gestión involucrados en el proceso;
- Identificar las estructuras y modos de coordinación y las acciones colectivas realizadas o proyectadas;
- Identificar los impactos, positivos y negativos, de la aplicación de la MC y de la DO;
- Hacer recomendaciones para superar límites, aprovechar oportunidades y apoyar esos procesos.

1.3. Metodología

Para cumplir con esos objetivos, se revisó la literatura disponible sobre las DO y MC en México y sobre el caso particular del queso Cotija. Se entrevistó a los actores claves del proceso de calificación, iniciadores y productores principalmente. La tabla 1 describe los diferentes pasos que se siguieron para la elaboración de ese estudio.

Tabla 1: Cronograma de actividades

Semana (del 27 de agosto al 29 de octubre)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Revisión de la literatura	x	x	x						
Entrevistas con responsables de organizaciones y productores		x	x			x			
Visita de campo			x			x			
Procesamiento de la información y redacción del documento intermediario y final				x	x	x	x	x	x

En una primera parte, se caracterizará el marco institucional y legal en el cual se inscribe el proceso de calificación del queso Cotija en México.

En el segundo capítulo, nos enfocaremos sobre la delimitación y la caracterización de la zona de estudio, la sierra de Jalmich.

En la tercera parte, analizaremos las especificidades del producto, el pliego de condiciones y su elaboración, así que los aspectos vinculados a su comercialización. También se presentará todo el proceso de calificación del queso Cotija, desde su inicio a final de los años 90' hasta la fecha, poniendo de relieve los alcances y límites.

La cuarta parte se concentrará sobre los actores que participaron al proyecto: tipos de actores, participación de los productores, coordinación entre los actores, acción colectiva, etc.

Terminaremos con una síntesis sobre los efectos de este proceso, sus logros y fracasos, sus límites y unas perspectivas y recomendaciones para el futuro.

2. Marco institucional y legal en México: las denominaciones de origen y las marcas colectivas

2.1. El desarrollo del marco legal e institucional de las denominaciones de origen y marcas colectivas en México: convenios internacionales y dispositivos nacionales

La protección de los productos cuya calidad se relaciona con un origen específico ha requerido el diseño de un marco institucional y legal particular. Varios países diseñaron un marco que permite el reconocimiento y la protección de las IG, a partir de varios enfoques (DO, IGP, MC, etc.). Para tratar de dar valor a esta protección a nivel internacional y poner en adecuación los diferentes marcos nacionales, se firmaron varios acuerdos multilaterales. Este capítulo presenta y analiza la posición de México sobre los sellos de calidad en relación con el origen, internacional y nacionalmente.

El convenio de París (1883) es el primer convenio multilateral que menciona las denominaciones de origen, o más bien las “Indicaciones de Procedencia” (IP), un concepto más general. Ese convenio, en el cual se integra México en 1903, se enfoca a la cuestión de los derechos de propiedad intelectual, siendo la cuestión de las IP un tema secundario. De hecho, sólo se trata de prohibir el uso de una indicación de procedencia falsa. Pero no se definen las reglas de aplicación y de resolución de conflictos sobre este aspecto, sólo se prevé el embargo sobre la importación de productos con IP falsa (Escudero, 2001).

Cuando entra en vigor el Arreglo de Lisboa en 1966, México es uno de los 7 países firmantes (hoy son 26 países). Ese arreglo es el primer convenio que trata de aportar una definición clara de lo que menciona como “denominaciones de origen” (DO) y de las reglas internacional para su uso y su protección. El artículo 2 menciona que una DO es “*la denominación geográfica de un país, una región o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos*”. El Arreglo también prevé la creación de un Registro Internacional de las DO, en cargo del OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Industrial), para una protección mutua de las DO de cada país firmante.

Con los acuerdos ADPIC (Aspectos de los Derechos de Propiedad Industrial Relacionados con el Comercio) de la OMC (Organización Mundial del Comercio), vigente desde el 2000, unos 150 países, entre ellos México, reconocen las Indicaciones Geográficas (IG). El concepto de IG es más amplio que el de DO, con el fin de abarcar toda la diversidad de los estatutos de los productos denominados por su origen geográfico. Se define como el vínculo entre el origen geográfico de un producto y una calidad dada o una reputación u otra característica. Las reglas de protección mutua de las IG no son muy claras, aparte para los vinos y bebidas espirituosas que benefician de una protección mas completa. En el caso de México, el marco legal nacional reconoce las DO, pero no habla explícitamente de las IG (ver anexo 1).

Aparte de los ADPIC, México negocia de manera bilateral la cuestión de las IG en el marco de los numerosos tratado de libre comercio que ha establecido a través del mundo. Así, en el TLCAN², se reconocen las IG (en términos y condiciones similares que los ADPIC) y se prevé la protección de las DO mexicanas a través del registro de marcas, como marca de certificación³ por ejemplo En particular, Canadá y los EE.UU. reconocen que el Tequila y el Mezcal son productos originarios de México. El TLCUEM⁴ prevé también el reconocimiento y la protección de las DO de Tequila y Mezcal en la UE, en cambio de la protección en México de 180 vinos y bebidas espirituosas europeas.

La primera DO en México se atribuyó en 1974 a una bebida espirituosa, el Tequila, y se registró en el OMPI en 1978. Se tuvo que esperar hasta 1994 para que una ley defina realmente un marco legal para las DO, sus condiciones de uso, protección y control, con la Ley de Propiedad Industrial de 1994. La ley retoma la definición de la DO del Arreglo de Lisboa. Se prevé que el Estado sea el titular de las DO. Se hace referencia a quienes pueden ser los solicitantes, las situaciones de uso ilegal y las sanciones, la solicitud de registro, las tarifas, los procedimientos, las condiciones de anulación, la vigencia y los derechos de uso.

Las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) definen las normas, las características y condición de producción y de elaboración de diversos productos. Elaborada por el SECOFI (Secretaria de Comercio y Fomento Industrial), se consideran según la Ley de Propiedad Industrial de 1994 como un instrumento idóneo (pero no explícitamente obligatorio) para apoyar la definición y la protección de las DO. Existe una NOM para el Tequila, una para el Mezcal. También se usa en general para todo tipo de productos, más genéricos, como la leche o el queso por ejemplo. En el caso de las DO, se prevé que la aplicación de la NOM y la certificación de los productores y procesadores serán a cargo de un consejo regulador (CR), que deberá ser acreditado como organismo de verificación y certificación por un servicio del gobierno, ya que el Estado no quiere cumplir directamente la función de certificación.

Anteriormente, en 1991, la Ley de Fomento y protección de la Propiedad Industrial define el concepto de marca colectiva (MC). Se trata de *“aquel signo visible que distingue en el mercado los productos y servicios de las asociaciones, sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, respecto de los productos o servicios de terceros”* (IMPI, 2006). La MC

² Tratado de Libre Comercio de América del Norte, vigente desde 1994 y que incluye Canadá, los EE.UU. y México.

³ Una marca de certificación garantiza al consumidor el respeto de ciertas normas de calidad, ciertas características y/o un origen dado.

⁴ Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México. Entró en vigor en el 2000.

no es explícitamente destinada a la protección de productos con calidad territorial, aunque en la práctica lo es desde que el IMPI recomienda su uso a grupos de productores desde unos 5 años. En este sentido, el signo distintivo de la MC es “destinado a distinguir el origen o cualquier otra características común de productos, que han sido producidos o fabricados por un grupo de personas en una localidad, región o país” (Granados, 2004). La ley detalla los procedimientos para la atribución y el uso de las MC. El titular no es el Estado sino el grupo de productores o procesadores que la solicito (cooperativa, asociación de productores, etc.) y no se hace mención de una NOM, pero de reglas de uso, definidas por el grupo que solicita la MC.

La atribución de las DO como de las MC corresponde por derecho al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, el IMPI (creada en 1993, en base a la ley de 1991 ya citada, reformada en 1994 como Ley de Propiedad Industrial). Se encarga de los trámites, de la concesión de las DO y de las MC y, en el caso de las DO, de su reconocimiento internacional (registro). A partir de 1994, nuevos productos obtienen una DO (ver en anexo 2 la lista de las DO mexicanas). Pero hasta la fecha solo 4 DO tienen una NOM y un consejo regulador⁵. El Tequila tiene un Consejo Regulador desde 1994 (ver anexo 3 la estructura y el funcionamiento del consejo regulador). De alguna manera podemos decir que solo las DO Tequila y Talavera funcionan realmente en la práctica y se manejan según lo previsto por la ley. Aunque a pesar de la certificación y de los derechos de uso de la DO, los productores de Tequila mencionan sobre la botella “Tequila”, pero nunca “Tequila, denominación de origen”. De hecho, ningunos de los productos registrados con una DO utilizan la mención “denominación de origen”...

En el caso de las MC, no se especifica nada sobre los procesos de control y certificación. Solo se obliga a la elaboración de reglas de uso, sin más detalles.

2.2. Las condiciones de obtención de una denominación de origen o de una marca colectiva en México.

Después de haber presentado el marco legal de la protección de los productos con calidad vinculada al origen en México, nos interesaremos ahora a los pasos necesarios para la obtención de tal protección.

2.2.1. Las Denominaciones de Origen

En el caso de una DO, la ley define el solicitante como una persona física o moral que tenga un “interés jurídico” para hacer la solicitud de protección para un producto cuya calidad se vincula con su origen. Se consideran que tienen ese interés jurídico los agentes siguientes: fabricantes o productores, cámaras o asociaciones de fabricantes o productores, dependencias o entidades del gobierno.

La solicitud debe constituirse de los elementos siguientes:

- Los datos del solicitante y la justificación de su interés jurídico;
- Una descripción detallada del producto (que puede ser una bebida, un alimento o un objeto artesanal): características, componentes, procesos de extracción, producción y/o elaboración. Deberá señalarse, en caso que sea determinante para establecer la relación entre la denominación y el producto, a cual norma de la SECOFI (NOM) debe estar sujeto el

⁵ Se trata de las DO: Tequila, Mezcal, Talavera de Puebla y Café Veracruz. La DO Café de Chiapas también tiene un consejo regulador, pero no tiene una NOM...

- producto (su forma de extracción, sus procesos de elaboración o producción y sus modos de empaque, embalaje o envase);
- El señalamiento de la denominación que se pretende proteger y una presentación del lugar y de la delimitación de la zona, según sus características geográficas y la divisiones políticas;
 - El análisis de los vínculos entre denominación, producto y territorio. Este comprende las investigaciones histórico-sociales y tecnológicas que justifican esos vínculos, y el pliego de condiciones que define las reglas a respetar para proteger ese vínculo y garantizar la calidad al consumidor a través de la DO.

La solicitud es entregada al IMPI, que dispone de un plazo oficial de 6 meses para analizarla y dar su repuesta. El IMPI cobra 1,600 pesos mexicanos para el trámite. Si los documentos presentados para la solicitud cumplen con los requisitos, el IMPI publica en el Diario Oficial un extracto de esa. Se tiene entonces dos meses para expresar objeciones y observaciones sobre esa solicitud, a condición de justificar su interés jurídico y aportar las pruebas pertinentes. En caso de una repuesta positiva a la solicitud de DO, el IMPI hace una declaratoria sobre la resolución de otorgar una protección a la DO, publicada en el Diario Oficial. Una vez declarada la DO, no se puede hacer mención de esa denominación en productos que no sean autorizados, incluso acompañada de palabras tal como “tipo”, “imitación”, “manera”, u otros similares. La DO será vigente sin límites de tiempo, mientras subsisten las condiciones que la motivaron. Pero se podrá solicitar en cualquier momento modificaciones de la declaración de protección de la DO, justificando su interés jurídico y los cambios que se pretenden hacer. Como ya lo hemos señalado, el IMPI es encargado del registro internacional de las DO en el OMPI.

El IMPI es el organismo competente para declarar la anulación de una DO, si necesario. La autorización de uso de una DO es otorgada por el IMPI para 10 años, renovables para el mismo plazo. No existen procedimientos de controles previstos en la ley. De hecho, la ley no prevé otros requisitos para el solicitante que de dedicarse al producto, en la zona delimitada, según las condiciones previstas por la declaración de protección de la DO. El IMPI no tiene mecanismos de control, entonces si no hay una NOM, se puede obtener la autorización de uso sin muchas constrañas... Si existe una NOM para el producto registrado como DO, el consejo regulador se encargara de verificar su respeto y establecerá un certificado necesario para la autorización de uso de la DO por parte del IMPI. Pero como los hemos señalado, no aparece la obligación formal de una NOM en la ley (solo se recomienda...) y menos de un consejo regulador, encargado de su certificar el respeto de esa NOM.

2.2.2. Las Marcas Colectivas

La solicitud de una MC se enmarca en los reglamentos previstos para las marcas “convencionales”. Según la Guía del Usuario de Signos Distintivos del IMPI (2006), la marca colectiva es una marca específica, y su solicitud se hace de la misma manera que la solicitud de una marca individual, con el mismo formato del IMPI (solo cambia el formato de pago). Así, la principal diferencia es la inclusión en la solicitud de las reglas de uso que definen los requisitos para el uso de la marca (pertenencia a tal grupo legalmente constituido, reglas y condiciones para la producción y la elaboración del producto, etc.). La otra diferencia es que la MC no se puede transmitir a terceros, su uso quedando reservado a los miembros de la asociación (Ley de Propiedad Industrial, 1994). Todo lo demás es común con los requisitos para la solicitud de una marca: datos

generales de los titulares y apoderados, signo distintivo (palabras, diseño, logotipo, etc.), tipo de producto o servicio, fecha de primer uso, señalamiento de productos o servicios, número de clase, ubicación del establecimiento, etiquetas, leyendas y figuras no reservables, datos de la prioridad reclamada, nombre y firma de los solicitantes o su apoderado y los diversos documentos anexos. Para el registro de una MC, el IMPI cobra 2,500 pesos mexicanos. El plazo oficial máximo es igualmente de 6 meses para recibir un aviso del IMPI, que investigara en particular que no existen antecedentes que impiden el registro de la marca, por ser ya registrada o solicitada. La MC se otorga para un plazo de 10 años, renovables para el mismo plazo. La protección solo se asegura a nivel de la Republica Mexicana, por lo cual es necesario solicitar país por país la protección de una MC si es necesario (exportación).

El IMPI (2006) define una marca (que sea colectiva o no) como “cualquier signo, palabra, denominación, figura, forma tridimensional, logotipo, diseño, combinación de colores, de números, de letras, siempre y cuando sea: visible, distintivo, original, novedoso, singular, único, especial, inconfundible y de fácil reconocimiento”. En el caso que nos interesa, es decir la protección del nombre de un lugar para designar un producto, la ley prevé que no será posible de registrar como marca a (Ley de la Propiedad Industrial, 1994):

Artículo X.- Las denominaciones geográficas, propias o comunes, y los mapas, así como los gentilicios, nombres y adjetivos, cuando indiquen la procedencia de los productos o servicios y puedan originar confusión o error en cuanto a su procedencia;

Artículo XI.- Las denominaciones de poblaciones o lugares que se caractericen por la fabricación de ciertos productos, para amparar éstos, excepto los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y se tenga el consentimiento del propietario.

Por lo cual, si seguimos la ley al pie de la letra, no se puede registrar una marca, que sea colectiva o no, con una denominación geográfica o un adjetivo de procedencia, solo se puede hacer bajo la forma de una DO. Eso es una gran paradoja, siendo la MC un instrumento legal considerado como forma de protección para las IG según el IMPI. Este organismo recomienda de registrar una MC sin mención del origen, complementada por una indicación de la procedencia⁶ (no registrada, pero que puede aparecer como requisitos en las reglas de uso). En el caso del queso Cotija, como para otros productos artesanales del estado de Michoacán, se registró el nombre del lugar (Cotija, para el queso), asociado con la mención “región de origen”. Pero la MC, aun cuando consiste en el nombre de un lugar con la mención “región de origen”, no permite de impedir el uso de ese mismo nombre de lugar para otros productores. Por lo cual no impide el uso de la mención “queso tipo Cotija” en un queso elaborado afuera de la zona delimitado en las reglas de uso de la MC “Cotija región de origen”.

⁶ Desde unos 5 años que el IMPI promueve el uso de las marcas colectivas, especialmente para los grupos de pequeños productores, se registraron unas 20 MC de productos alimenticios y unas 30-40 MC de productos artesanales. EL estado de Michoacán se destaca, con más de 20 MC obtenidas tras la del queso Cotija. Son de hecho los únicos casos de marca colectiva con la mención “región de origen” asociada al nombre del lugar.

2.3. Consistencia del marco legal e institucional mexicano para la protección de productos cuya calidad se relaciona con su origen

El objetivo de ese apartado es de discutir la adecuación entre el marco legal e institucional que acabamos de presentar y la protección de un producto cuya calidad se vincula con el origen, como el queso Cotija. Empezaremos por comparar las ventajas y desventajas de los dos dispositivos, la DO y la MC. Luego reflexionaremos a partir del caso del Tequila para ver en la práctica cual es la experiencia empírica que se tiene en México sobre las DO.

2.3.1. Ventajas y límites de una denominación de origen y de una marca colectiva

La situación de los productos con sellos de calidad en México es un poco confusa, en el sentido que si existe un marco legal e institucional, pero no completo y no muy claro. Por un lado, la ley reconoce y protege el concepto de DO. Pero lo reconoce dentro del marco general de la ley de Propiedad Industrial de 1994 y del IMPI. No existe en el IMPI un departamento o un área que se dedica específicamente a las DO, sino que se gestionan a mismo nivel que las marcas, patentes, diseños industriales, material genético, etc. El título quinto de la Ley de Propiedad Industrial de 1994 es seguido por un título quinto bis sobre... los esquemas de trazados de circuitos integrados... El mismo IMPI reconoce que todavía tiene que avanzar más sobre la definición y los mecanismos de protección de las DO. Esa falta de especificidad del marco legal e institucional es aun más cierta para las MC, quien se considera como una “subclase” de marca, cuyo uso coincide en la practica con la protección de un producto con calidad vinculada a su origen. Como lo hemos visto, a pesar de ser promovido como instrumento de defensa de las indicaciones geográficas, la ley impide de hacer uso de un nombre de lugar para una MC. Además, esa prohibición se aplica solo desde 1994, por lo tanto existen marcas que siguen utilizando una denominación geográfica como signo distintivo, a pesar de que no existan vínculos entre esos productos y la zona indicada. Es posible de lanzar un procedimiento de nulidad para esas marcas, pero no existe todavía una jurisprudencia acerca de tal procedimiento.

Pero la ventaja de la MC es de ser más sencilla: no requiere de la creación de una NOM, de la justificación del vínculo territorio/producto, de un consejo regulador. Además, la MC es propiedad del grupo de productores, y no del Estado. Los solicitantes de la MC definen ellos mismos el pliegue de condiciones y las reglas de uso de la MC: quién puede utilizarla, los requisitos técnicos, etc. Así, aun que el dispositivo de la DO permita una protección más completa y menos ambigua que la MC, es más sencillo de obtener y gestionar que una DO. Por otra parte, la obtención de la protección de una DO es difícil. Para el IMPI, la cuestión comercial es más importante que las consideraciones de desarrollo territorial y de valorización de un patrimonio cultural. Por lo tanto, su prioridad es proteger los derechos de usar un signo distintivo (como una marca o una DO), pero sin excluir a los demás. Si se considera que el nombre de un lugar pasó a ser una denominación genérica para un producto, el IMPI estima que no se puede aplicar una DO a este producto. Esa consideración, aunque no sea claramente mencionada en ley, hace aun más difícil el registro de una DO, en un país donde se acostumbró desde muchos años a un uso más o menos verdadero de las denominaciones geográficas que volvió genéricas muchas denominaciones (en particular en el caso de los quesos).

