



***QUESO TURRIALBA
COSTA RICA***

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

*Marvin Blanco, PRODAR IICA
en colaboración con Leonardo Granados*

Diciembre 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

INTRODUCCION.....	4
I. MARCO INSTITUCIONAL Y LEGAL	6
II. LA ZONA GEOGRÁFICA Y SUS RECURSOS ESPECÍFICOS	8
2.1 Contexto general del territorio.....	8
2.2 Delimitación de las zonas de producción / de transformación	9
2.3 Recursos locales/ especificidades.....	11
2.3.3 Problemas que afectan el recurso.....	16
III. EL PRODUCTO Y SU MERCADO	18
3.1 Proceso de calificación del producto y sello considerado	18
3.1.2 Estado de la calificación del producto.....	19
3.1.3 Relaciones con otros procesos de calidad y sellos.....	21
3.1.4 Dificultades y contratiempos	21
3.1.5 Competencias que falta desarrollar.....	22
3.2 Especificidades, grado de diferenciación del producto	23
3.2.1 Pliego de condiciones	24
3.3 Reconocimiento de la especificidad / reputación.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Mercados: actuales y como meta	31
3.4.1 Relación con el turismo.....	33
IV. ACTORES Y ORGANIZACIÓN COLECTIVA.....	34
Productores de queso Turrialba.....	34
4.1 Organizaciones colectivas	36
4.2 Organización para la consecución del sello de DO.....	36
V. ANÁLISIS, SÍNTESIS Y RECOMENDACIONES	37
5.2 Impactos económicos, sociales y ambientales	39
5.3 Recomendaciones a la FAO y al IICA para posibles acciones futuras	40
VI. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	41

ACRONIMOS

ADPIC	Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio
ASOPLUT	Asociación de Plantas Lácteas Unidas de Turrialba
ASOPROA	Asociación de Productores Agropecuarios. Santa Cruz de Turrialba
CATIE	Centro Agronómico de Tropical para la Investigación y Enseñanza
CNP	Consejo Nacional de Producción, CR
DO	Denominaciones de Origen
FODA	Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas (DAFO)
IG	Indicación Geográfica
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
OMC	Organización Mundial de Comercio
PRODAR	Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural para América Latina y el Caribe
UCR	Universidad de Costa Rica
ICE	Instituto Costarricense de Electricidad
UNA	Universidad Nacional, CR

INTRODUCCION

Tradicionalmente en Costa Rica el queso blanco se clasifica en los siguientes tres grupos denominados de acuerdo a la zona geográfica que los elabora:

- “Queso Turrialba”, queso fresco, algo húmedo y grasoso.
- “Queso Bagaces”, queso seco y salado.
- “Queso Zarcero”, queso hilado, algo elástico, también denominado “queso Palmito”.

El “Queso Turrialba” ha sido fabricado tradicionalmente en Santa Cruz de Turrialba, región caracteriza por una creciente actividad agropecuaria centrada en la ganadería de leche, cuyo origen coincidió con la colonización agrícola de la zona hace más de 100 años. En general, un alto porcentaje del queso fresco consumido a nivel nacional proviene de esta región, ubicada en las faldas del Volcán Turrialba.

A pesar de que esta actividad es la base de la economía local, en los últimos años, la economía del distrito ha experimentado un algún grado de estancamiento a causa de la fuerte dependencia de la producción quesera, como consecuencia de la fluctuación del precio, a la alta intermediación comercial local y a la competencia con plantas industriales ubicadas fuera de la región. Esta situación ha afectado la generación de empleo e ingresos familiares, obligando a algunos miembros a buscar otro tipo de empleos en Turrialba, Cartago o San José, situación que provoca desarraigo y desunión entre las familias.

El contexto económico y socio-ambiental de la región ha atraído en los últimos años el interés instituciones tales como: CATIE, IICA, ICE, MAG, CNP, UNA, entre otras. Estas organizaciones en alianza con la Asociación de Productores Agropecuarios (ASOPROA) han colaborado en las distintas áreas relacionadas con la producción del queso en un afán de fortalecer la economía local, mejorar las técnicas productivas de las propiedades rurales e implementar prácticas ambientales en la región.