2.3.2. Enseñanzas y reflexión a partir del caso de la DO Tequila

El caso del Tequila, un destilado obtenido a partir de la fermentación del agave azul, ilustra la falta de claridad del concepto de DO y sus consecuencias. El éxito comercial del Tequila tanto nacional como internacionalmente no se puede negar. Pero se puede cuestionar su vínculo con el territorio y el modelo de desarrollo exógeno que favoreció el manejo de la DO Tequila. La real puesta en marcha de esa DO se ubica en el 1994 con la creación del Consejo Regulador. Este último, dominado por las principales empresas destiladoras y comercializadoras, muchas de ellas perteneciendo a grandes grupos de capital extranjero, tiene una visión obviamente muy industrial y comercial de la DO. El objetivo de la DO es aprovechar de la reputación nacional e internacional del Tequila con fines de realizar importantes beneficios financieros. El vínculo con el territorio es cada vez menos claro: autorización de incluir el 49% de alcoholes no provenientes del agave azul, zona geográfica muy amplia y poco especificada, donde se incluye zonas donde ni se produce agave azul (y recientemente ampliada a 10 municipios de Tamaulipas)... Quedan lejos la producción artesanal que se hacía en el pueblo de Tequila, a partir de 100% de agave, de sistemas de cultivos asociados, etc. Sin hablar de las consecuencias negativas que ha tenido el desempeño de la DO a nivel local: precarización y pauperización de los productores de agave, desempleo, pérdida de biodiversidad, contaminaciones, erosión, etc. (Hernández López, 2007; Bowen y Valenzuela, 2006). Del otro lado, el negocio para las empresas comercializadoras se incrementa sensiblemente y no resulta muy difícil de ver quienes beneficiaron realmente de la DO.

A partir de este caso aparece que el objetivo de las DO en México es más vinculado con una visión industrial y comercial, de diferenciación en el mercado para obtener ventajas competitivas, que una visión vinculada a un desarrollo endógeno y territorial y una calidad específica en relación con el origen. La problemática del IMPI es de saber como proteger de la forma más adecuada los productos mexicanos. En un país que tiene más del 80% de sus intercambios comerciales con los EE.UU., que no reconocen las DO, no es raro el poco énfasis que se pone en la protección de las DO. Se relaciona esa visión con un marco legal e institucional a veces no muy específico y claro, si lo comparamos con el que existe en la Unión Europea. De hecho, México tiene una posición peculiar a nivel de las negociaciones internacionales sobre las IG. Si su inscripción en el Arreglo de Lisboa hace de ese país uno de los pioneros en el tema, sus intereses comerciales no le incentiva a oponerse de manera frontal con EE.UU. Además, el poco desarrollo de las DO en México, frente a las centenas de DO e IG registradas en Europa, le conduce a una posición matizada. ¿Porque “pelearse” para un concepto que no se ha apropiado realmente y que al final beneficia más a otros países? Otra preocupación vinculada a esa situación consiste en la cuestión del que hacer con las DO homónimas, que todavía no se ha resuelto.

Por otra parte, las DO que se atribuyeron hasta ahora se dieron para bebidas espirituosas, unos productos artesanales y unos productos agrícolas no procesados. No existe ningún producto alimenticio procesado que beneficia de tal protección, por lo cual veremos que el queso Cotija tuvo un papel de iniciador para explorar la cuestión de la protección de productos alimenticios con calidad vinculada a su origen en México. Además, el único caso de DO que sirve de referencia, el Tequila, es un producto industrializado, cuyo ejemplo no sirve mucho para el queso Cotija (sino que más bien sirve de contraejemplo...). El proceso de calificación del queso Cotija se inserta entonces en un marco legal e institucional sobre los productos con calidad territorial (DO y MC) no

estabilizado, no muy claro, tanto a nivel de sus definiciones, objetivos y procedimientos. Ese marco la orienta hacia una protección bajo la figura de la MC, aunque no sea totalmente apropiado para proteger este tipo de producto.

3. La zona geográfica y sus recursos específicos

3.1. Delimitación de la zona de producción del queso Cotija: la sierra de Jalmich

Primero es importante especificar que la zona de producción de la materia prima, la leche, y la zona de elaboración del queso Cotija es la misma. De hecho, el queso se caracteriza por ser producido por los mismos ganaderos, únicamente a partir de su propia producción de leche.

La zona, con una forma de herradura orientada al norte, abarca una superficie de aproximadamente 2 400 km², de los 19°15' a los 19°40' de latitud norte y de los 102°30' a los 103°05' de longitud oeste (ver el mapa 1). Es una zona continua, ubicada en la sierra Jalmich, entre los estados de Jalisco y de Michoacán, incluyendo principalmente los municipios de Santa María del Oro (Jalisco) y la parte sur de los municipios de Cotija y de Tocumbo (Michoacán). Además se extiende a territorio de los municipios siguientes: norte de Jilotlan de los Dolores, oriente de Tamazula, sur de Valle de Juárez y de Quitupan (Jalisco); suroeste de los Reyes, Periban y Tancitaro, y norte de Buena Vista Tomatlan (Michoacán). En realidad, los municipios que se involucraron y que cuentan con productores participando en el proceso de calificación del queso Cotija son seis: Santa María del Oro, Jilotlan de los Dolores y Quitupan (Jalisco); Cotija, Tocumbo y Buena Vista Tomatlan (Michoacán).



Mapa 1: zona de producción del queso Cotija, según definida por las reglas de uso de la marca colectiva queso “Cotija región de origen” (la parte colorida en verde y marrón indica la zona de producción delimitada) (fuente: Colmich, 2003)

La división política-administrativa de la zona implica dificultades para el proceso de calificación del queso Cotija, especialmente por ser dividida entre dos estados. De hecho, en México, los estados son entidades soberanas, por lo cual se manejan políticas, programas y leyes que no siempre son los mismos de un estado al otro. Así, si la cuestión del marco legal de las marcas colectivas y denominaciones de origen es un asunto federal, cada estado lleva diferentes programas de apoyo a los productores pecuarios, con diferentes reglas de operación, etc. Aparte, la división del territorio, tanto entre varios estados como entre varios municipios, implica de encontrar consenso entre los diferentes puntos de vista, objetivos y motivación que maneja cada entidad política-administrativa para que el proceso de calificación encuentra apoyo, o por lo menos no oposición, en cada una de esas entidades. Veremos más a profundo las implicaciones de esa división en las partes siguientes.

La zona de producción reconocida por las reglas de uso de la marca colectiva se delimitó según factores geográficos, agronómicos y humanos. Se hizo en base a factores geográficos físicos, incluyendo la topografía y el clima, traducidos en ciertos parámetros de temperatura y precipitación pluvial anual (ver anexo 4):

- La región es una ladera templada, de transición climática, muy plegada y con escalonamiento altitudinal, que va desde los pies de monte que se elevan desde el valle de Tierra Caliente y que llega un poco antes de las cumbres frías del eje neovolcanico.
- La altitud esta comprendida entre los 700 y 1700 msnm aproximadamente.
- Las precipitaciones medias anuales están comprendidas entre 900 mm al sur y 1200 mm en los otros puntos cardinales.
- La región se caracteriza por una cubierta vegetal tipo selva baja caducifolia con vegetación secundaria irregular. Queda excluida la zona de bosque mixto (encino-pino), ubicada en las partes más altas de la región.
- Predomina el suelo areno-arcilloso y pedregoso, cambisol en la parte alta de la ladera, donde limita con luvisol de la tierra fría, al norte; regosol y ranquer en la parte más baja, donde limita con vertisol de la Tierra Caliente al sur.

Es en este medio específico que pastorea el ganado vacuno productor de la leche con el cual se elabora el queso Cotija. Las características de clima, altura y suelo originan una vegetación típica del lugar, que se refleja en la composición y las características de la leche producida. Por otra parte, la humedad relativa de la zona, vinculada a la temperatura, las lluvias y la altura, se relaciona con las características del queso elaborado y añejado en la zona.

Desde la perspectiva humana, es importante destacar que la elaboración del queso Cotija se vincula con un grupo social determinado, que posee su propia historia y cultura que se describe abajo, los rancheros de la sierra Jalmich. Esa sociedad ranchera se caracteriza por un poblamiento escaso y disperso en ranchos aislados dedicados a la explotación ganadera con producción estacional de queso, durante los meses de lluvia (globalmente de julio a octubre, variando según los años). La familia se traslada durante este periodo en los ranchos de ordeña⁷. Se asocia esa producción al cultivo de maíz de temporal en terrenos sumamente accidentados. La pequeña propiedad es el régimen de

⁷ Los ranchos de ordeña se ubican en la parte alta de los ranchos, destinada a ser ocupada por el ganado durante la temporada de lluvia. Corresponden al lugar donde se efectúa la ordeña y generalmente la elaboración del queso. La familia se traslada generalmente a esa parte durante la estación de lluvia, aunque unos vienes cada día para efectuar la ordeña. El rancho de ordeña es la unidad básica para la producción de queso Cotija.

tenencia mayoritario, y la aparcería es un sistema muy difundido para el cultivo del maíz. La gran mayoría de las unidades de producción rancheras se enlazan directamente con el mercado, donde venden principalmente quesos, a mayoristas o minoristas, y becerros de 18 meses (de unos 200 Kg.), destinados a ser engordados.

La zona comprende unos 12,000 habitantes (o sea 5 habitantes/km²), repartidos en 400 localidades, con promedios de 5 viviendas y 30 habitantes por localidad, separadas entre sí por unos 5 Km. en promedio (o sea una hora a pie o a caballo, porque entre muchos de ellas no hay más que camino de herradura y veredas), y hasta por 50 Km. (más de una jornada de camino) desde el centro de la región hasta cualquiera de los centros urbanos de alrededor (en el sentido de las manecillas del reloj: Cotija, Tocuambo, Los Reyes, Tepalcatepec en Michoacán; Tecalitlán, Tamazula, Mazamitla, Valle de Juárez y Quitupan en Jalisco).

Se distingue esa región por su cultura ranchera, diferente de las culturas de las poblaciones de las regiones vecinas: la región plana, agrícola y ejidal de Tierra Caliente con la cual limita al sur, así como el territorio indígena de la Sierra Purhépecha al oriente mayoritariamente comunal, y con las zonas boscosas, en su mayor parte también comunales, de la Sierra del Tigre al norte, la de Tamazula y la del Alo al poniente.

No existe otra actividad económica fuerte en la zona: hay pocas empresas, no hay turismo (no hay en la sierra de Jalmich, pero sí en las zonas y pueblos contiguos). La población de la sierra Jalmich, aislada, tiene básicamente dos medios de subsistencia: la crianza de ganado vacuno o la emigración hacia los grandes centros urbanos del país y sobre todo hacia Estados Unidos.

La delimitación de la zona implica una fuerte especificidad del medio natural y humano que confiere sus características al queso Cotija. De hecho, se excluyeron los quesos producidos en la región, pero afuera de la zona delimitada, así que el queso producido en otras regiones del país. Esta delimitación era necesaria para diferenciar el queso Cotija original de los demás productos que utilizan esa denominación pero que son muy diferentes.

3.2. Historia de la sierra de Jalmich y del queso Cotija

La zona se caracteriza por su historia estrechamente vinculada a la colonización del territorio mexicano tras la conquista española. Así, el sistema de producción actual encuentra su raíz en la fusión entre la actividad ganadera española y el sistema de cultivo itinerante de maíz indígena. Este sistema favoreció un padrón de asentamiento disperso y escaso, que ahora es cada vez más desarticulado por las fuerzas del modelo urbano-industrial, caracterizado a un padrón de asentamiento concentrado y urbano (Barragán y Chávez, 1998). La producción de queso se realiza en toda la región pero particularmente se concentra en las zonas serranas, aisladas, donde es una necesidad procesar la leche en queso maduro para posponer su venta. Coexisten las haciendas con estructuras más pequeñas de propiedad privada, los ranchos.

El queso toma rápidamente un papel central en la economía local. En el siglo XVII, se usa para el pago de impuesto. Su comercialización se extiende hacia el centro y el sur del país a través de los arrieros⁸ de Cotija. Por los arrieros se difunde la denominación “queso de Cotija”, que llevara a la designación actual de queso Cotija.

⁸ Los arrieros eran personas dedicadas al negocio de productos que transportaban de una zona a otra del país generalmente con mulas. El pueblo de Cotija se caracterizaba por ser un pueblo de arrieros. Salían de la zona de Cotija hacia el centro y el sur del país, aun hasta Guatemala. Vendían los quesos madurados

La zona siempre se caracterizó por movimientos de migración importantes: la sierra expulsaba gente, pero al mismo tiempo llegaban gente de las áreas vecinas en búsqueda de tierras para vivir. El rancho ofrece la perspectiva de ser propietario y luego libre e independiente, por lo cual este estilo de vida atrae a la gente a pesar de las condiciones de vida difíciles. A finales de siglo XIX, se realizan agrupamientos voluntarios de los ranchos, a menudo encabezado por sacerdotes (de las mismas familias rancheras), formando incipientes pueblos. La ganadería se mantiene a la periferia de esos agrupamientos, ya que requiere de grandes espacios (Barragán y Chávez, 1998).

El queso Cotija alcanza su auge en la primera mitad del siglo XX. Según los ancianos, “se vivía muy bien” del queso Cotija en aquella época. Pero el desarrollo de las infraestructuras públicas, carreteras y electricidad en particular, van a llevar a la decadencia progresiva del queso Cotija. Más exactamente, las carreteras favorecen un acceso más amplio al mercado que va incentivar nuevas formas de producción. La producción pasa de ser estacional a anual, con la introducción de razas mejoradas criadas de manera semi-intensiva. El queso solo se conserva unos días hasta su venta, ya no se madura. Además, la llegada de la electricidad incentiva la introducción de innovaciones técnicas, como el uso de descremadora. El ejemplo más obvio es la evolución que conoció la producción de queso en San José de Gracia, un pueblo cercano de la zona de producción delimitada. Pasó de la producción artesanal de queso Cotija, madurado, a una producción industrial de quesos, primero con leche bronca y luego quesos rellenos y análogos⁹. Baisnée (1989) señala también que la baja disponibilidad en mano de obra, y en particular de medieros, es también importante para entender la transformación de los sistemas de producción agropecuarios y queseros.

Frente a la producción de quesos de forma semi-industrial o industrial, los productores artesanales no pueden competir. Se especializan unos en la producción de leche y otros se vuelven queseros “de tiempo completo”. Pero la tradición del queso Cotija, como producto estacional, artesanal y madurado, va a mantenerse en las zonas más aisladas de la región, que no benefician del mejoramiento de las infraestructuras. Por eso se menciona a la Sierra de Jalmich como la zona de refugio del auténtico queso Cotija. La razón de esa continuidad es muy sencilla: los rancheros, si quieren permanecer en sus ranchos, no tienen otra alternativa que de seguir con el sistema de producción tradicional que vincula la producción de queso Cotija, la crianza de becerros y el cultivo itinerante del maíz. Pero aun así, la supervivencia es difícil, ya que la venta del queso debe ajustarse al precio de los quesos industriales, vendidos a bajos precios. Además, la presión demográfica interna genera un fraccionamiento excesivo de la propiedad, debilitando la viabilidad económica de los ranchos. Los rancheros empezaron entonces a desarrollar otra estrategia, la emigración. De tal forma, muchos ranchos desaparecieron o abandonaron la producción de leche y los ranchos de ordeña (ver tabla 2). Por lo cual concluyen Barragán y Chávez (1998) que “el queso Cotija se nos va de las manos” y que está en peligro de desaparición, trayendo consigo la desaparición de la sociedad ranchera de la sierra de Jalmich.

elaborados en la sierra Jalmich y regresaban con diversos productos. Por ejemplo, llevaban cacao, producido en Chiapas, por lo cual Cotija era famoso en la región también por sus chocolates.

⁹ Se habla de quesos rellenos cuando se descrema totalmente la leche para sustituirla por grasa vegetal. Los quesos análogos son aquellos que se realizan sin leche fluida, usando productos como la leche en polvo, caseínas, lactoserum, grasa vegetal, etc.

	1960	1985	1997
Vacas de ordeña	2500	2072	1037
Ranchos de ordeña	50	44	35
Promedio de ordeña	50	47	30
Producción de queso (toneladas)	45	37	15

Tabla 2: Evolución de la actividad ganadera en los ranchos del Potrero de Herrera, 1960-1997(fuente: Barragán y Chávez, 1998)

3.3. Recursos territoriales y límites de la zona.

Los recursos territoriales son los elementos del territorio que los actores pueden movilizar, activar en el marco de sus diferentes actividades. Las actividades económicas de los rancheros de la sierra de Jalmich se basan en la activación de un conjunto de recursos, de diferentes tipos, para la producción de becerros y de queso. Frente a los problemas que encuentran los productores de queso Cotija, es necesario identificar y activar esos recursos territoriales. Son los que definen, que forman la calidad territorial específica del queso Cotija, y son entonces fundamentales para el proceso de calificación de ese queso. Podemos clasificar esos recursos en cuatro grandes categorías:

- Los recursos ambientales: son el clima y la vegetación de la zona, que permiten la producción de leche y queso y se vinculan con la composición de la leche y del queso. Los ganaderos disponen de un espacio amplio, con un medio ambiente relativamente bien preservado, para un sistema de producción extensivo. De hecho, el sistema de producción extensivo es adaptado a las ventajas y límites de la zona: aprovechamiento del agua (cuya gestión es muy delicada, en una zona serrana con una temporada seca de 6-8 meses), manejo de las disponibilidades en forraje, rotación de potrero, etc. Las fuertes pendientes dificultan la implementación de sistemas más intensivos (uso de maquinaria, irrigación, etc.), que serían además muy poco sustentables.
- Los recursos materiales: una de las principales limitaciones del lugar es la escasez de infraestructuras públicas (carreteras, electricidad, servicios de salud, etc.) y privadas (sala de ordeña, quesería, corrales de manejo, etc.). Pero frente a esas condiciones adversas, los rancheros supieron mantener un sistema globalmente autosuficiente, con muy pocas compras: un poco de alimento para el ganado, cuajo y sal para el queso. El ganado es una mezcla entre ganado criollo, cebú y otras razas (pardo suizo, charolais, etc.). El ganado local es el resultado de un proceso permanente de aportes de diferentes razas. El defecto de ese ganado sería de ser un mal productor de leche en términos de cantidad. Pero la calidad de la leche es alta, y el ganado aguanta muy bien las condiciones del lugar (resistencia a las enfermedades, a la sequía, a la sub-alimentación) (Chombo, 2003). También es importante destacar que no se usa fermentos lácticos ajenos en el proceso de elaboración del queso. Eso significa que se deja actuar la microflora local, lo que refuerza la especificidad del queso.
- Los recursos cognitivos: los rancheros disponen del saber-hacer ganadero para valorizar los recursos ambientales y del saber-hacer quesero para la elaboración de un queso de calidad, que se puede conservar para su una venta posterior. Además, recientemente, adquirieron nuevos conocimientos sobre buenas prácticas de ordeña y de elaboración del queso que les permiten mejorar la inocuidad de este queso elaborado con leche bronca (sin pasteurizar). La reputación del queso es otros recursos para el queso Cotija. Es muy fuerte regionalmente y empieza a difundirse en otras regiones a través de ferias. Pero el

queso Cotija genuino debe enfrentar la imagen que se ha difundido sobre el queso Cotija por las imitaciones, especialmente de ser un queso demasiado salado.

- Los recursos relacionales: la organización de la unidad de producción se basa en la disposición en mano de obra familiar para realizar las diferentes operaciones. La solidaridad doméstica permite el cumplimiento de las numerosas tareas del rancho, especialmente durante la temporada de lluvia. Generalmente, el hombre se encarga de los animales y la mujer del queso, pero son intercambiables. Pero afuera del núcleo familiar, no existe una costumbre de ayuda mutua o de trabajo colectivo. Son escasos los niveles de organizaciones y predomina el individualismo, por el aislamiento y la desconfianza. Sin embargo es importante destacar la existencia a menudo de relaciones con uno o varios medieros (aparceros). El sistema de aparcería permite al ranchero dedicarse al ganado, mientras el mediero se encarga del cultivo del maíz. Eso permite proveer los ranchos con maíz para la alimentación humana, pero más que todo permite liberar espacios forrajeros, mediante el cultivo del maíz, y de obtener rastrojos para la temporada seca. La aparcería es clave en los sistemas de producción de la sierra de Jalmich. A nivel de los vínculos extra-comunitarios, es importante el vínculo que se mantiene entre la zona y su población que emigró, especialmente a Estados Unidos. Regresan cada año y compran queso Cotija. Fuera de eso, no existen redes entre los rancheros y personas exteriores que favorezcan la innovación técnica o el desarrollo de la comercialización. De hecho, los rancheros venden sus quesos en las ciudades vecinas a acapadores. La relación productor/acapador es generalmente estable pero no va más allá que la venta del producto.

Los recursos ambientales y cognitivos aseguran la producción de un queso específico, en condiciones adecuadas y sustentables. La producción de queso Cotija permite valorizar las condiciones difíciles de la zona, sin depender de insumos y tecnologías externas. Pero el despoblamiento de la zona, por la emigración de sus habitantes, pone en riesgo el mantenimiento de este sistema de producción. Por lo cual, es necesario mejorar el precio del producto, para que permita a los productores sobrevivir decentemente, sin tener que buscar otra fuente de ingreso. Para activar los recursos mencionados, es necesario desarrollar nuevos recursos relacionales y cognitivos, principalmente la capacidad de acción colectiva y el mejoramiento de la calidad sanitaria del queso.

4. Caracterización del queso Cotija y de su mercado

4.1. Las especificidades del producto: un proceso productivo inscrito en su ámbito natural y socio-cultural

Como ya lo hemos señalado, existen varias imitaciones del queso Cotija, varios quesos tipo Cotija. Se produce en los alrededores de la zona de estudio: en la región de Tierra Caliente, en los pueblos vecinos (San José de Gracia, los Reyes, Cotija¹⁰, etc.). De hecho, la zona delimitada en el marco de la MC no constituye históricamente la zona exclusiva de producción, sino más bien el área donde se ha mantenido la tradición del

¹⁰ Sólo la parte serrana de cada uno de los 6 municipios, según los criterios presentados en la parte anterior, pueden usar la MC. Así, una gran parte de los municipios, así que los municipios vecinos, son excluidos de la zona. A menudo sigue la producción de queso tipo Cotija, en una forma no tradicional.

queso Cotija original. Mientras que en las áreas vecinas, el proceso se intensificó: cambios en la ganadería, producción anual, supresión de la fase de maduración, fabricación de quesos rellenos, etc. Por lo cual, aunque a menudo tenga la misma forma y el mismo peso, es muy fácil de distinguir entre un queso Cotija y un queso tipo Cotija: la imitación es un queso fresco o semi-fresco, con menos sabor y generalmente más sal (y más el área de producción es caliente, más el queso es salado). Los mismos productores de quesos de San José de Gracia reconocen que el queso que producen, a pesar de llamarse igual, es diferente del queso Cotija genuino. También se produce queso tipo Cotija en los estados de Veracruz y de Chiapas, con las mismas características que lo mencionado para las zonas vecinas al área delimitado para la MC. El queso tipo Cotija que se vende en supermercado, en porciones empacadas, se parece también a esos quesos, pero no al queso Cotija genuino (ver en el anexo 5 la ficha sobre el queso Cotija).

El aspecto, la textura y el sabor del queso Cotija no han sido realmente imitados. Y los habitantes de la región son capaces de distinguirlo. De hecho, los comerciantes generalmente diferencian el queso que denominan “de tiempo de lluvia”, el queso Cotija, del queso que se produce todo el año. Los queseros como los de San Juan de Gracia, reconocen que es otro producto, denominándolo el “auténtico” queso Cotija. Pero todavía falta de ser reconocido, aun en su propia tierra y especialmente en las otras regiones del país, donde sólo se conoce la versión tipo Cotija. El problema es que un largo proceso de desvalorización ha llevado el queso Cotija a deber competir con productos que no tienen nada que ver con el queso original, pero que son mucho más baratos, ya que la diferenciación y la segmentación en el mercado mexicano de los quesos es escasa. Además, los comerciantes regionales aprovecharon su posición de acapadores exclusivos para desprestigiar el producto. De tal forma, lograron a mantener un precio bajo para el queso Cotija, alineado sobre el queso tipo Cotija, aunque a menudo lo vendían con sobreprecio.



Foto 1: de la izquierda a la derecha: un queso tipo Cotija (artesanal), un queso Cotija, y un queso tipo Cotija (industrial)

La idea central del proceso de calificación fue entonces de destacar esa diferenciación entre el queso original y sus imitaciones, con la idea de preservar y valorizarlo. Es a partir de esta meta que se diseñaron las reglas de uso para el queso “Cotija región de origen”, marca colectiva. Esas reglas de uso se basan en un principio: “la costumbre convertida en reglas”, “la tradición hecha regla”. Los actores implicados en la elaboración del pliego de condiciones son principalmente el grupo de los 2 académicos y el promotor cultural, que presentaremos más adelante. Por la complejidad del proceso de elaboración de reglas de uso y la dificultad para reunir a todos los productores, se

encargaron de este proceso. Pero para no desviarse de la realidad, se basaron en este principio de formalizar por escrito lo que se hace desde generaciones en la sierra de Jalmich, a partir de los numerosos intercambios y trabajos de campo que realizaron. Pero decidieron de agregar a la tradición una serie de nuevas prácticas destinadas a mejorar la inocuidad y la calidad (o más bien la regularidad de la calidad) del queso. Estas innovaciones son de hecho necesarias para poder comercializar un queso hecho con leche bronca. El pliegue de condiciones o reglas de uso de la marco colectiva “Cotija región de origen”, disponible en el anexo 6, se divide en las partes siguientes: uso de la marca colectiva, localización, manejo del ganado (en particular las cuestiones de control sanitario del ganado), leche, cuajo y sal, proceso de elaboración del queso, higiene, comercialización y sanciones.

Esas reglas muy específicas garantizan la producción de un queso original, muy anclado en su territorio y en las formas de reproducción de la economía y de la cultura ranchera de la sierra de Jalmich. Esa originalidad proviene principalmente de la calidad organoléptica del queso (vinculada principalmente a la composición de la leche, al proceso de maduración y a la microflora láctica local), una composición no engañosa (ya que sólo entran en el proceso de fabricación leche fluida, sal y cuajo), combinadas con la garantía de inocuidad del producto¹¹. Eso es destacable en el contexto del sector quesero mexicano donde el consumidor no tiene toda la información sobre la composición del queso y donde la promoción de la calidad sanitaria se hace a menudo en detrimento de la calidad organoléptica. O viceversa... Por otra parte, las reglas de uso garantizan la preservación de sistemas de producción sustentables y en adecuación con el medio natural y cultural, lo que es otro elemento para promover la MC del queso Cotija.

En 2005, se organizó por primera vez una catación de queso Cotija. El objetivo era de seguir avanzando en el proceso de calificación con la construcción de referencias sobre lo que debe ser un buen queso Cotija. Organizado por un grupo de académicos (los que trabajan desde el principio sobre el proyecto, apoyado por un investigador francés acostumbrado a ese tipo de cataciones), la catación reunió a unos veinte productores. Juntos establecieron los criterios para evaluar la calidad de un queso Cotija, con una calificación comprendida entre 1 y 5: tamaño, color, textura (externa, vinculada al uso de un tejido de maguey, una suculenta típica de México, que da una textura particular a la superficie), consistencia (de tajo, medio tajo o de grano, según que el corte de la pasta sea nítido o más granuloso) y sabor. Calificando cada criterio, clasificaron los quesos entre pares. Atrás de esos criterios, se destacan unas etapas claves para una producción de calidad: el trabajo de la cuajada, que requiere mucho cuidado y paciencia, la cantidad de sal utilizada y las condiciones de añejamiento aparecen como las etapas más determinantes para la elaboración del queso.

Este esfuerzo de calificación se justificó por el reconocimiento que recibió el queso Cotija en sus diversas salidas, nacionales como internacionales. Así, en las ferias regionales pero también en la ciudad de México o en otras ciudades, los productores de queso Cotija conocieron un gran éxito, simbolizado por el precio al cual lograron a vender su queso (hasta 200 pesos/Kg., mientras que estaban acostumbrados a venderlo a 30-40 pesos/Kg. antes del proceso de calificación, al igual que un queso tipo Cotija). Y el logro más importante simbólicamente para el reconocimiento y la fama del queso Cotija original fue cuando una pieza de ese queso, añejada durante dos años, ganó el

¹¹ Es importante señalar que el proceso de añejamiento permite la eliminación completa de la microflora nociva, según los trabajos de P. Chombo (comunicación personal).

premio de “Mejor queso extranjero” en el Campeonato mundial de quesos de calidad de Cremona, Italia, el 12 de noviembre del 2006¹². Eso impactó a los productores y también a las autoridades regionales, propulsando el queso Cotija de un estatuto de queso común, de baja calidad, a un estatuto de símbolo de la riqueza del patrimonio regional y nacional. Es particularmente importante en un país donde la gente tiende a desvalorizar lo local y sobrevalorar todo lo que viene del extranjero, en particular de Europa en cuanto a su tradición gastronómica y quesera.

4.2. Comercialización del producto

Podemos dividir la historia de la comercialización del queso Cotija entre tres fases:

- Un periodo de auge, desde el siglo XIX hasta los años 50-60;
- Una fase de decadencia, hasta el final de los 90’;
- Una nueva dinámica vinculada al proceso de calificación en los últimos años.

4.2.1. El auge del queso Cotija

El periodo de auge corresponde al tiempo de los arrieros. Permiten de difundir el queso en todo el país, especialmente hacia el centro y el sur-este del país. La producción de quesos es entonces una actividad rentable, que permitía “vivir bien”, según las afirmaciones de los productores. En 1960, la producción es de unas 45 toneladas en el Potrero de Herrera. Pero entre 1960 y 1997, el volumen de queso Cotija producido en el Potrero disminuye de 65%, especialmente en a partir del año 1985, para llegar a una producción de 15t/año. Como ya lo hemos mencionado, la competencia de quesos tipo Cotija y de otros quesos deja cada vez menos espacio en el mercado al queso Cotija. Simultáneamente, se intensifica el éxodo rural, vinculado con el abandono de los ranchos de ordeña. Así, aun cuando se mantienen los ranchos, muchos dejan de ordeñar (lo que se menciona como el abandono de los ranchos de ordeña) o disminuyen el número de vacas ordeñadas.

4.2.2. El deterioro de la posición del queso Cotija en el mercado

Los acapadores de quesos han reemplazado los arrieros, que desaparecieron con el desarrollo de las vías de comunicación, alrededor de los años 40 (Baisnée, 1989). Los acapadores son mayoristas y/o minoristas, enfocado a un mercado esencialmente regional (Barragán y Chávez, 1998). Los productores les llevan en una o dos veces toda su producción de queso, generalmente en noviembre-diciembre. Los quesos tienen entonces entre 2 y 3 meses de añejamiento en los ranchos. Los comerciantes los almacenan sin cuidado particular, y les venden en su tienda o a otro comerciante. Las relaciones son informales con los productores, pero generalmente, por “rutina”, son estables de un año al otro. El queso Cotija, a pesar de ser diferente de sus imitaciones, no es valorizado como tal. El productor recibe un precio no sensiblemente diferente que un queso tipo Cotija más fresco. Sin embargo, los comerciantes tienden a venderlo un poco más caro al Kg., para “cubrir” las pérdidas de peso vinculado a su almacenamiento. Frente a los productores, los comerciantes desprecian el producto, enfatizando los problemas de mermas¹³. Por lo cual lo consideran igual que un queso tipo Cotija, o

¹² La participación del queso Cotija a ese concurso se hizo a raíz de diversos encuentros oportunos de Rubén Álvarez, presidente de la Asociación Pro Sierra de Jalmich, que presentaremos más adelante. El gobierno de Michoacán apoyo financieramente esa participación.

¹³ Pérdidas por el proceso natural de añejamiento, que conduce a la pérdida de agua, o por diversos defectos: pudrimiento, “explosión” del queso, quesos “rezumando”, etc.

incluso peor por ser de rancho y entonces sospechosos (según las representaciones que se tiene de los ranchos y de las condiciones sanitarias en las cuales se hace el queso). Así tienen una posición dominante para fijar los precios a los productores, en situación de tomadores de precio. Durante muchos años los precios se estancaron, a 30-40 pesos/Kg., y las ganancias de los productores se deterioraron.

4.2.3. Nuevas oportunidades comerciales para el queso Cotija y proceso de calificación

Gracias al proceso de calificación, la situación empieza a mejorarse en los últimos años. El nuevo prestigio del queso, su MC obtenida en el 2005, el premio en Italia, el éxito en las ferias aumenta la autoestima de los productores de queso. La participación en el proceso les permite entender el valor real de su producción. El precio empieza entonces a subir, y en 2007 se compraba entre 60 y 70 pesos/Kg., o sea un aumento de más del 50%. La estructura del mercado no ha cambiado mucho, con los acapadores mayoristas y minoristas. Pero el mercado nostálgico de queso Cotija es cada vez más importante. El regreso de los emigrantes de la zona para las fiestas de fin de año genera un pico en las ventas, de diciembre a enero. El queso es comercializado principalmente en los pueblos alrededor de la sierra de Jalmich, aunque muchos de los compradores son en realidad turistas¹⁴ o emigrantes de visita en su zona de origen. Algunos productores han aprovechado la situación para vender directamente a esa clientela sus quesos, alcanzado precios de venta hasta 100 pesos en el 2006. El resto de la venta del queso se realiza hasta la Semana Santa (alrededor del mes de abril). Los comerciantes no han sido involucrados en el proceso de calificación. Por lo tanto lo consideraron al principio como un posible peligro para sus negocios. Pero se dieron cuenta que el mejoramiento de la calidad (o más bien de la regularidad en la calidad del queso), en particular sanitaria, es un beneficio también para ellos. Además, compensaron la subida del precio al productor por una alza similar del precio al consumidor, manteniendo así sus márgenes (unos 20 pesos por Kg., en venta al detalle).

Otros canales secundarios son de un lado el autoconsumo y las ventas en ferias. Las ferias han tenido un impacto importante para empezar a difundir el producto y probar su aceptación en otros mercados. Desde el año 2000, se organiza en Cotija la feria del queso Cotija, en el pueblo de Cotija, bajo el impulso de Rubén Álvarez, uno de los iniciadores del proceso de calificación. En las ferias locales, el éxito ha permitido de hacer redescubrir ese producto local que se desconocía cada vez más. En otras regiones del país (México, Querétaro), se comprobó que existe un potencial de nichos de mercado para el queso Cotija, como un producto artesanal y “gourmet”. Pero el impacto de las ferias sobre los volúmenes de venta no ha sido significativo hasta ahora.

La cuestión de la comercialización es clave para la sostenibilidad del proceso de calificación y validar los logros obtenidos. El objetivo es de desarrollar un mercado estable, donde el queso Cotija aparezca como un producto claramente diferenciado de sus imitaciones. El uso de la MC queso “Cotija región de origen” es el instrumento adecuado para cumplir este objetivo. Eso requiere de establecer los procedimientos de control y certificación que garantizan el respeto de las reglas de uso. Si el mercado local, especialmente la venta directa, no exige realmente tal proceso, una extensión y formalización del mercado necesita de establecer convenciones de calidad más explícitas, como la MC o la DO. El proyecto es de establecer una “Mesón del queso

¹⁴ Según las tiendas que vende queso Cotija. Es difícil de decir si son turistas que tienen algún vínculo con la zona o si se trata de turistas “clásicos”.

Cotija” en el pueblo de Cotija, como centro de acopio, control y comercialización del queso Cotija. Es un proyecto ambicioso, pero que debe ser bien especificado antes de su realización.

Llevados por la dinámica del proceso y ciertas expectativas más o menos realistas¹⁵, algunos productores piensan a exportar su producto, especialmente a los Estados Unidos, para surtir la demanda de los emigrantes. Esa demanda existe y es potencialmente muy lucrativa, conocida como mercado nostálgico. Pero todavía existen fuertes límites, vinculados a las normas para la exportación de queso y el registro de la marca. Parece más prioritario de desarrollar y anclar solidamente el queso Cotija en el mercado regional y nacional, antes de arriesgarse hacia otros rubros.

4.3. El camino del queso Cotija: del anonimato a una marca colectiva reconocida

El proceso de calificación que ha permitido al queso Cotija encontrar nuevas oportunidades es una compleja mezcla de encuentros, metas, circunstancias oportunas, que movilizaron y siguen movilizándolo a muy diversos actores. Trataremos aquí de restituir ese proceso complejo y sus diferentes fases.

4.3.1. Origen del proceso de calificación: constataciones académicas

El elemento que pone en marcha el proceso de calificación se origina en la toma de conciencia por parte de dos investigadores del potencial del queso Cotija, como producto de calidad, y de las amenazas para su supervivencia. Por un lado, Esteban Barragán, investigador en geografía humana en el Colmich (Colegio de Michoacán) y originario de la Sierra de Jalmich, realiza una investigación sobre la situación socioeconómica de los ranchos de esa Sierra y la evolución de la actividad quesera. Su constatación es clara: “el queso Cotija se nos va de las manos” (Barragán y Chávez, 1998). Sus familiares siguen viviendo en los ranchos, por lo cual dispone de muchos elementos para entender la situación. Sus principales constataciones son los hechos históricos que ya hemos mencionados. La producción tradicional de queso Cotija se enmarca en la historia del lugar y es clave para la reproducción socioeconómico de los sistemas rancheros, que garantizan el mantenimiento de la población en la sierra a través de un sistema de producción sustentable, en plena adecuación con las condiciones de la zona. Pero la degradación de las condiciones de venta del queso, junto con las condiciones difíciles de vida y la atracción para una vida a priori más cómoda y “más rentable” en las ciudades y en EE.UU., han debilitado este sistema. Entró en un círculo vicioso entre éxodo rural y abandono de los ranchos de ordeña, que parece conducir a la progresiva pero segura desaparición del queso Cotija. La cuestión de la preservación de ese queso se vincula entonces con el mantenimiento de la población y de la cultura ranchera de la Sierra de Jalmich. Barragán piensa entonces que la alternativa de la DO podría permitir de rescatar el queso Cotija, protegiéndolo de la competencia desleal de las imitaciones, y con ello permitiendo a los rancheros mejor ingresos. Pero la idea es también de garantizar al consumidor una cierta calidad y no engañarlo.