Entre las oportunidades vislumbradas con potencial de desarrollo está la diferenciación del queso por medio de un sello de denominación de origen, instrumento que contribuiría a proteger la producción tradicional del queso Turrialba que se realiza en el distrito y a retener una mayor parte de los márgenes de comercialización por medio de una mayor participación en los circuitos de comercialización modernos.

El presente trabajo, presenta una caracterización del territorio y del producto, así como una descripción de las actividades y pasos que se han dado en la elaboración de la propuesta para la consecución de una denominación de origen para el queso Turrialba. Se pretende identificar las ventajas y problemas en cuanto a la diferenciación de un producto con identidad territorial y la puesta en marcha de sellos de calidad en relación con el origen así como los factores de éxito y de

fracaso o limitaciones a fin de ofrecer recomendaciones que favorezcan el desarrollo de estos procesos.

Con este fin se revisaron dos estudios realizados en la zona y que han sido apoyados por el PRODAR/IICA. El primer documento se denomina “Concentración de queserías en las faldas del Volcán Turrialba”, elaborado por Maricela Cascante, en el marco del Proyecto Sistemas Agroalimentarios Localizados en América Latina, y el segundo es la tesis doctoral de Leonardo Granados, titulada “Contribución al establecimiento del sistema de denominaciones de origen de los productos agroalimentarios en Costa Rica”, la cual se ha tomado como insumo para preparar la propuesta del sello para el queso Turrialba. Además, se realizaron entrevistas a los dirigentes responsables de las organizaciones de productores que impulsan la propuesta.

I. MARCO INSTITUCIONAL Y LEGAL

En Costa Rica, los derechos sobre la propiedad intelectual se encuentran garantizados por la Constitución Política, la cual, en su artículo 47, indica que “Todo autor, inventor, productor o comerciante gozará temporalmente de la propiedad exclusiva de su obra, invención, marca o nombre comercial, con arreglo a la ley”.

La Ley de Marcas y otros signos distintivos (Ley 7978 del 6 de enero de 2000), y su Reglamento de febrero de 2000, contiene disposiciones específicas para las denominaciones de origen. Luego, en mayo de 2007 fue publicado el Reglamento de las Disposiciones relativas a las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen, contenidas en la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos. No obstante, las DO son entendidas como signos distintivos e integradas a la Ley de marcas, por lo que algunas disposiciones de tipo registral establecidas para las marcas rigen para las denominaciones de origen.

Esta legislación crea también las figuras de marcas de certificación y marcas colectivas, no obstante, esta última figura no puede utilizarse para el registro de denominaciones de origen, pues se excluye de su registro aquellos productos cuyas características se deban al medio geográfico

Recientemente (marzo, 2007), se ha promulgado un reglamento específico para reglamentar aspectos particulares de las DO e IG (REGLAMENTO DE LAS DISPOSICIONES RELATIVAS A LAS INDICACIONES GEOGRAFICAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN, CONTENIDAS EN LA LEY DE MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS).

Costa Rica también forma parte de una serie de tratados internacionales multilaterales y regionales, que garantizan el goce de los derechos derivados de la propiedad industrial, tales como el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, ratificado mediante Ley No.7484 de 28 de marzo de 1994, el Arreglo de Lisboa, relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (aprobado por Ley No. 7634 del 3 de octubre de 1996), y, asimismo, como miembro de la OMC, está obligado a aplicar las disposiciones del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC).

Debe mencionarse también el Acuerdo Marco de Cooperación entre la Comunidad Económica Europea y las Repúblicas Centroamericanas, el cual hace referencias a la normalización y certificación de la calidad y a la protección recíproca de las denominaciones de origen, como una de las áreas de cooperación.

La definición de “denominación de origen” presente en la Ley de Marcas es esencialmente la misma que se contempla en el Acuerdo de Lisboa, lo que implica, al menos, que ésta debe designar el origen geográfico del producto, y que sus características son atribuidas exclusivamente a ese medio geográfico.. Sin embargo,

la definición que se aporta para “Indicación Geográfica”¹, corresponde más bien a lo que comúnmente se define como “indicación de procedencia” y no se asemeja al concepto de indicación geográfica definido en otras legislaciones (como el ADPIC de la OMC o la normativa de la UE).

Por otro lado, a diferencia de Lisboa, la Ley de Marcas no parece limitarse al uso de nombres geográficos para las DO, pues además de una denominación geográfica, también la define como una “...designación, expresión, imagen o signo de un país,...”.

En el país no opera en la práctica un sistema de protección para las DO, y no existe ninguna legislación que atribuya algún tipo de funciones o facultades a una entidad, pública o privada nacional, en temas distintos a los de tipo registral, tales como administración, gestión y/o control, de un sistema nacional de DO. La creación de un órgano de gestión es una tarea pendiente para el desarrollo de la institucionalidad de DO.

En general, la red institucional costarricense está constituida por un conjunto de organismos cuyas funciones se relacionan con algunos de los temas asociados a las DO. La ley dispone que el Registro de la Propiedad Industrial (RPI) será la administración nacional competente adscrita al Registro Nacional (Ministerio de Justicia) para la concesión y el registro de los derechos de propiedad industrial, incluidas las denominaciones de origen e indicaciones geográficas.

Otras instituciones con funciones orgánicas relacionadas a las DO y que eventualmente tendrían participación en un sistema oficial, son: el Ente Costarricense de Acreditación (ECA), la Dirección de Servicios Fitosanitarios del Estado, dependencia del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), el Consejo Nacional de la Producción (CNP) y el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX).

Con relación a la solicitud de registro, la Ley de Marcas establece que este puede ser realizado por uno o varios productores, una agrupación que represente los intereses de los productores locales o una entidad estatal.

La solicitud de registro debe ser acompañada de un Pliego de Condiciones y una Normativa de Uso, que contendrán los siguientes elementos:

Pliego de Condiciones. A los efectos del artículo 2 y el inciso e) del artículo 76 de la Ley de Marcas, la solicitud de registro se acompañará de un pliego de condiciones técnicamente fundamentado que contendrá, según corresponda por su naturaleza, la siguiente información:

- a) los productos o servicios designados con la solicitud, con indicación de sus características generales, reputación o cualidades especiales, tales como las morfoagronómicas, físico-químicas y microbiológicas que se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se producen, incluyendo factores naturales y humanos.

¹ La IG se define como el “nombre geográfico de un país, una región o localidad, que se utilice en la presentación de un bien para indicar su lugar de origen, procedencia, elaboración, recolección o extracción” (Ley de marcas y otros signos distintivos. Costa Rica).

- b) mapas que delimiten la zona geográfica de producción de los productos o de la prestación de los servicios designados y los criterios seguidos para tal delimitación;
- c) descripción del proceso o método de producción, elaboración, extracción, u obtención del producto, o de prestación del servicio, con indicación de sus características generales y especiales, o de sus insumos, detallando los elementos que incidan de forma directa en las cualidades o características del producto o servicio de que se trate, incluyendo los factores naturales y humanos;
- d) descripción de los controles y la trazabilidad empleada para asegurar que el producto producido cumple con el pliego de condiciones.
- e) los análisis o estudios técnicos que acrediten el vínculo entre los productos o servicios y el territorio, incluyendo los factores naturales y humanos, o bien, aquellos aspectos socioculturales e históricos o prácticas culturales gestores o aplicables a esos productos o servicios.

Normativa de uso y administración. La solicitud de registro deberá llevar adjunto la respectiva normativa de uso y administración, la cual deberá contener, según corresponda:

- a) los requisitos que los productores, fabricantes o artesanos deben cumplir para obtener la autorización de uso y el procedimiento aplicable a las solicitudes respectivas;
- b) los derechos y las obligaciones de las personas autorizadas para utilizar la indicación geográfica o la denominación de origen;
- c) los mecanismos de control que se aplicarán para asegurar el uso debido;
- d) la designación del consejo regulador;
- e) el logotipo oficial a ser usado;
- f) el procedimiento para modificar el pliego de condiciones y la normativa de uso; y
- g) las sanciones aplicables por incumplimiento de las obligaciones que deben observar quienes estuvieren autorizados para usar la indicación geográfica o la denominación de origen, incluyendo las causas por las cuales procede la suspensión y la cancelación de la autorización de uso otorgada.