¹⁵ Hubo una propuesta al final del año a unos productores de parte de un comprador de Boston. Pero, además que no se sabe nada de los requisitos para la exportación en Estados Unidos, después de una primera oferta con un precio muy alto, se propuso unos 100 pesos/Kg., o sea el precio que localmente y sin riesgo obtuvieron unos productores en 2006 en venta directa.

En paralelo, Patricia Chombo, investigadora en química y tecnología quesera en el CIATEJ (Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y diseño del Estado de Jalisco), se interesa a finales de los 90' a los quesos tradicionales de México. Frente a las dificultades de los productores de leche, piensa que los quesos tradicionales pueden ser una buena alternativa para agregar valor a la leche. El esquema de la DO le parece un buen sistema para defender esos quesos, cada vez más debilitados en el mercado. Su proyecto consiste en detectar los productos que potencialmente podrían entrar en un esquema de calificación con DO. Quiere entonces caracterizar la calidad, tanto sanitaria como nutricional y sensorial, de la leche y de los quesos producidos en varios lugares de Jalisco, recolectando muestras. Es así que empieza a interesarse a la sierra de Jalmich y rápidamente se da cuenta que se produce allí una leche de muy buena calidad y un queso añejo muy típico, que no pensaba encontrar en México, el queso Cotija. Por casualidad, el evaluador de su proyecto para conseguir fondos es Barragán... Es así que se va a encontrar y ensamblar las dos visiones, los dos enfoques, en el marco del cual va a surgir el proceso de calificación. Ese encuentro va a permitir que se tome en cuenta los diferentes aspectos del producto y del proceso: tecnológicos, económicos, sociales, culturales, etc.

Por otra parte, un conocido de P. Chombo, Rubén Álvarez, médico veterinario residente en el pueblo de Cotija, entra en 1999 como regidor del municipio de Cotija. Gracias a su entusiasmo para el proyecto de los dos investigadores, consigue el apoyo del municipio de Cotija y permite de complementar el proceso con el aspecto institucional y político que son a menudo clave en los procesos de calificación de productos locales. Se integra en el proyecto como promotor cultural y organiza en la cabecera municipal la primera feria del queso Cotija en el 2000 (que se realiza desde entonces cada año).

4.3.2. Los primeros pasos del proceso: movilización de los actores

Es importante destacar que el origen del proceso de calificación se debe claramente a estas tres personas. Sin embargo los productores no se dejan de lado. Simultáneamente con las tomas de muestras de leche y quesos, se organizan charlas sobre la DO y las perspectivas de sus beneficios para el queso Cotija. Así poco a poco, se involucran los productores, ellos se organizan, y se involucran a cada vez más actores, especialmente a organismos públicos, de todos los niveles (municipales, estatales y federales). Veremos más adelante todos los diferentes actores y las dinámicas colectivas que animaron el proyecto y nos enfocaremos en esta parte en el proceso de obtención de una protección oficial para el queso Cotija. Lo importante es que a raíz del proyecto de los investigadores, se diseña un marco organizacional para sostener el proceso de calificación: la Asociación Regional de Productores de Queso Cotija (ARPQC), creada en octubre del 2001, en la cual participan los rancheros interesados, y la asociación civil Prosierra de Jalmich (PSJ), creada en enero del 2003 que reúne a todos los actores involucrados (investigadores, promotor cultura, productores, organismos públicos, etc.). Los productores, de forma individual como de forma colectiva (la ARPQC), no tienen realmente la capacidad para llevar a cabo solos el proceso. Si son motivados para el proyecto, no tienen los conocimientos sobre el marco legal e institucional ni las capacidades, el tiempo y los recursos necesarios para cumplir con los trámites administrativos. De costumbre aislados en su sierra, no son especialistas en “tramitología”, una ciencia necesaria para poder navegar en la administración pública mexicana...

En el 2001, los primeros avances son los datos recolectados por P. Chombo y un núcleo de 8 productores organizados formalmente en la ARPQC. Para ir más adelante en el proyecto, se piensa a enfocarse sobre la obtención de una protección oficial para el queso Cotija. Se toma contacto con el IMPI, pero no se sabe muy bien como proteger el queso Cotija, ya que no existen antecedentes de protección de un producto alimenticio artesanal. Pero se escuchan que varias personas, de diferentes partes del país, están tratando de registrar la marca “Cotija”. La obtención de una protección es entonces urgente para poder seguir con serenidad el proceso. Frente al escepticismo del IMPI sobre una DO y por ser más rápido y sencillo, se opta para solicitar primero la MC. La solicitud se hace el 28 de abril del 2003 por parte de la ARPQC, que pagó los trámites de con las cotizaciones de los productores. Pero en los hechos es la PSJ, manejada por las tres personas al origen del proyecto (los dos académicos y el promotor cultural, que de aquí en adelante llamaremos “los 3L” como Líderes del proceso de calificación), que se encarga de todos los trámites.

4.3.3. El difícil camino para la protección comercial del queso Cotija

Como lo vimos, la ley sobre el registro de marcas, que se aplica también a las marcas colectivas, especifica que no se puede registrar como marca una denominación geográfica. Parece entonces un poco confuso que el IMPI considera la MC como un instrumento de protección de las IG. De hecho, no se puede registrar la marca queso “Cotija”. Propone entonces el IMPI de registrar la marca “Cotija región de origen”, la mención “región de origen” siendo una mención que, aparentemente, permite utilizar una denominación geográfica sin desviarse de la ley. El IMPI contesta el 25 de agosto del 2003 que existen anterioridades, es decir que ya se trató de registrar una marca similar o muy parecida a la marca solicitada, solicitudes a las cuales el IMPI aun no contestó. Se trata de “queso cotijita” (por una empresa quesera de Chihuahua) y “Cotija” (por un habitante de Cotija, que se enteró del proyecto y quiere registrar la marca para todo tipo de producto). Se reitera la respuesta del IMPI el 22 de septiembre del 2003. El ARPQC contesta entonces que según el marco legal en vigor, esas anterioridades no valen porque por una parte el término “queso” es un término genérico, una clase de producto, que no puede ser registrado como marca. Por otra parte, “Cotija” es el nombre de un lugar, lo que tampoco se puede registrar. “Cotijita” se considera como el diminutivo de una denominación geográfica, y entonces se aplica la misma interdicción. Pero el proceso se alarga, mucho más allá de los 6 meses de plazo previstos. La oficina regional del IMPI aporta todo su apoyo al proyecto, pero la decisión se toma a nivel central, en la ciudad de México. El IMPI se tardará un año y medio para al final otorgar la marca colectiva “Cotija región de origen” a la ARPQC el 22 de febrero del 2005 (ver foto 2). El poco entusiasmo del IMPI nos hace pensar que existían conflictos de interés sobre este asunto. La PSJ pudo contar sobre el apoyo de unos políticos, en particular el gobierno del estado de Michoacán, apoyo tanto político como jurídico para conseguir la MC, y levantar los frenos vinculados al conflicto de interés que la obtención de esa marca pudo generar con otros queseros del país, con más poder socioeconómico. Además, como ya lo hemos señalado, es la primera vez que se da en México tal proceso de calificación para un producto alimenticio artesanal, producido por unos cuantos pequeños productores. Por eso el IMPI no tiene la costumbre de manejar tal asunto, lo que pudo frenar el proceso.

Hasta ahora no se ha utilizada la marca colectiva, por varias razones. Primero es importante poder garantizar las condiciones previstas en las reglas de uso. En este

sentido, se entregaron en junio del 2007, durante la reunión más reciente de la PSJ, los primeros certificados de hato libre de tuberculosis y brucelosis. También la PSJ ha previsto la construcción de un laboratorio para realizar los análisis necesarios para la leche y los quesos (en el marco de la Mesón del queso Cotija). También la cuestión clave es de desarrollar los circuitos comerciales en donde se podrá insertar el queso Cotija con esa marca. De hecho, en los circuitos tradicionales, no se hace tan necesario esta protección: la proximidad entre productores y acapadores, y la venta local del producto, cumplen en alguna forma las funciones de garantías sobre la calidad (lo que por supuesto no impide un uso local de la MC, en particular para desarrollar su fama). Es necesario a este nivel un estudio de mercado que permite desarrollar una estrategia sobre el desarrollo comercial que se puede dar al queso “Cotija región de origen”, y con que tipo de estructura y organización comercial.



Foto 2: la marca colectiva del queso “Cotija región de origen” (el logotipo central es el que se registró oficialmente)

Paralelamente, no se abandona la idea de conseguir una DO, que parece a los 3L como la forma más adecuada y completa de proteger al queso Cotija como un producto local. Así, mientras que la MC todavía estaba en trámite, y tal vez por “desesperación” en cuanto a los avances, se solicita la DO para el queso Cotija el 20 de mayo del 2004, durante el evento que celebra los 20 años de la DO Tequila. La solicitud es completa: datos del solicitante; interés jurídico; señalamiento de la DO; producto; localización geográfica; vinculación entre denominación, producto y territorio, reglas de uso e investigaciones histórico-sociales y tecnológicas. El expediente es completo¹⁶, y para una persona informada sobre lo que es una DO, y según la ley mexicana, no hay duda sobre el hecho que el queso Cotija pueda pretender a una DO. De hecho, hemos visto que la especificidad del producto y su anclaje territorial son muy fuertes.

Según lo acordado, es la PSJ que presenta la solicitud. Pero 3 meses después, el IMPI afirma que el PSJ no es habilitado por hacer solicitud, ya que integra a los investigadores y al promotor cultural que, según el IMPI, no tienen el interés jurídico para realizar tal trámite. Esos tienen entonces que justificarlo, lo que no es tan difícil

¹⁶ El expediente no hace referencia a una NOM, puesto que no existe para el queso Cotija. Por lo tanto, tampoco se habla de un consejo regulador. Pero como hemos visto, esos dos puntos son recomendados pero no obligatorios para la obtención de una DO.

puesto que los centros de investigación para los cuales trabajan son centros públicos, dependientes del gobierno y dedicados, según sus estatutos, a apoyar el sector productivo... Al final la solicitud es rechazada el 22 de noviembre del 2004, por motivo que los productores no son suficientemente organizados para manejar una DO, pero más bien porque el IMPI considera la denominación “Cotija” como una denominación genérica para un queso. Según el IMPI, su misión en cuanto a las DO es reconocer las DO que ya existen, no de crearlo. Su razonamiento es de decir que el queso Cotija es más bien reconocido como un producto genérico por el consumidor, por lo cual no se justifica la DO. Volvemos en la problemática de un marco legal e institucional, que favorece más la no exclusión comercial que una cierta visión sobre el desarrollo territorial a través de la defensa de productos con calidad territorial.

Lo interesante en ese proceso de calificación, es que conjuntamente a los trámites legales, se hace un esfuerzo para avanzar en innovaciones técnicas y organizacionales que apoyan ese proceso de calificación. Se cumple con el objetivo de una hibridación entre saber local y saber científico para preservar la tipicidad de un producto local, adaptándolo al mismo tiempo a las exigencias actuales del mercado. Así, se maneja la calificación en el marco de un proyecto más amplio, que incluye el mejoramiento de las infraestructuras públicas, el incremento de la calidad sanitaria, a través la promoción de nuevas prácticas y de nuevos equipos e instalaciones en los ranchos. Sin esos esfuerzos, sería inútil de solicitar una protección para un producto incapaz de ofrecer ciertas garantías al consumidor, especialmente en términos de inocuidad. También sería inútil si al mismo tiempo no se reflexiona a las necesidades de los productores de este queso, más allá de la cuestión de la comercialización, para mejorar su calidad de vida. Eso implicó una serie de actores de todos tipos, cuya coordinación permitió lograr grandes avances, y que siguen trabajando en este sentido.

5. Los actores y la organización colectiva

5.1. La necesidad de incluir actores de todos los ámbitos para fomentar la interinstitucionalidad y la multidisciplinariedad.

Vamos en este parte enfocarnos sobre los diferentes actores involucrados en el proceso de calificación del queso Cotija. Al origen del proceso, hemos visto que son dos académicos y un promotor cultural. El promotor cultural, regidor del municipio de Cotija hasta el 2002, es desde su creación el presidente de PSJ. Esas 3 personas, los 3L, forman el equipo que anima y lidera el proceso de calificación. Cada uno tiene una visión determinada por su historia propia y su formación. La visión de la química es desde luego diferente de la del geógrafo, originario de la sierra de Jalmich. Pero la fuerza de los 3L ha sido de usar esas diferencias para complementar sus posiciones y desarrollar un proyecto integral. Tienen como objetivo de rescatar el queso Cotija y protegerlo de la competencia de imitaciones, para permitir la reproducción de los sistemas productivos y culturales que se vinculan con este producto. Para eso, tienen varios objetivos específicos:

- Motivar a los productores, en particular mejorando su situación económica. Organizar los productores y hacer coincidir sus organizaciones con los requisitos oficiales de organización (para ser representado y tener acceso a los apoyos);

- Involucrar a las instituciones públicas de manera concreta, coordinada y a largo plazo en proyectos de apoyo a los productores.;
- Fomentar la multidisciplinariedad para involucrar de manera eficiente a los académicos en los procesos de desarrollo;
- Acompañar los productores en las innovaciones técnicas y organizacionales necesarias para llevar a cabo el proceso de calificación y el reconocimiento de la DO.

Los actores principales del proceso lo constituyen por supuesto los productores. Se estima que la sierra de Jalmich agrupa a unos 200 productores y su familia (o sea 200 ranchos), que producen cada uno de 400 a 1500 Kg. de queso al año, o sea aproximadamente un total de 400t/año para toda la sierra. Existen varios niveles de organización de los productores. Primero, a nivel informal, están los 25 grupos vecinales, que reúnen de 5 a 10 familias cada uno, incluyendo a los 200 productores de la sierra. La mitad de esos grupos se constituyeron en cooperativa u otra figura legal, con el fin de poder captar los apoyos públicos. Se formaron esos grupos al principio del proyecto, con la idea de juntar las opiniones de la gente de los problemas que deben enfrentar los productores de queso Cotija. Cada grupo nombró a un representante para presentar esas visiones en la asamblea constitutiva de la PSJ. A nivel formal, se constituyó a finales del año 2001 la ARPQC, que agrupaba a finales del 2007 a 93 productores, o sea la mitad de los productores de queso Cotija de la sierra de Jalmich. El objetivo de esa asociación es tener una representación oficial de los productores frente a los organismos de apoyo. La ARPQC es la propietaria de la marca colectiva. Su otro objetivo es de fomentar la organización entre los propios productores, el intercambio y la coordinación y cooperación entre ellos. El aprendizaje de la autogestión es uno de los retos más importante de ese proceso de calificación. El objetivo principal de los productores y su motivación para participar al proceso de calificación es poder vivir de su actividad, sin necesidad de emigrar, y preservar su estilo de vida y su cultura. Más adelante veremos de manera más profunda la implicación de los productores en el proceso.

La Pro Sierra de Jalmich (PSJ) es una asociación civil, creada en enero del 2003. Anteriormente, se constituyó de manera informal el Consejo Regional para la Certificación¹⁷ (CRECER), bajo el impulso de los 3L, para coordinar la acción de los diferentes actores y sostener el proceso de obtención de la DO¹⁸. La PSJ es la forma oficial que tomó este consejo. Se compone de (ver en anexo 7 el organigrama de la PSJ):

- los productores
- los académicos, el promotor cultural y otros profesionistas
- las entidades públicas y los organismos públicos de apoyo y de fomento
- el IMPI, a nivel regional y nacional.

En la PSJ, los productores son representados a la vez por el comité directivo de la ARPQC y por los representantes de los 25 grupos vecinales, cada uno con voz y voto. Los 3L y 6 profesionistas que apoyan al proyecto (el contador, apoyos políticos, etc.) tienen también voz y voto. El IMPI y las entidades y dependencias públicas sólo tienen un papel de apoyo y de asesoría, no pueden votar.

¹⁷ No se trata de una certificación en el sentido de verificación, pero en el sentido de la obtención de una protección para la denominación del queso Cotija.

¹⁸ Según el IMPI, la solicitud de la DO y de la MC debía pasar por una asociación civil, lo que al final no fue tan cierto: la MC fue tramitada por la ARPQC y hubo problema cuando la PSJ solicitó la DO.

Al centro de la acción de la PSJ está llevar a cabo el proyecto de “Potencialización del patrimonio cultural de la Sierra Jalmich”, que presentaremos más adelante.

Las entidades y dependencias públicas involucradas en la PSJ son principalmente:

- Los 6 municipios (Cotija, Buenavista, Tocumbo, Quitupan, Santa María del Oro, Jilotlan): deben hacer el vínculo entre los productores y las otras instancias públicas. A veces reciben y gestionan dinero conseguidos para los proyectos (en particular el dinero destinado a la construcción de caminos y puentes). Los objetivos que tienen son “cambiantes”: debido al cambio del equipo municipal cada 3 años, es difícil de tener una continuidad en la visión y las acciones de los municipios. Así, de un periodo al otro, se destaca más el apoyo de tal o tal municipio. El municipio de Cotija se encarga de la organización de la feria anual del queso Cotija, a final de año.
- A nivel federal, a través de sus dependencias estatales, está involucrada la SAGARPA (Secretaría de Agricultura y Ganadería). Dos organismos de fomento y de financiamiento destinado a las pequeñas empresas están también involucrados: FIRCO (Fideicomiso de Riesgos Compartidos, para los agronegocios), que depende de la SAGARPA y FONAES (Fondo Nacional de Apoyo a Empresas Sociales), que depende de la SE (Secretaría de Economía). Sus objetivos es la aprobación y aplicación de programas de apoyo a los agronegocios y empresas sociales. Por ejemplo, FONAES organiza varias ferias en el país (en la ciudad de México en particular) para los productores artesanales y paga los gastos de los productores. FIRCO financió la construcción de techos para realizar la ordeña en mejores condiciones sanitarias.
- A nivel estatal, participan la SEDER (Secretaría de Desarrollo rural, Jalisco), el SUPLADER (Subcomité de Planeación para el Desarrollo Regional) y la SEDAGRO (Secretaría de Desarrollo Agropecuario), de Michoacán. Su objetivo es de apoyar el desarrollo rural y agrícola, en particular se gestionó la construcción de caminos y puentes en la parte michoacana de la sierra. Esas dependencias, sean estatales o federales, tienen un comportamiento variable, según los cambios políticos, en particular a nivel de los estados. Además, existen diferencias entre las entidades de cada estado, tanto de visión como de programas. El FONAES de Jalisco es más dinámico y otorgó más apoyos a los productores, en forma de créditos en particular, por lo cual los de Michoacán a veces no tienen las mismas oportunidades que sus colegas de Jalisco. Se trató de integrar todas esas instituciones en un comité interestatal para apoyar el proyecto de la PSJ y evitar la dispersión y la descoordinación, pero ese comité no ha logrado realmente funcionar.
- El IMPI: participa la oficina de Guadalajara. Su objetivo es de registrar y proteger las marcas colectivas y denominación de origen. La oficina de Guadalajara tiene un papel de acompañamiento, pero es en la ciudad de México donde se toman las decisiones.

5.2. Participación y organización de los productores: el difícil reto de romper con el individualismo histórico y cultural

5.2.1. Romper la tradición de aislamiento e individualismo de los rancheros para crear una dinámica colectiva

Antes de que empezara el proceso de calificación, los productores de queso Cotija eran globalmente desorganizados. Se caracterizan por su individualismo, rasgo común en México (y en muchas partes del mundo...), reforzado por las características de la sociedad ranchera. Como la tenencia de la tierra se basa en la pequeña propiedad privada, no hubo un manejo común de la tierra, como en el caso de los ejidos¹⁹. Cada uno trabaja por su cuenta, sin tener que rendir cuentas a nadie. El aislamiento de los ranchos reforzó este carácter, por la distancia de un rancho a otra que impide encuentros frecuentes entre rancheros. El aislamiento concierne también la relación con los otros sectores de la sociedad: con el difícil y escaso acceso a los centros urbanos, junto a una tendencia a ignorar este sector de la población por parte de las entidades político-administrativas. Los rancheros no fueron objeto de políticas de apoyo, que muchas veces originaron las organizaciones formales de los productores para tener una representación en la sociedad²⁰. Los rancheros son entonces bastante autónomos el uno del otro y en cuanto al resto de la sociedad mexicana. De hecho, muchos no tenían ni credenciales de elector, que apenas solicitaron para poder integrar oficialmente la ARPQC.

Pero dos elementos básicos de coordinación entre los productores caracterizan esa sociedad. Primero la solidaridad familiar tiene un papel importante, aunque a menudo limitada al núcleo familiar (a pesar de que muchos rancheros tienen lazos familiares entre sí). Esa solidaridad permite la repartición del trabajo entre todos los miembros de la familia para cumplir con las múltiples actividades vinculadas con la producción del rancho, en particular la producción de queso. Los emigrantes mandan el dinero necesario para permitir a la familia que se quedó en el rancho de sobrevivir, incluso de invertir. Por otra parte, en la sierra, la comunicación por radio juega un papel particular en la vida social de los rancheros, ya que asegura el intercambio de información. Cuando uno llega a la casa de un rancho, siempre está encendida la radio, que permite romper su aislamiento e incrementar la proximidad entre productores. Al igual que permite difundir las informaciones sobre los diversos proyectos (avances, fecha y lugar de las reuniones, etc.), es también el medio de difusión de rumores más o menos exactas, que a veces generan incomprendimientos y tensiones entre los actores.

Uno de los primeros retos para el proceso de calificación fue entonces de promover la organización progresiva de los productores, paso necesario para poder defender

¹⁹ Los ejidos son el resultado de la reforma agraria mexicana y del reparto de las tierras. Se constituyeron con la atribución de tierras a grupos de familias, repartiéndose de manera equitativa los lotes de tierra entre cada familia. Cada familia puede cultivar las tierras atribuidas, pero no puede ni venderla ni alquilarla. Un consejo ejidal rige el funcionamiento del ejido. Este forma de tenencia de tierra es la más común en el país y ha marcada la historia agraria de México desde los años 30. A pesar de la reforma de 1992 que permite la venta y el alquiler de las tierras ejidales, el sistema del ejidal sigue siendo muy difundido en el país.

²⁰ Entre los ejidatarios, los comunitarios indígenas y los grandes propietarios, tanto el sector político-administrativo que la academia tuvo tendencias muchos años a olvidarse de los rancheros, a menudo aislados en zonas marginadas, sobreviviendo sin reclamar nada, tal vez por su poca capacidad a constituir un grupo de interés homogéneo y por su carácter autónomo.

colectivamente el queso Cotija. Se empezó el trabajo con un grupo de 8 ranchos, de la localidad de Lourdes, motivados por el proyecto de los 3L. Se hicieron las primeras pruebas de leche y queso, las primeras pláticas sobre la denominación de origen, la calidad sanitaria y se constituyó la ARPQC a finales del 2001, con esos mismo productores.

5.2.2. Primeros logros en el proceso de organización de los productores

En el 2002, se constituyeron los grupos vecinales. La idea era de agrupar la gente para que exprese sus necesidades vía un representante que eligieran. Así se promovieron la reunión de los rancheros vecinos en grupos informales de 5-10 ranchos, sin restricciones ni requisitos otros que de expresar su visión sobre la situación de los ranchos y de la producción de queso Cotija. Así, los 25 representantes participaron a la constitución de la PSJ y destacaron la multidimensionalidad de los problemas. No sólo es un problema de comercialización, pero también faltan muchos elementos para mejorar la calidad de vida en la sierra: problemas de los caminos, falta de servicios básicos, infraestructuras productivas, etc. Por lo mismo se decidió de avanzar simultáneamente sobre varios asuntos claves para el proceso de calificación y el desarrollo de la zona: caminos, calidad sanitaria, equipamientos, etc. Poco a poco, los académicos se ponen en contacto con más y más productores: toma de muestras, pláticas, proyectos para la construcción de caminos. Junto a la circulación de la información entre productores, eso permitió interesar nuevos productores, lo que se concretizó con una asamblea general de la ARPQC en abril 2004, en la cual se integraron 60 productores. Poco a poco, se interesaron más productores en la dinámica del proceso, por lo cual hoy son 93 productores que integran la ARPQC, o sea la mitad de los productores de la sierra de Jalmich. El interés principal que tienen a integrarlo viene de los logros que se han venido alcanzados: ferias, mejoramiento de la calidad, reconocimiento, diversos apoyos individuales y colectivos otorgados a los productores, etc. A pesar de eso, la mitad de los productores no se motivan, principalmente por desconfianza en el proceso colectivo. Además, los productores que no están en la ARPQC benefician indirectamente de muchos de los alcances obtenidos en el proceso: precios más altos, caminos, ciertos programas (como la campaña para tuberculosis y brucelosis).

Los requisitos para integrar la ARPQC son sencillos: ser un productor de queso Cotija auténtico, ubicado en la zona delimitada en las reglas de uso de la MC. Se debe solicitar la integración en la asociación al comité directivo, solicitud que debe ser aprobada en asamblea general, y pagar una cuota de entrada de 500 pesos (no hay cuota anual por el momento). La ARPQC es dirigida por un comité directivo (presidente, secretario y tesorero) y un comité de vigilancia. Esos puestos son ocupados por los productores al origen de la constitución de la asociación. Ese grupo asume desde entonces el liderazgo, a pesar de las dificultades por la falta de tiempo y de recursos de los directivos (no hay presupuesto para sus actividades vinculadas a su función). Según el presidente de la ARPQC, a menudo es escasa la implicación y la motivación de los productores, que dejan todo el trabajo a los líderes de la ARPQC. No significa que existe una gran confianza hacia los líderes, más bien es lo más cómodo para los productores, que de tal forma no involucran tiempo y recursos. De hecho, uno de los principales problema es mantener la motivación de los productores, a pesar de la baja frecuencia de las reuniones²¹ y de la falta de liderazgo entre los productores. Su implicación en el

²¹ Las reuniones de la ARPQC se hacen con una frecuencia promedio de 6 meses. Durante la estación de lluvia, los productores son generalmente demasiado ocupados y no pueden dejar el rancho, por lo cual en

proyecto tiende a ser dispersa y escasa. Pero no significa que no se implicaron para nada en el proyecto: participaron en el proyecto para mejorar las carreteras, a las ferias, a las cataciones de queso. Hicieron esfuerzos notables para el mejoramiento de la calidad de los quesos (inocuidad y regularidad/homogeneidad de la producción), por la incorporación de los cambios técnicos identificados a través de las pruebas e intercambios con los académicos. Eso incluye no solamente el mejoramiento de infraestructura y equipos, con el apoyo de diversos organismos, pero también se vincula con un cambio de visión y comportamiento. Hubo una buena aceptación de los cambios, a pesar del costo en tiempo y dinero que esos podían representar. De hecho, las reglas de uso elaboradas por los 3L fueron muy bien aceptadas, aunque todavía no se han confrontado con la obligación de su puesta en práctica (ya que todavía no se usa la marca)... Pero es importante destacar que a menudo son los mismos productores (unos 30-40) que se implican realmente en el proyecto, participan, mientras los demás se quedan más pasivos, observadores.

5.2.3. Riesgos para el mantenimiento de la organización entre los productores: falta de liderazgo y de autonomía y asimetrías entre productores

Dentro del grupo de productores activos, podemos identificar dos grupos, más activos que los demás. Por una parte está el grupo de los iniciadores, alrededor del presidente de la ARPQC y del comité de vigilancia. Avanzaron bastante sobre las cuestiones de calidad y de mejoramiento de las infraestructuras productivas, y piensan ya en desarrollar nuevos circuitos de comercialización, pero no siempre con la visión adecuada. Tienen la voluntad de empezar a exportar queso hacia los EE.UU., aunque no se den cuenta realmente de los cumplimientos que eso requiere. Por otro lado se distingue el grupo de Santa María del Oro. Tienen un nivel de organización más elevado que los demás. Aparte de su pertenencia a la ARPQC desde 2004, ya tenía una asociación ganadera activa. Conformaron un grupo tipo GGAVATT²², apoyado por un técnico presente de manera permanente en el municipio, que organiza cada mes visitas de explotaciones, pláticas técnicas, etc. El hecho que los ranchos en esta zona sean cercanos de la cabecera municipal, por lo cual muchos productores viven en el pueblo, puede explicar que sean más organizados. Esos productores son los que venden directamente su producción a los emigrantes en la época de Navidad, por lo cual son los que consiguen los precios más elevados.

Los dos grupos más avanzados empiezan a hacer sus propios proyectos aparte, aunque no siempre tienen la capacidad de elegir las buenas opciones y no se dan cuenta de los retos y riesgos (proyecto de exportación a EE.UU., proyecto de una quesería colectiva²³, etc.). Esos grupos tienen potencialmente dos maneras de evaluar: o se apartan del grupo y fomentan su división, o al contrario desarrollan el liderazgo entre los productores y

este periodo, de junio a noviembre, no hay reuniones. Además, los caminos son difícilmente practicable en este periodo.

²² Grupos de Ganaderos de Validación y Transferencia de Tecnología.

²³ Este proyecto de quesería puede parecer muy atractivo para los rancheros, ya que tendrán menos trabajo y complicaciones para organizar la actividad del rancho. Pero sería muy difícil llevar la leche todos los días a una quesería, dado el aislamiento de los ranchos y su repartición en la sierra. Además, sería un primer paso peligroso hacia la pérdida del valor agregado, vinculado al queso más que a la leche. Y más que todo sería una apertura hacia la industrialización de la elaboración del queso y significaría la desaparición de una organización de la producción estrechamente que confiere al producto su calidad territorial.

permiten de reforzar la coherencia y la capacidad de autogestión del grupo de productores, en particular a nivel de la ARPQC.

De hecho los productores son todavía bastante dependientes del apoyo de la PSJ y de los 3L en particular. En el proceso de calificación, fueron como “espectadores-beneficiadores”. No se apropiaron el marco legal e institucional, las ventajas, implicaciones y límites vinculados a una marca colectiva o una denominación de origen. No hubo tensiones para la aceptación de las reglas de uso, pero no participaron directamente a su elaboración, sino que fue más bien un acuerdo pasivo. Por falta de tiempo, recursos y capacidad, no pudieron hacer las gestiones necesarias, los trámites administrativos pesados; igual para las diferentes solicitudes de apoyo a los organismos públicos. Tampoco se desarrolló un verdadero liderazgo en el grupo, por lo cual sigue necesario acompañar a los productores. Existen de hecho varios límites y amenazas que tendrá que superar. Pueden aparecer tensiones acerca de lo que hace un grupo de productores (aparte de los demás) o, más frecuentemente, de lo que se hace a nivel de la PSJ (los 3L), a menudo vinculadas con falta de comprensión y el largo plazo que separa cada reunión. También existe un riesgo de división entre grupos: unos avanzan más rápidos y son más organizados y motivados (el grupo de Santa María del Oro; y el grupo vinculado a los líderes de la ARPQC). También captan más apoyos de los organismos, por su dinamismo, y por ser más fácil de conseguir apoyos de un organismo cuando un producto ya es conocido. Otros se quedan atrás y no progresan a la misma velocidad. Existe entonces un riesgo de que con el tiempo se descomponga el grupo, los más dinámicos y avanzados dejando a los más pasivos. Eso es problemático cuando se trata de un proceso de calificación de un producto local, por naturaleza un proyecto colectivo. No hay por el momento un liderazgo que podría impedir esa división, aparte con los 3L. En este nivel pero también a nivel de las relaciones productores/Estado y en la gestión del proceso de calificación, la falta de autonomía de los productores se hace sentir de manera muy fuerte, por lo cual parece imprescindible el apoyo de los 3L para que siga el proyecto. La autonomía de los productores es uno de los retos más fuertes que se tendrá que enfrentar en los próximos años.

5.3. Alcances y límites en la coordinación de los actores y acciones colectivas

Como ya hemos dicho, antes del proceso de calificación, había poca coordinación entre los productores y aun menos entre esos y los organismos de apoyos. Los rancheros desconocían los diferentes apoyos que podían solicitar, como tramitarlos, y los organismos desconocían a los rancheros. La creación de la PSJ ha permitido de acercar esos diferentes actores, de hacer conocerse el uno al otro. La constitución de la ARPQC dio una representación oficial a los productores, condición necesaria para existir frente a los organismos públicos. Luego, esos se dieron cuenta de que una de las cualidades de los rancheros es de ser gente honesta, es decir que vuelven el dinero prestado y cumplen con los programas en las cuales se involucran (lo que no siempre es evidente). Por esa razón los organismos mostraron rápidamente un cierto entusiasmo a apoyar esos productores e involucrarse en el proceso de calificación.

5.3.1. La Asociación Civil Pro Sierra de Jalmich, elemento central en la coordinación del proceso de calificación del queso Cotija

En el seno de la PSJ se reparten las funciones entre los diferentes actores y se coordinan los esfuerzos de cada uno, con una visión a largo plazo. La acción de la PSJ se

fundamenta en el proyecto de “Potencialización del patrimonio cultural de la sierra de Jalmich”, iniciado por el Colmich. Su objetivo es de llevar a cabo la protección y la certificación del queso Cotija con una denominación de origen, y de hecho con una marca colectiva en una primera fase. Pero más allá de sólo enfocarse sobre este punto, el proyecto contempla todas las dimensiones necesarias para el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de la sociedad ranchera de la sierra de Jalmich. El plan rector prevé cuatro ejes de acción: organización, producción y calidad, gestión y financiamiento, comercialización. Esos ejes se desarrollan en varios puntos (PSJ, 2004):

- Acompañamiento organizacional (Grupos Vecinales; ARPQC, municipios y PSJ);
- Arranque y operación de la Asociación Civil PSJ (comité directivo, reuniones, etc.);
- Infraestructura y servicios básicos (red de vías de comunicación, energía, vivienda y programas en general de atención social);
- Infraestructura de producción y equipamiento (medio ambiente, agostaderos, ganado, corrales de manejo, salas de ordeño, queserías, equipo de proceso y de control de calidad);
- Continuación y ampliación del programa de calidad y certificación (ampliación de la cobertura del programa de calidad a todos los municipios de la región, establecimiento de prácticas y verificación de su cumplimiento);
- Optimización agropecuaria (sustentabilidad del sistema de producción, sanidad animal y de los productos agropecuarios.);
- Acompañamiento tecnológico y capacitación (hibridación de conocimientos, diseños, prototipos y propuestas de adecuaciones técnicas aplicables);
- Diseño y arranque de promoción y difusión.
- Continuidad de la Feria Regional del queso Cotija.
- Desarrollo de líneas alternativas de comercialización.
- Registro de la Marca Colectiva y de la Denominación de Origen del queso Cotija.

La dinámica de la PSJ y de su proyecto es llevada por los 3 iniciadores del proceso (los dos académicos y el promotor cultural). Los productores son más seguidores que innovadores. Los 3L orientan los proyectos y el proceso de calificación, los presentan a los productores y los consultan, y luego también llevan a cabo los trámites y acciones necesarios. Existe una gran dependencia cognitiva, financiera y administrativa-organizacional de parte de los productores.

5.3.2. La implicación de las instituciones públicas en el proceso

Los organismos de fomento y financiamiento (y el IMPI) aportaron apoyos, en el marco de la PSJ o no. Según el objetivo de los 3L, se logró a “meter los funcionarios en el campo”, para que se den más cuenta de la realidad. Pero aun así siempre cuesta mucho trabajo obtener los apoyos: trámites, frenos, plazos largos para obtener los apoyos, aun cuando fueron acordados, incomprensión, falta de coordinación entre organismos (especialmente de un estado al otro) y entre esos y los otros actores. Por ejemplo, todos los diferentes proyectos deberían pasar por la ARPQC o la PSJ, pero a veces tratan directamente con los productores y generan confusión. Para resolver eso, se constituyó un comité interestatal, bajo la iniciativa del gobierno de Michoacán, destinado a corregir esa descoordinación. Pero todavía el comité no ha sido muy activo, y después de unas

reuniones rápidamente recayó la dinámica. Además, los apoyos disponibles en Jalisco a veces no lo son para los de Michoacán, o viceversa. Pero hubo logros para coordinar las acciones, como en el caso de la campaña de brucelosis y tuberculosis: a principio solo se hacía en Jalisco, y se obtuvo que el programa cruzara la frontera...

Otro problema fuerte para lograr una mejor coordinación y cooperación entre los diferentes actores involucrados son los cambios frecuentes de mandatarios políticos. Impiden la inscripción en el largo plazo de los proyectos: el cambio se hace cada 3 años en los municipios y cada 6 años en los estados. Además, como los dos estados no tienen sus elecciones el mismo año, siempre hay que estar motivando e involucrando a los funcionarios de un lado, y cuando se logra, vienen las elecciones en el otro estado... La dinámica de la feria del queso Cotija ha cambiado bastante por los cambios políticos en el municipio. Así tiende a transformarse en una feria banal, con la supresión de diversas actividades, en particular de las pláticas de especialistas sobre salud animal, calidad, etc. La cuestión de la implicación de los políticos puede ser aun más importante cuando se trata de gestionar el dinero. Por ejemplo, para la rehabilitación de los caminos, fueron los municipios de Cotija y Tocuambo que recibieron el dinero. Existen riesgos de que no se use el recurso para lo previsto. Sin embargo, la implicación directa de ciertos productores en los proyectos (trabajo, control de las obras) permitió de controlar en gran parte el uso del dinero y el cumplimiento del proyecto.

5.3.3. Fuerzas y debilidades de la coordinación y de la acción colectiva

La PSJ constituye un gran avance para coordinar a todos los agentes. Pero tiene límites fuertes: se reúne poco (una vez o dos veces al año) y falta más participación de los productores. De hecho, existe un desconocimiento fuerte de la PSJ, aun por parte de los directivos del ARPQC, que ha generado desconfianza y diversos rumores: ¡se creyó, por malentendido, que la PSJ querría robarse el patrimonio cultural de la sierra de Jalmich! Otra vez el problema de la frecuencia de las reuniones y de la comunicación con los productores constituye fuertes límites para lograr una coordinación eficiente de los actores.