II. LA ZONA GEOGRÁFICA Y SUS RECURSOS ESPECÍFICOS

2.1 Contexto general del territorio

Santa Cruz es el distrito cuarto del cantón de Turrialba de la Provincia de Cartago y se encuentra al noreste de la cabecera del cantón, en una zona montañosa que comprende una superficie de 127.4 Km² (véase la figura 1) La altitud del distrito va de los 900 a los 3340 msnm. La región es caracterizada por las siguientes condiciones agroecológicas: temperatura promedio de 10 a 19 grados centígrados, precipitaciones anuales entre los 3 000 y los 3 500 mm, humedad relativa de 85% y brillo solar entre 3 a 4 horas por día (ICE 2000; Villegas *et al* 2001, citados por Granados 2006).

Fotografía 1. Territorio de producción del queso Turrialba

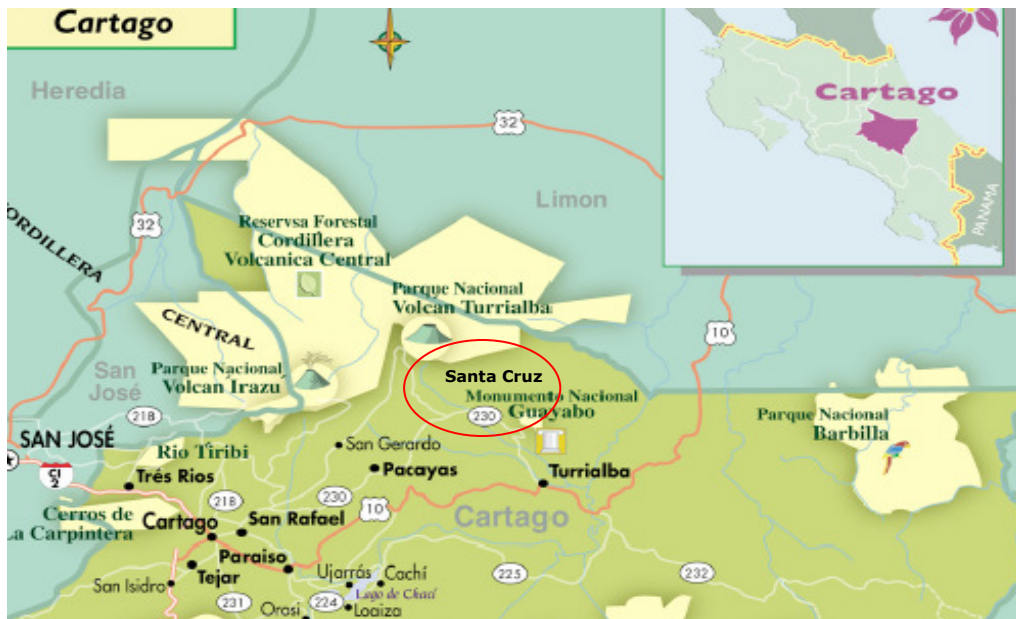


Figura 1. Localización del área de estudio

De acuerdo con el último censo de población del año 2000, su población es de 3421 habitantes, considerada como rural; el 65.2% de la población activa está ocupada en el sector primario y la tasa de desempleo es de 2.5 (INEC, 2000).

Las condiciones propias del distrito, tales como, altitud, clima y suelos han determinado el florecimiento de una cultura de ganadería lechera, desde hace más de un siglo, de la cual depende cerca del 90% de la población. (Cascante 2003). Otro valor que presenta la zona, es su gran belleza paisajística y escénica, que le confiere un cierto potencial turístico, el cual se ha iniciado a desarrollar a través del Proyecto para poner en marcha la Ruta Agroalimentaria del Queso Turrialba. (Blanco y Riveros, 2004).

En síntesis el territorio presenta condiciones edafo-climáticas que favorecen el desarrollo de la ganadería lechera. No se presentan mayores amenazas ambientales, excepto la reciente actividad mostrada por el Volcán Turrialba cuya emanación de gases afectó algunas fincas. Asimismo, la tradición en la producción de quesos, la participación de la familia en la actividad y el interés de los productores por mejorar continuamente le confieren al distrito ventajas comparativas sobre otras regiones del país.