Las relaciones entre productores y organismos públicos no son sencillas, por ser la organización político-administrativa “un sistema formal para un país informal”. Dicho de otra manera, existe “un marco legal e institucional diseñado para un país que no existe”. Muchas leyes, reglas de operación de los proyectos o visiones de los organismos se basan en una copia de lo que se hace en los países “desarrollados”. Así, a la hora de poner en práctica los programas, no concuerden con la realidad del campo. Por eso es muy importante de mandar los funcionarios en la zona de producción y tratar de hacer coincidir las formas tradicionales de organización de los productores con la visión de los organismos oficiales.

También existe un problema de liderazgo: falta un líder de los productores que tenga suficiente peso y confianza por parte de los demás, y que pueda implicarse más en el proceso (tiempo y recursos), al lado de los 3L y frente a los organismos públicos. El otro problema de liderazgo en el proceso es que cada organismo quiere dirigir el proceso, a veces con la idea de aprovechar de los logros para valorar su trabajo. Cada organismo o entidad tiende a querer imponer su visión. Podemos hablar de un tipo de *oportunismo institucional*, en el sentido que se actúa sin coordinarse con los demás. Por ejemplo, la SEDER de Jalisco querría trabajar directamente con los productores, sin

pasar por la ARPQC o la PSJ²⁴. Entregó un cheque a unos productores para hacer su quesería, pero hubo dos problemas, típicos de los problemas de los programas de apoyo al campo. Primero había que comprobar (con facturas) en 15 días (del 15 al 30 de diciembre) la construcción de la quesería. Muchos se negaron entonces a recibir el apoyo (si no puede hacerlo, los rancheros generalmente no tratan de agarrar el dinero para otra cosa). Además, comprobar los gastos significa darse de alta en Hacienda, lo que no es algo evidente para los rancheros (un trámite complicado, con requisitos pesados y el riesgo de pagar muchos impuestos por no saber manejar una contabilidad). Por otro lado, los que hicieron la quesería tuvieron problema ya que no era adaptado a las condiciones el diseño de la quesería: con el techo de láminas, ¡se volvió horno! En lugar de consultar los diferentes actores y de reflexionar sobre la mejor manera de actuar, la acción aislada y con prisa de un actor puede revelarse ineficiente y hasta dañosa. Además, esa manera de actuar cree división y confusión en el grupo, ya que el apoyo sólo llega a unos productores. El éxito del queso Cotija, a través de su marca colectiva, del premio en Italia, del interés por parte de los gobernadores, incrementa el interés de parte de los organismos para involucrarse en el programa, pero también para liderar el proceso de calificación y recuperar por su cuenta su fama y su éxitos.

A nivel de la producción de queso Cotija, todavía no existen mecanismos de control y de certificación, otros que controles informales e, indirectamente, la catación de queso Cotija organizado entre los productores (que constituye una cierta prueba de calidad, aunque no es ni generalizada ni algo oficial). De hecho, aun no se ha utilizado la marca, por lo cual no hubo que garantizar la aplicación de las reglas de uso. Se va acabar el proyecto del CIATEJ, manejado por Patricia Chombo, sobre control de calidad de la leche y del queso, por lo tanto no será posible seguir con esos controles. Es necesario entonces de encontrar formas de garantizar los parámetros de producción y calidad fijados en las reglas de uso. La ley no prevé nada específico al respecto, por lo cual todas las vías son posibles, con esquemas de control internos y/o externos. Ha empezado el proceso de certificación de los hatos libres de tuberculosis y brucelosis, como primer paso para la aplicación de las reglas de uso. Pero es importante destacar que el proceso de control y certificación necesita que haya oportunidades de mercado para los productos que, una vez certificados, beneficiaran de la marca. Si no existen todavía esas oportunidades, no vale la pena para los productores “molestarse” con el proceso de control y certificación para tener la marca.

Las principales enseñanzas acerca de la coordinación para un proceso de calificación son dos:

- Primero, como lo afirma Esteban Barragán, nadie tiene él solo la buena solución. Se deben juntar los esfuerzos de todos, “hibridar” los conocimientos tácitos y codificados, traducir el lenguaje político-administrativo en el lenguaje de los productores, y viceversa, crear espacios para que todos expresen su punto de vista. Es un proceso difícil, pero que ha sido en parte logrado y ha permitido avances importantes.
- Segundo, hay que avanzar simultáneamente sobre varios elementos para asegurar el progreso y el éxito del proceso de calificación. Eso se requiere no solamente para lograr directamente a mejorar y valorizar la calidad del producto, pero también para incentivar la participación de los productores. Por eso el

²⁴ Como lo hemos señalado, los productores de la sierra de Jalmich son “buenos clientes” para los organismos de apoyo, ya que respetan por lo general sus compromisos. Eso atrae a esos organismos en el sentido que les permite sacar buenos resultados, que pueden incorporar en su informe anual...

proyecto de “Potencialización del patrimonio cultural de la sierra de Jalmich” es ejemplar, por su meta y capacidad a involucrar todos los actores y a tomar en cuenta los diferentes elementos necesarios para lograr a través de la calificación de un producto alimenticio artesanal y local el rescate de un patrimonio colectivo económico, social y cultural.

6. Análisis, síntesis, y recomendaciones

6.1. Impactos del proceso de calificación y de la obtención de la marca colectiva

Los impactos son difíciles de evaluar, porque el proceso de calificación es reciente y sus consecuencias no han sido las mismas para todos. A nivel de los parámetros socioeconómicos, podemos hacer las constataciones siguientes:

- No cambió significativamente el volumen producido de queso Cotija. Por el momento la problemática no es controlar el nivel de oferta, sino más bien de aumentar la producción. Se podría aumentar la producción con base a muchas variables: alimentación del ganado, genética, número de vacas, número de ranchos, etc. Será importante de tomar en consideración el impacto que tendrá este aumento sobre el medio ambiente.
- Los precios subieron: de 30-40 pesos/Kg. en 1997 a 60-70 pesos, en venta de mayoreo (en las tiendas); hasta 100 pesos/Kg. en venta directa en los pueblos (especialmente con los emigrantes que vuelven en diciembre) y 200\$ en una feria en México. Los vendedores mantienen su margen de ganancia igual, entonces si compran más caro, venden más caro. Los productores tienen más confianza a la hora de vender, y desde luego más poder de negociación. Es de esa manera que interpretamos la subida de los precios, puesto que no se puede explicar por el uso de la marca y el control efectivo de los productos y producción. El mejoramiento y la regularidad de la calidad favorecen también el alza de los precios.
- La fama adquirida por el queso Cotija, por la obtención de la MC, la visita oficial de los dos gobernadores, el premio en Italia (difundido en la prensa). ayudó para la distinción con el queso tipo Cotija. De hecho los mismos productores de queso tipo Cotija de San José de Gracias reconocen ahora que el queso Cotija de la sierra de Jalmich es otro, es el “auténtico”. Así, si subió el precio del queso Cotija, no cambió significativamente el precio del queso tipo Cotija (subió un poco, pero más que todo por el aumento del precio de las materias primas).
- Los productores tuvieron que asumir nuevos costos para implementar nuevas prácticas (techo para el ordeño, equipos para la quesería, etc.). Una gran parte fueron pagados bajo la forma de apoyos públicos. También la implementación de nuevas prácticas, en particular para la higiene durante la ordeña, y la participación a reuniones y ferias, generaron un aumento en el tiempo de trabajo. Dado las diferencias entre los precios al productor, los apoyos recibidos y las inversiones realizadas por cada productor, es difícil hacer un balance general entre costos y beneficios del proyecto. Sin embargo, el incremento del número

de productores que participan en la ARPQC nos hace pensar que hay más beneficios que costos, ya que el proyecto sigue atrayendo productores. Por lo cual, con un precio más alto, se supone que globalmente se mejoró el ingreso.

- Las innovaciones introducidas permitieron de incrementar la inocuidad de los quesos (según los datos del CIATEJ) y la regularidad y homogeneidad de su calidad. Los comerciantes destacan este hecho como un logro del proyecto, ya que se redujeron las mermas de los quesos que compran.
- Ciertas innovaciones no son adecuadas, como lo hemos visto en el caso de la implementación de nuevas queserías con techo de lámina. Como muchos procesos de innovación, se trata de un proceso de pruebas-errores, que requiere un máximo de reflexión, desde varios puntos de vista (lo que implica coordinación entre actores), para evitar errores. También la pregunta es de saber como asumir los riesgos y costos de la innovación.
- La difusión del queso en el mercado es todavía restringida. Sólo se difundió gracias a unos eventos o ferias. Se estableció un distribuidor de queso Cotija en la ciudad de México.
- El proceso permitió fomentar la organización de los productores y la formalización de sus relaciones. De tal forma, disponen de una representación oficial así que de un espacio para intercambiar, dialogar y construir juntos proyectos colectivos. Sin embargo, todavía falta mucho camino para reforzar la capacidad organizativa de los productores.

A un nivel más general para la sierra de Jalmich, podemos hacer las constataciones siguientes:

- Se arreglaron gran parte de las principales brechas (caminos) en la parte de Michoacán y se arregló un puente. Desgraciadamente, se tarda la realización de la etapa 2 del proyecto, por lo cual no es completa la rehabilitación y no se estabilizaron las obras realizadas. Por eso es posible que rápidamente los caminos vuelven a su estado original, es decir muy malo...
- El mejoramiento de la situación económica nos deja pensar que el proceso de calificación favorece el mantenimiento de la población, ya que la migración es menos necesaria. Sin embargo, los fenómenos migratorios son complejos y no se pueden reducir a la existencia o la falta de oportunidades económicas. Sería necesario de estudiar la situación a largo plazo y más a profundidad para realmente medir el impacto del proceso de calificación sobre la migración.
- El fomento de la organización constituye una oportunidad para el territorio de que se desarrollen capacidades de gobernanza local, pero como ya lo hemos dicho el proceso de organización de los productores es aun a su principio y les falta mucho autonomía y capacidades.
- El mejoramiento de las relaciones entre productores y actores públicos y privados (del territorio o extra-territoriales): por lo menos el queso Cotija es en la agenda de todos los organismos de desarrollo rural, que sea a nivel municipal,

estatal incluso federal. Pero todavía falta de unidad y capacidad para gestionar los proyectos de parte de los productores. Además, los complejos trámites y reglas de operación siguen siendo un fuerte obstáculo para conseguir apoyos.

- A nivel del impacto ambiental, como lo hemos dicho, la preservación del sistema de producción tradicional del queso Cotija se vincula con el respeto de los equilibrios naturales (aparte las contestaciones posibles sobre los daños generados sobre el suelo por el sistema de cultivo roza-quema). Por otra parte, se destaca la creación de una UMA²⁵ (Unidad de Manejo Ambiental), en una parte de la zona de producción. La idea es de proteger la biodiversidad local y de mantener el equilibrio entre fauna y flora natural y los sistemas de producción agrícolas y pecuarios. También es un medio para reforzar los vínculos entre vecinos y tratar de encontrar, con el apoyo del gobierno, una alternativa al sistema de roza-quema. De hecho, la quema de los agostaderos provocan daños ambientales fuertes, ya que los suelos quedan desnudos. Junto con las fuertes pendientes y lluvias, la erosión llega a ser muy fuerte después de la quema. Esto podría ser una amenaza para la sostenibilidad de los sistemas, y más si se intensifica la producción y aumentan los hatos y la superficie utilizada por rancho.
- Las interconexiones de la producción del queso Cotija con otros sectores del territorio (turismo, restaurantes, ferias locales y nacionales, etc.), a través del proceso de calificación, no es muy importante. Sin embargo, la feria anual del queso en Cotija constituye un evento importante a nivel del municipio y atrae muchos visitantes, por lo cual tiene un impacto positivo para el territorio. De la misma manera, el reconocimiento de la calidad del queso Cotija es potencialmente motor para los otros productos de esta zona.
- El proceso de calificación del queso Cotija fue difundido entre los académicos, entre los organismos de apoyo y fomento al campo, e incluso por la prensa regional y nacional como un proceso ejemplar. De hecho, la MC del queso Cotija abrió el camino para la obtención de más de 20 MC en Michoacán para productos artesanales, alimenticios o no.

6.2. Perspectivas y recomendaciones

En un intento para sintetizar la historia y la situación actual del proceso de calificación del queso Cotija, la tabla 2 presenta una de las principales fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas alrededor del proceso de calificación del queso Cotija:

²⁵ Se trata de unidades de manejo para la conservación y aprovechamiento sustentable de la vida silvestre. Se define un plan de manejo, intensivo o extensivo, basado en el principio de sustentabilidad ecológica y de equilibrio entre extracción y conservación. El sistema de las UMA es bajo el control de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). Para más precisiones, ver <http://www.sedarh.gob.mx/vidasilvestre/uma.php>.

Tabla 2: fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas del proceso de calificación del queso Cotija

<p>FUERZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos ambientales, materiales, culturales y cognitivos que permiten la especificidad del queso Cotija (producto distinguible de sus imitaciones) • Zona para la DO y MC claramente delimitada y especificada • Anclaje histórico fuerte de la producción en la zona • Reglas de uso en adecuación con el respeto de la tradición y la inserción del queso Cotija en los mercados actuales • Fama regional y nacional (por lo menos se conoce el nombre) e internacional (emigrantes) • Proceso de calificación combinado con un proceso de desarrollo integral para los productores de la sierra de Jalmich. • Precios de venta crecientes. • Primeros pasos en la organización de los productores: creación de la ARPQC, reforzamiento de los lazos entre productores. • Participación de una gran diversidad de actores: complementariedad, coordinación, en particular con la PSJ 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • La MC no es totalmente adecuada y clara como sello de calidad en relación con el origen. • No se obtuvo la DO. • Los productores no tienen los recursos financieros para llevar a cabo sin apoyo el proceso de calificación. Tampoco tiene los recursos cognitivos y relacionales necesarios, por lo cual todavía faltan de autonomía. • El rol preponderante de los 3L y la falta de autonomía y dinamismo de los productores. • Falta un liderazgo entre los productores. Existen riesgos de desfase entre los productores más avanzados y los demás • Las relaciones de la ARPQC con la PSJ no son siempre muy claras (del punto de vista de los productores) y hay malentendidos. • No hay suficientes reuniones entre productores, y en el marco de la PSJ. • Tendencia de unos a perder la motivación (productores u otros), por ser el proceso largo y difícil, con pocos momentos de intercambio (frecuencia de las reuniones).
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inserción en nichos de mercados en pleno desarrollo: mercado “gourmet”, productos tradicionales, mercado nostálgico (exportación para el mercado de los emigrantes en los EE.UU.). • Difusión de la fama del producto por las ferias y los medios de comunicación. • El premio obtenido en Italia ha tenido un impacto positivo significativo. • Como proceso de calificación reconocido y ampliamente difundido, el queso Cotija puede beneficiar de diferentes apoyos externos, políticos, mediáticos y tal vez financieros. • Realización del proyecto del Mesón del queso Cotija. • Modificación global en el sector lechero: alza de la leche en polvo, que favorece la cadena “leche fluida” (y sus derivados) frente a las cadenas “leche reconstituida” 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El marco legal e institucional de las DO y MC no hace mucho énfasis en la cuestión de desarrollo territorial, que es al centro de la problemática de la calificación del queso Cotija. • La división política-administrativa y la inestabilidad en los programas y organismos de apoyo complican la coordinación de los esfuerzos. • El IMPI considera la denominación “Cotija” como genérica. • Posibilidad que intereses particulares (productores de queso tipo Cotija) traten de interferir en contra de la protección del queso Cotija como DO. • Falta de reconocimiento oficial para los quesos hechos con leche bronca en México • Los flujos de migración, si siguen de manera intensa en la sierra, comprometen el futuro de la producción.

A partir de esa reflexión y de todos los elementos presentados en este informe, varias perspectivas deben considerarse para el futuro del queso Cotija:

- Las necesidades y capacidades a desarrollar deben ser, en prioridad: comercialización, promoción, control (sobre las reglas de uso), autonomía de los productores (encontrar recursos para un funcionamiento autónomo de la ARPQC, por ejemplo a través de cuotas), reforzamiento de sus capacidades organizativas, coordinación horizontal y transversal. A nivel de la coordinación, la división de las responsabilidades y programas entre estados, municipios, organismos de diferentes entidades, genera inestabilidad e incertidumbre, además del gasto de tiempo, energía y dinero. Pero parece muy difícil cambiar las cosas, ya que se trata de poner en tela de juicio todo el marco político-administrativo mexicano...
- Hubo numerosos logros y se cumplieron en buena parte los objetivos identificados para los diferentes actores. Pero ahora es necesario consolidar el proceso a través de nuevos circuitos de comercialización y el uso concreto de la marca colectiva. El proyecto del Mesón del queso Cotija, como centro de acopio, control, certificación y comercialización es la próxima etapa. Pero todavía es difícil de saber como organizarla. La mejor forma sería que sea manejada por la ARPQC, pero todavía no se tiene el nivel de organización ni las capacidades financieras, cognitivas y relacionales para eso. El acompañamiento de la PSJ parece entonces necesario. A nivel de la comercialización, son muchos los problemas a resolver: un plan de negocio para ubicar y caracterizar los mercados potenciales, reglas de operación para el Mesón y composición de su capital social, con un mecanismo de fijación de precio que asegure su viabilidad del y proteja los intereses de los productores, conseguir financiamientos, etc.
- Pensar a la comercialización, usando la marca colectiva, requiere de resolver la cuestión de la certificación. LA ARPQC es responsable, según las reglas de uso, de garantizar la aplicación de las reglas de uso, mediante un organismo certificador. Se debe entonces pensar en la constitución de un tipo de consejo regulador, encargado de verificar el respeto de las reglas de uso. La ley, en el caso de las MC, no especifica nada. El proyecto actual consiste a atribuir las funciones de certificación y comercialización al Mesón del queso. Pero como acabamos de mencionar, todavía no se definió la organización y el funcionamiento adecuado para este Mesón. El Mesón podría encargarse de dos elementos fundamentales para la certificación: los análisis físico-químicos de los quesos y las pruebas organolépticas (para garantizar la tipicidad del producto). Para las inspecciones y el control de la gestión, es más complicado. Primero los rancheros no llevan contabilidad, entonces no se puede usar este medio para verificar los flujos de insumos y productos y ver si son compatibles con el nivel de producción de la unidad. Por otra parte, los controles requieren un organismo independiente, de preferencia autorizado por el Estado. Es un procedimiento muy caro y complejo. Por eso, en un primer tiempo, parece mejor priorizar la constitución de procedimientos de controles internos, a través del Mesón, que garantizan la inocuidad del producto y su tipicidad (análisis y pruebas).
- Para reforzar los circuitos tradicionales, es decir con los acapadores regionales, sería interesante de involucrarlos en el proceso. Por el momento, no han sido integrados en el proyecto. Por lo tanto, existe un riesgo de que se crean

conflictos con ellos. Además podrían constituir un apoyo complementario, a partir de su conocimiento sobre el queso, su conservación y su comercialización.

- Existe la posibilidad de asociar el proceso de calificación con una certificación orgánica. A priori pocos elementos se deberían cambiar en la práctica. Pero no es una prioridad, que podría traer más obligaciones y fastidios que provechos. No es muy obvio que el queso Cotija necesita de esta otra diferenciación, primero hay que afirmar y valorizar su diferencia como producto alimenticio local, artesanal y auténtico. También hubo relaciones con una ONG de comercio justo, pero el hecho de que los ganaderos deberían pagar una certificación, sin saber realmente cuales serían los beneficios, hizo poner de lado a esa alternativa por el momento.
- No se paran tan fácilmente los flujos de migración. Por eso sería interesante de seguir la evolución de eso y de ver si todavía existe un peligro fuerte de desaparición del queso Cotija por esos movimientos demográficos. También es importante seguir de cerca la evolución de la producción de queso Cotija: nuevos ranchos de ordeña, aumento de los volúmenes, etc.
- Para motivar más a los productores, además de oportunidades de mercados más remuneradores (que de hecho también beneficia a los que no están en la ARPQC, por lo cual no es un elemento suficiente para incentivar a los productores y que se involucran en la organización y el proceso de calificación), sería interesante de desarrollar otros servicios en el marco de la ARPQC: préstamos, seguro social mutualista, prestación de servicios para la producción de leche y queso, etc. Capacitaciones y reuniones más frecuentes podrían ser también otro elemento de motivación, a condición de encontrar una solución para levantar el obstáculo de la dispersión geográfica de los productores (retomar las reuniones en la sierra, lo que se hacia mucho al inicio del proceso, organizar el transporte de la gente, etc.).
- Si el objetivo es la preservación de la cultura y del patrimonio de la sierra de Jalmich, asociados con un desarrollo territorial sustentable, la DO parece ser un instrumento más adecuado que la MC. Favorece un desarrollo endógeno (si se aplica de manera adecuada, cf. Tequila), asociado a una gobernanca territorial, para que los pequeños productores no sean ni las victimas, mártires de una marginalización por la sociedad moderna, ni el folclor para el entretenimiento esa misma sociedad. Además, como bien colectivo territorial parece más apropiada para evitar una mercantilización sin control de los patrimonios culturales. La MC, muy flexible, no lo garantiza a largo plazo. Pero desgraciadamente no hay ninguna certeza sobre la obtención próxima de una DO.

La poca experiencia que se tiene en México sobre la calificación de los productos alimenticios tradicionales obligó a los actores del proceso de calificación del queso Cotija a avanzar a tientas. Así, el queso Cotija abrió varios caminos. A raíz de este caso, se desarrollaron varias estrategias y visiones por parte de los actores involucrados. Se podría aprovechar esa experiencia para desarrollar otros proyectos destinados a rescatar y promover los productos alimenticios cuya calidad se vincula a un territorio específico.

También se podría aprovechar para reflexionar sobre los dispositivos legales e institucionales que enmarcan la protección de productos con calidad vinculada a su origen, para ver como mejorarlos. Preservar y promover un producto tradicional o dar prioridad a un uso genérico acompañado el sistema clásico de marcas es un punto central del debate sobre el uso de las denominaciones de origen en México. El reto no es solamente de preservar un patrimonio culinario, pero como lo demuestra muy bien este caso se trata también de preservar un patrimonio socioeconómico, cultural y ambiental, y alternativas que permiten el desarrollo de las zonas rurales, aun las más marginalizadas. Para eso, será clave el desarrollo de las capacidades de los productores, para poder manejar un proceso de calificación y hacerse cargo de su propio destino y del de su territorio.

Bibliografía citada y consultada

- Álvarez Barajas R, Barragán López E y Chombo Morales P, 2004. “Reglas de uso de la Marca Colectiva Queso Cotija, Región de Origen”, Zamora, El Colegio de Michoacán, 20 p.
- Baisnée P.-F, 1989. *De vacas y rancheros*. Ed: CEMCA. 186 pp.
- Barragán López E., 1990. *Más allá de los caminos, los rancheros del Potrero de Herrera*, Zamora, El Colegio de Michoacán. 220 p.
- Barragán López E., 1997. Con un pie en el estribo. Formación y deslizamientos de las sociedades rancheras en la construcción del México moderno. Zamora, El Colegio de Michoacán-Red Neruda.297 p.
- Barragán López E., 1997. “La Rancherada en México, S.A. de C.V.”. 13 pp.
- Barragán E., 2003. “Por una orientación plural del porvenir. Proceso de certificación y patrimonio cultural en la Sierra de Jalmich”. En: Oscar González (Coord) *Estudios Michoacanos X*. Zamora, El Colegio de Michoacán, 17 pp. y anexos.
- Barragán López E y Chávez Torres M., 1998. El queso Cotija se nos va de las manos en: OIKIÓN, Verónica (Coord) *Manufacturas de Michoacán*. México, El Colegio de Michoacán/Gobierno del Estado.
- Barragán López E., Chávez Torres M. y Linck T., 2007. “Choix technique et patrimonialisation: les enjeux de la qualification du fromage Cotija”. A publicar (borrador). 22 pp.
- Bowen S y Valenzuela Zapata AG, 2006. “Denominations of Origin and Socioeconomic and Ecological Sustainability: The Case of Tequila.” 3º Congreso Internacional sobre los Sistemas Agroalimentarios Localizados, *ALTER*, 18-21 de octubre del 2006, Baeza, España.
- Chombo Morales P, 2003. “Queso Cotija. El queso que busca la certificación de su origen”. Curso-taller sobre los Sistemas Agroindustriales Localizados. Octubre de 2003. 11 pp.
- Chombo Morales P., 2005. “Experiencia de un encuentro inesperado. La apropiación de una propuesta tecnológica para la producción artesanal con certificación de origen y calidad del queso Cotija.” En: E. Barragán (ed), *Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México*. Zamora, El Colegio de Michoacán. pp. 481-500.
- Convenio constitutivo del arreglo de Lisboa relativo a la protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (enmienda de 1979).
- Convenio de París para la protección de la propiedad industrial. Enmienda del 2 de octubre de 1979.
- Escudero S, 2001. “International Protection of Geographical Indications and Developing Countries”. Working paper. South Center. 41 pp. y anexos.
- Granados R., L, 2004. “Indicaciones geográficas y denominaciones de origen. Un aporte para su implementación en Costa Rica”. IICA-PRODAR-MAG-CNP.105 pp. y anexos.
- Hernández López J., 2007. “¿De México para el mundo? La Denominación de Origen Tequila: entre añejas prácticas y joven modernización. Presentación oral en el seminario: *abriendo camino hacia la cultura de las indicaciones geográficas en México*.

Experiencias de procesos de patrimonialización de productos tradicionales.
Guadalajara, México, 11-12 de octubre del 2007.

IMPI, 2006. Guía del usuario de signos distintivos. 48 pp.

Ley de propiedad industrial de 1994. Estados Unidos Mexicanos.

Linck T., Barragán López E., 2006. “De la propiedad intelectual a la calificación de los territorios: lo que cuentan los quesos tradicionales”. 26 pp.

Pro Sierra de Jalmich, 2004. “Potencialización del patrimonio cultural en la Sierra de Jal-Mich. Hacia la denominación de origen del queso Cotija. Proyecto Regional Integral para un Desarrollo Rural Sustentable y Localizado”. 24 pp. y anexos.

Anexo 1: Extractos de la ley de Propiedad Industrial de México, 1994

TITULO CUARTO

De las Marcas y de los Avisos y Nombres Comerciales

(...)

Capítulo II

De las Marcas Colectivas

Artículo 96.- Las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, podrán solicitar el registro de marca colectiva para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros.

Artículo reformado DOF 02-08-1994

Artículo 97.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso.

Artículo reformado DOF 02-08-1994

Artículo 98.- La marca colectiva no podrá ser transmitida a terceras personas y su uso quedará reservado a los miembros de la asociación.

Las marcas colectivas se regirán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

(...)

TITULO QUINTO

De la Denominación de Origen

CAPITULO I

De la Protección a la Denominación de Origen

ARTICULO 156.- Se entiende por denominación de origen, el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste los factores naturales y los humanos.

ARTICULO 157.- La protección que esta Ley concede a las denominaciones de origen se inicia con la declaración que al efecto emita el Instituto. El uso ilegal de la misma será sancionado, incluyendo los casos en que venga acompañada de indicaciones tales como "género", "tipo", "manera", "imitación", u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal.

ARTICULO 158.- La declaración de protección de una denominación de origen, se hará de oficio o a petición de quien demuestre tener interés jurídico. Para los efectos de este artículo se considera que tienen interés jurídico:

I.- Las personas físicas o morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto o los productos que se pretendan amparar con la denominación de origen;

II.- Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores, y

III.- Las dependencias o entidades del gobierno federal y de los gobiernos de la entidades de la Federación.

ARTICULO 159.- La solicitud de declaración de protección a una denominación de origen se hará por escrito, a la que se acompañarán los comprobantes que funden la petición y en la que se expresará lo siguiente:

I.- Nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante. Si es persona moral deberá señalar, además, su naturaleza y las actividades a que se dedica;

II.- Interés jurídico del solicitante;

III.- Señalamiento de la denominación de origen;

IV.- Descripción detallada del producto o los productos terminados que abarcará la denominación, incluyendo sus características, componentes, forma de extracción y procesos de producción o elaboración. Cuando sea determinante para establecer la relación entre la denominación y el producto, se señalarán las normas oficiales establecidas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial a que deberán sujetarse el producto, su forma de extracción, sus procesos de elaboración o producción y sus modos de empaque, embalaje o envasamiento;

V.- Lugar o lugares de extracción, producción o elaboración del producto que se trate de proteger con la denominación de origen y la delimitación del territorio de origen, atendiendo a los caracteres geográficos y a las divisiones políticas;

VI.- Señalamiento detallado de los vínculos entre denominación, producto y territorio, y

VII.- Los demás que considere necesarios o pertinentes el solicitante.

ARTICULO 160.- Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los datos y documentos aportados.

Si a juicio del Instituto, los documentos presentados no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se requerirá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de dos meses.

Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud se considerará abandonada, pero el Instituto podrá continuar de oficio su tramitación en los términos del presente capítulo si lo considera pertinente.

ARTICULO 161.- Cuando los documentos presentados satisfagan los requisitos legales, el Instituto publicará en el Diario Oficial un extracto de la solicitud.

Si el procedimiento se inicia de oficio, el Instituto publicará en el Diario Oficial un extracto de las menciones y requisitos establecidos en las fracciones III a la VII del artículo 159 de esta Ley.

En ambos casos el Instituto otorgará un plazo de dos meses, contados a partir de la fecha de publicación para que cualquier tercero que justifique su interés jurídico, formule observaciones u objeciones y aporte las pruebas que estime pertinentes.

ARTICULO 162.- Para los efectos de este capítulo se admitirá toda clase de pruebas con excepción de la confesional y testimonial. La pericial corresponderá al Instituto o a quien éste designe. El Instituto podrá realizar en cualquier tiempo, antes de la declaración, las investigaciones que estime pertinentes y allegarse los elementos que considere necesarios.

ARTICULO 163.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 161 de esta Ley, efectuados los estudios y desahogadas las pruebas, el Instituto dictará la resolución que corresponda.

ARTICULO 164.- Si la resolución a que se refiere el artículo anterior otorga la protección de la denominación de origen, el Instituto hará la declaratoria y procederá a su publicación en el Diario Oficial. La declaración del Instituto que otorgue la protección a una denominación de origen, determinará en definitiva los elementos y requisitos previstos en el artículo 159 de esta Ley.

ARTICULO 165.- La vigencia de la declaración de protección de una denominación de origen estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron y sólo dejará de surtir efectos por otra declaración del Instituto.

ARTICULO 166.- Los términos de la declaración de protección a una denominación de origen podrán ser modificados en cualquier tiempo, de oficio o a petición de parte interesada, siguiendo el procedimiento establecido en este capítulo. La solicitud relativa, deberá expresar lo exigido por las Fracciones I a III del artículo 159 de esta Ley, y un señalamiento detallado de las modificaciones que se piden y las causas que las motivan.

ARTICULO 167.- El Estado Mexicano será el titular de la denominación de origen. Esta sólo podrá usarse mediante autorización que expida el Instituto.

ARTICULO 168.- El Instituto, por conducto de la de Relaciones Exteriores, tramitará el registro de las denominaciones de origen que hayan sido materia de una declaración de protección en los términos de esta Ley, para obtener su reconocimiento en el extranjero conforme a los Tratados Internacionales.

CAPITULO II

De la Autorización para su Uso

ARTICULO 169.- La autorización para usar una denominación de origen deberá ser solicitada ante el Instituto y se otorgará a toda persona física o moral que cumpla los siguientes requisitos:

I.- Que directamente se dedique a la extracción, producción o elaboración, de los productos protegidos por la denominación de origen;

II.- Que realice tal actividad dentro del territorio determinado en la declaración;

III.- Que cumpla con las normas oficiales establecidas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial conforme a las leyes aplicables, respecto de los productos de que se trate, y

IV.- Los demás que señale la declaración.

ARTICULO 170.- La solicitud para obtener una autorización de uso de denominación de origen deberá contener los datos y estar acompañada de los documentos que se señalen en el reglamento de esta Ley.

ARTICULO 171.- Al recibir la solicitud de autorización de uso de una denominación de origen, el Instituto procederá en los términos previstos por el artículo 160 de esta Ley y en caso de que se satisfagan los requisitos legales procederá a su otorgamiento.

ARTICULO 172.- Los efectos de la autorización para usar una denominación de origen durará diez años, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud en el Instituto, y podrán renovarse por períodos iguales.

ARTICULO 173.- El usuario de una denominación de origen está obligado a usarla tal y como aparezca protegida en la declaración. De no usarla en la forma establecida, procederá la cancelación de la autorización.

ARTICULO 174.- El derecho a usar una denominación de origen podrá ser transmitido por el usuario autorizado en los términos de la legislación común. Dicha transmisión sólo surtirá efectos a partir de su inscripción en el Instituto, previa comprobación de que el nuevo usuario cumple con las condiciones y requisitos establecidos en esta Ley para obtener el derecho a usar la denominación de origen.

ARTICULO 175.- El usuario autorizado de una denominación de origen podrá a su vez, mediante convenio, permitir el uso de ésta, únicamente a quienes distribuyan o vendan los productos de sus marcas. El convenio deberá ser sancionado por el Instituto y surtirá efectos a partir de su inscripción de ésta.

El convenio deberá contener una cláusula en la que se establezca la obligación del distribuidor o comercializador de cumplir con los requisitos establecidos en las fracciones III y IV del artículo 169 y los previstos en el reglamento. En caso de que el distribuidor o comercializador no cumpliera con esta obligación, procederá la cancelación de la inscripción.

ARTICULO 176.- La autorización de usuario de una denominación de origen dejará de surtir efectos por:

I.- Nulidad, en cualquiera de los siguientes casos:

- a) Cuando se otorgue en contravención a las disposiciones de esta Ley;
- b) Cuando se otorgue atendiendo a datos y documentos falsos;

II.- Cancelación, cuando el usuario autorizado use la denominación de origen en forma diferente a la establecida en la declaración de protección;

III.- Por terminación de su vigencia.

ARTICULO 177.- Las declaraciones administrativas de nulidad y cancelación se harán por el Instituto, de oficio, a petición de Parte o del Ministerio Público Federal.

ARTICULO 178.- Además de las publicaciones previstas en este capítulo, se publicarán en la Gaceta las declaraciones que emita y autorizaciones que otorgue el Instituto, así como cualquier acto que dé por terminados los efectos de los derechos otorgados en materia de denominación de origen.

Anexo 2: las denominaciones de origen en México (situación en octubre del 2007)

DENOMINACIÓN	SOLICITANTE	FECHA DE PRESENTACIÓN	PUBLICACIÓN DE LA DECLARACIÓN DE PROTECCIÓN EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN	ESTADOS	NOM/Consejo Regulador
TEQUILA (bebida espirituosa)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tequila Herradura ▪ Cámara Regional de la Industria Tequilera de Guadalajara. 	20/09/1976	13/10/1977	JALISCO NAYARIT TAMAULIPAS MICHOACÁN GUANAJUATO	Sí
OLINALÁ (artesanía de madera)	Unión de Artesanos de Olinalá A.C.	20/05/1993	28/11/1994	GUERRERO	No
MEZCAL (bebida espirituosa)	Cámara Nacional de la Industria del Mezcal, A.C.	13/07/1994	28/11/1994	GUERRERO OAXACA DURANGO SAN LUIS P. ZACATECAS GUANAJUATO TAMAULIPAS	Sí
TALAVERA (artesanía de cerámica)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Talavera de Puebla S.A. ▪ Gobierno de Tlaxcala 	09/09/1994	17/03/1995	PUEBLA TLAXCALA	Sí
BACANORA (bebida espirituosa)	Gobierno del Estado de Sonora	28/05/1999	06/11/2000	SONORA	No
CAFÉ VERACRUZ	Consejo Veracruzano del Café	28/03/2000	15/11/2000	VERACRUZ	Sí (pero sólo 4 usuarios de la DO)
AMBAR DE CHIAPAS	Gobierno del Estado de Chiapas	14/02/2000	15/11/2000	CHIAPAS	No
CHARANDA (bebida espirituosa)	Asociación de Productores de Charanda , A.C.	22/02/2000	27/08/2003	MICHOACÁN	No
SOTOL (bebida espirituosa)	Gobiernos de: Chihuahua, Coahuila y Durango	11/01/2001	08/08/2002	CHIHUAHUA COAHUILA DURANGO	No
MANGO ATAULFO DEL SOCONUSCO CHIAPAS	Secretaría de Desarrollo Rural del Gobierno del Estado de Chiapas	20/06/2002	27/08/2003	CHIAPAS	No
CAFE CHIAPAS	Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café de Chiapas.	03/08/2001	27/08/2003	CHIAPAS	Un consejo regulador pero sin NOM

Anexo 3: el consejo regulador del Tequila

(<http://www.acamextequila.com.mx/amt3/normatividad.html>)

En función de cuidar que los mandatos de la NOM de la bebida tequila se cumplan al pie de la letra, fue constituido el Consejo Regulador del Tequila, cuyos antecedentes y objetivos son los siguientes:

ANTECEDENTES.-

En los últimos 30 años el tequila ha pasado de ser una bebida regional a una bebida de aceptación nacional, siendo una de las bebidas con mayor reconocimiento y crecimiento en los mercados de exportación (principalmente a los Estados Unidos de Norteamérica y Europa)

A raíz de la globalización de la economía mundial, surge el interés del Gobierno Mexicano de transferir al Sector Privado funciones que venía desempeñando en la normalización, verificación y certificación de la calidad de productos y servicios, siendo el tequila uno de ellos, tomando como ejemplo, las denominaciones de origen europeas para: Jerez, Champaña, Cognac.

La nueva Ley federal de Metrología y Normalización, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 1 de julio de 1992, permite y promueve que organismos del Sector Privado participen y se responsabilicen de las labores de certificación del cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas y entre ellas la del tequila.

El Consejo regulador del Tequila es:

- **Un organismo del Sector Privado**
- **Una entidad no lucrativa**
- **Entidad de alcance Nacional e Internacional**
- **Organismo con propia personalidad jurídica**

OBJETIVOS.:

- 1.- ASEGURAR A TRAVES DE LA VERIFICACION, EL CUMPLIMIENTO DE LA NOM-TEQUILA.**
- 2.- GARANTIZAR AL CONSUMIDOR LA GENUINIDAD DE ESTE PRODUCTO.**
- 3.- CERTIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NOM-TEQUILA SALVAGUARDANDO LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN, EN EL PAIS Y EN EL EXTRANJERO**

ACREDITAMIENTO CRT.

El Consejo Regulador del Tequila es un organismo acreditado para verificar y certificar el cumplimiento de la Norma Oficial Mexicana NOM-006-SCFI-1994, Bebidas Alcohólicas-Tequila-Especificaciones; para lo cual cuenta con el Acreditamiento de la Entidad Mexicana de Acreditación UVNOM 002 con referencia No. 99UV0016 como Unidad de Certificación y con el No. 05 con oficio 312.16.98.055 como Organismo de Certificación (acreditado por SECOFI).

INTEGRANTES DEL CONSEJO DIRECTIVO:

- **Productores de tequila**
- **Productores de agave**
- **Envasadores y distribuidores**
- **Gobierno Mexicano (SECOFI, D.G.N., SAGAR, SEDER, SALUD, IMPI, PROFECO)**

Anexo 4: mapas de la zona delimitada para el uso de la marca colectiva queso Cotija region de origen (fuente: Colmich, 2003)

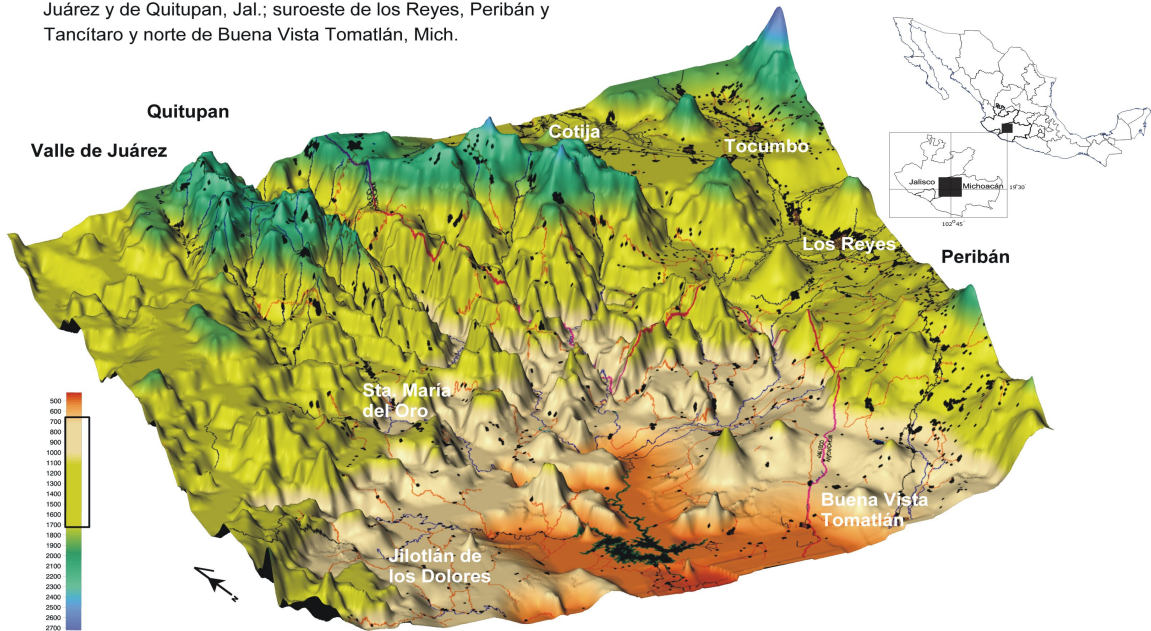
DELIMITACIÓN CULTURAL DE LA REGIÓN CUNA DEL QUESO COTIJA

Delimitaciones políticas

Jalisco-Michoacán, en jurisdicción de los municipios de Sta. María del Oro, Jal., sur de Tocumbo y de Cotija, Mich. principalmente. Se extiende al norte de Jilotlán, oriente de Tamazula, sur de Valle de Juárez y de Quitupan, Jal.; suroeste de los Reyes, Peribán y Tancitaro y norte de Buena Vista Tomatlán, Mich.

Extensión

Aproximada de 2,400 Kms.²
Es parte de la cuenca (media) del Río Tepalcatepec



Poblamiento disperso, escaso y aislado

Aproximadamente:

* 12, 000 habitantes; 6 por Km².

* 400 localidades, con promedios de 5 viviendas y 30 habitantes por localidad; separadas entre sí por unos 5 kms en promedio y hasta por 50 kms desde el centro de la región a cualquiera de las cabeceras municipales.

Proyecto: Potencialización del patrimonio cultural de la sierra de JALMICH (COLMICH/CIATEJ)

Mapa elaborado con base en el conjunto de datos vectoriales del INEGI, apoyado en las cartas topográficas E13B17, E3B18, E13B27, E13B28, E13B36, E13B27 y E13B38 escala 1:50 000.

Elaboración: Esteban Barragán López

Ejecución: Marco Antonio Hernández Andrade

El Colegio de Michoacán, A. C. 2003

PRO SIERRA DE JALMICH, A. C.



INDICADORES GEOGRÁFICOS DE LA REGIÓN CUNA DEL QUESO COTIJA

Relieve

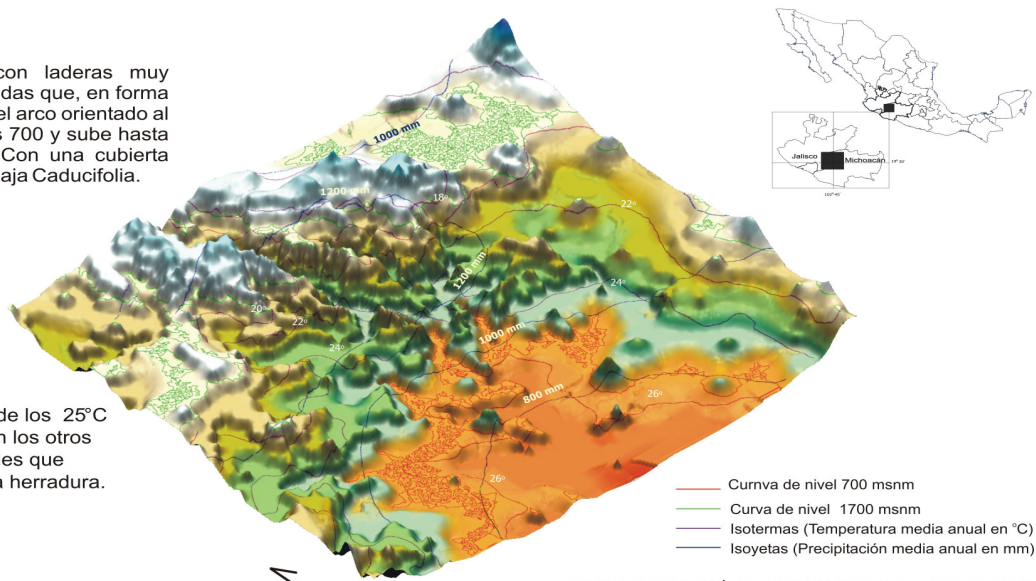
Es una sierra con laderas muy plegadas e inclinadas que, en forma de herradura con el arco orientado al norte, parte de los 700 y sube hasta los 1700 msnm. Con una cubierta vegetal de Selva Baja Caducifolia.

Temperatura

La media anual va de los 25°C al sur, a los 20°C en los otros tres puntos cardinales que forman el arco de la herradura.

Lluvias

La precipitación media anual va de los 900 mm al sur a los 1200 mm en los otros tres puntos Cardinales



- Curva de nivel 700 msnm
- Curva de nivel 1700 msnm
- Isotermas (Temperatura media anual en °C)
- Isoyetas (Precipitación media anual en mm)

PROYECTO: POTENCIALIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA SIERRA DE JALMICH (COLMICH/CIATEJ)

Mapa elaborado con base en el conjunto de datos vectoriales del INEGI, apoyado en las cartas topográficas E13B17, E3B18, E13B27, E13B28, E13B36, E13B27 y E13B38 escala 1:50 000.

Elaboración: Esteban Barragán López

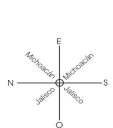
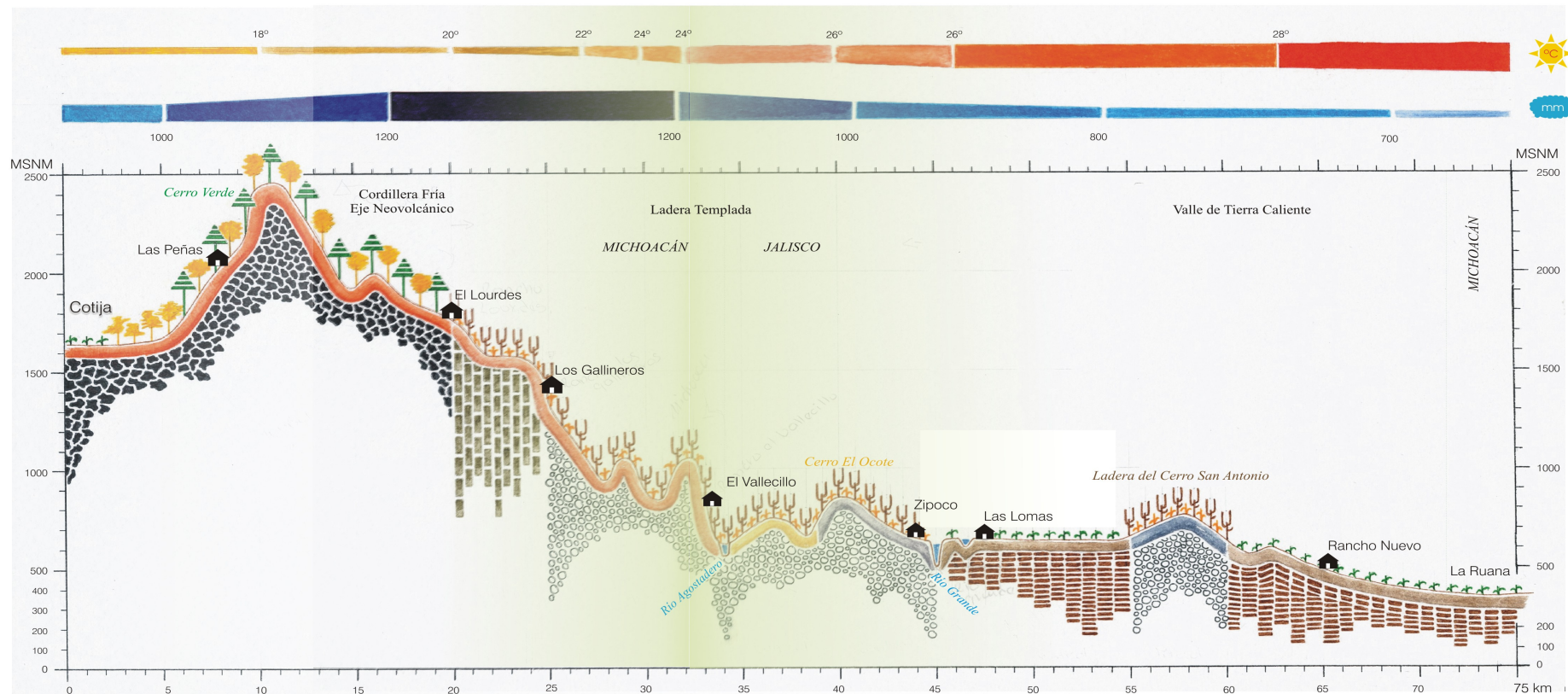
Ejecución: Marco Antonio Hernández Andrade

El Colegio de Michoacán, A. C. 2003

PRO SIERRA DE JALMICH, A. C.



PERFIL NATURAL Y CULTURAL DE LA SIERRA DE JALMICH: CUNA DEL QUESO COTIJA



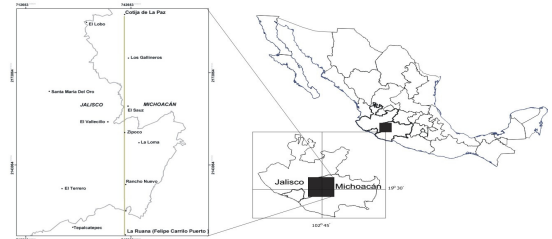
- CLIMA**
- Precipitación Media Anual
 - Temperatura Media Anual
- RANCHO**

- VEGETACIÓN**
- Bosque mixto (pino-encino)
 - Selva baja caducifolia
- USO DEL SUELO**
- Agricultura de riego
 - Agricultura de temporal asociada a ganadería extensiva

- EDAFOLOGÍA**
- Unidades de suelo*
- Luvisol
 - Cambisol
 - Vertisol
 - Regosol
 - Litosol
 - Ranker

- GEOLOGÍA**
- Rocas ígneas extrusivas del terciario superior*
- Basalto
 - Toba intermedia
 - Toba ácida + Brecha volcánica ácida
- Rocas sedimentarias del cuaternario*
- Conglomerado

PROYECTO: POTENCIALIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA SIERRA DE JALMICH (COLMICH/CIATEJ)
 Fuente: INEGI, Colima, Cartas: Hidrológica, Vegetación y Uso del suelo, Topográfica, Edfatológica y Geológica, 1: 250,000
 Elaboración: Esteban Barragán López - Ejecución: Marco Antonio Hernández Andrade
 El Colegio de Michoacán, A. C. 2003
PRO SIERRA DE JALMICH, A. C



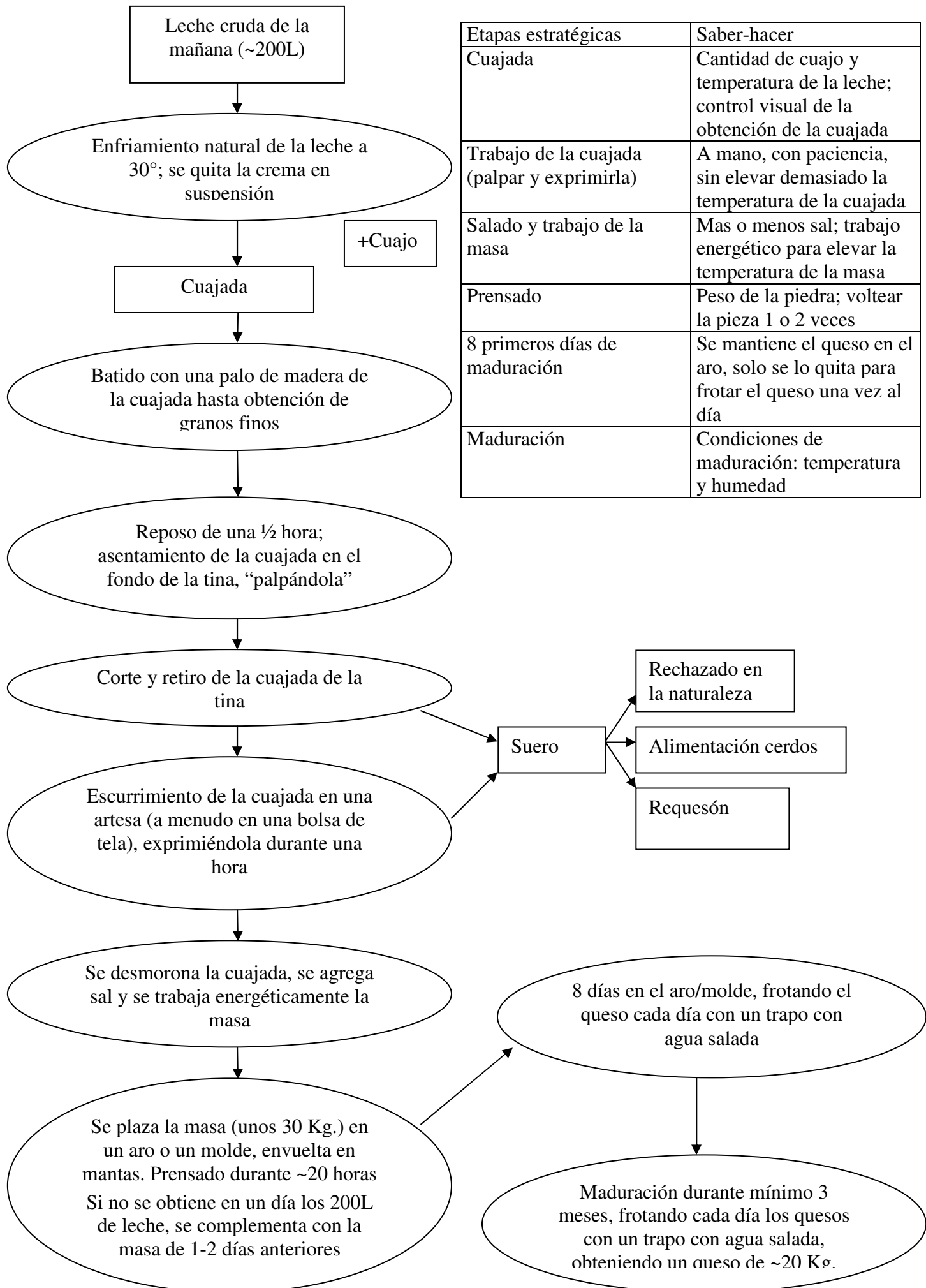
Anexo 5: ficha sobre el queso Cotija

Características del queso Cotija (Chombo, 2003):

- Queso mexicano, elaborado con leche bronca de vaca cruzada (criolla-cebú y otras razas), en el marco de sistemas ganaderos de doble propósito. Producido sólo durante la temporada de lluvia entre junio y octubre en general.
- Formato: cilíndrico, 20 cm. de altura por 40 cm. de diámetro.
- Peso: unos 20 Kg. en promedio.
- Cuajada enzimática.
- Pasta molida y prensada, de firme a friable.
- Maduración: mínimo de 3 meses.
- Olor y sabor pronunciados. Aroma conformado por más de 20 compuestos volátiles (según Escalona, 2002)
- Composición química: Grasa: min. de 27%; Proteína: min. de 23%; Humedad: máx. de 36%
- Flor láctica presente en la leche (según Caudel, 2003): *Lactobacillus brevis*; *Lactobacillus delbrueckii* ssp *Delbrueckii*; *Lactobacillus delbrueckii* ssp *Bulgaricus*; *Leuconostoc mesenteroides* ssp *cremoris*; *Lactobacillus lactis* ssp *lacteis*1; *Lactobacillus cellobiosus*.
- Flor láctica presente después de 6 meses de maduración: *Lactobacillus lactis* ssp *lacteis* 1; *Lactobacillus plantarum* 1; *Lactobacillus paracasei* ssp *paracasei* 1

Proceso de elaboración





Leche cruda de la mañana (~200L)

Enfriamiento natural de la leche a 30°; se quita la crema en suspensión

+Cuajo

Cuajada

Batido con una palo de madera de la cuajada hasta obtención de granos finos

Reposo de una 1/2 hora; asentamiento de la cuajada en el fondo de la tina, "palpándola"

Corte y retiro de la cuajada de la tina

Escurrimiento de la cuajada en una artesa (a menudo en una bolsa de tela), exprimiéndola durante una hora

Suero

Rechazado en la naturaleza

Alimentación cerdos

Requesón

Se desmorona la cuajada, se agrega sal y se trabaja energéticamente la masa

Se plaza la masa (unos 30 Kg.) en un aro o un molde, envuelta en mantas. Prensado durante ~20 horas. Si no se obtiene en un día los 200L de leche, se complementa con la masa de 1-2 días anteriores

8 días en el aro/molde, frotando el queso cada día con un trapo con agua salada

Maduración durante mínimo 3 meses, frotando cada día los quesos con un trapo con agua salada, obteniendo un queso de ~20 Kg.

Anexo 6: reglas de uso de la marca colectiva queso “Cotija región de origen”

Anexo 7: organigrama de la Asociación Civil Pro Sierra de Jalmich

PRO SIERRA DE JALMICH, A. C.