2.2 Delimitación de las zonas de producción / de transformación

De acuerdo con el testimonio de algunos productores originalmente el queso se fabricaba en las partes más altas de la zona, pero se fue extendiendo hacia zonas más bajas que presentaban condiciones aptas para el desarrollo ganadero y la producción de queso, al igual que la producción lechera, pero las mismas

condiciones climáticas marcaron el límite de este crecimiento. Con este criterio, los productores consideraron que el área delimitada para la propuesta de denominación debe comprender la zona norte de Turrialba a partir, aproximadamente de los 1000 m.s.n.m hasta las faldas del volcán Turrialba, la que coincide con lo que ha sido denominado la cuenca norte de la zona de Turrialba.

Esta región esta delimitada por el río Turrialba, límite natural y administrativo con el cantón de Alvarado, abarcando todo el distrito de Santa Cruz, hasta la localidad de Bonilla inclusive, tal como se muestra en la figura 2.

Para la delimitación del territorio de la DO, se siguió el siguiente procedimiento:

Para la confirmación de los límites territoriales de la DO del queso Turrialba, que fueron establecidos por los propios fabricantes en el Taller con productores, se ha tomado como referencia la metodología propuesta por Berard *et al* (2001), que utiliza el análisis jerárquico y sucesivo de varios criterios sobre la especificidad de un producto (localización de los agentes económicos, localización de los conocimientos técnicos específicos, los factores ecológicos, la realidad económica histórica y la influencia de una posible subdivisión previa)

El primer criterio citado por el autor, la consideración de la localización actual de los agentes económicos, tiene una importancia central para la delimitación del territorio del queso Turrialba. Según la información presentada en apartados anteriores, los actores actuales se ubican en un territorio relativamente concentrado dentro de límites geográficos relativamente fáciles de diferenciar. Esta ubicación corresponde a una extensión histórica del núcleo original de ubicación de los actores económicos, localizados inicialmente en zonas de mayor altitud, en las faldas del volcán Turrialba.

La extensión de estos actores ocurrió progresivamente durante la segunda mitad del siglo anterior, consolidándose en una región geográfica con características agroecológicas y socioeconómicas similares a la región original. La fabricación de queso "Tipo Turrialba", por empresas comerciales ubicadas en otras zonas del país, corresponde a otros criterios distintos a los empleados para la determinación territorial.

Es justamente en el territorio de ubicación actual de los agentes económicos, en que los conocimientos técnicos específicos se han desarrollado, conservando y consolidando elementos comunes y particulares en cuanto a los sistemas de producción de leche y a los métodos de fabricación de queso, y siendo un elemento importante sobre la especificidad del producto, por tratarse de un producto transformado.

Al desarrollo de estos conocimientos técnicos específicos ha contribuido la localización geográfica y las características naturales de la región, en cuanto a su asilamiento geográfico y a sus condiciones idóneas para la actividad lechera, y a su evolución y conformación de características sociales y económicas comunes, estas últimas basadas en la producción de leche y en la fabricación de queso.

El tercer criterio, los factores ecológicos o naturales del medio geográfico y su vínculo con la especificidad del producto, probablemente tenga una menor relevancia, primero por tratarse de un producto transformado, y segundo, por no existir un factor estrictamente vinculado a la especificidad del producto, como podría ser una raza de ganado o un tipo de pasto autóctono de la región. Sin embargo, el

conjunto de elementos naturales o agroecológicos del medio geográfico, tienen una incidencia indirecta sobre el producto final, al determinar las características de la materia prima. Igualmente, la acción del hombre sobre estos factores, ha configurado sistemas de producción característicos de la región.

La zona de producción de leche coincide con la de fabricación de queso. Dentro de estos límites se encuentran todos los productores de la región reconocidos como fabricantes de queso Turrialba; fuera de estos, predomina la actividad agrícola sobre la ganadería lechera. Inicialmente los productores acordaron que la leche debe provenir de la misma zona delimitada anteriormente para el área de producción del queso, pero que podría utilizarse como máximo un 25% de leche proveniente de fuera de la región delimitada, sin embargo, esta decisión fue desestimada posteriormente por los productores y por el grupo técnico que apoyo el proceso al considerarse que podría afectarse la especificidad del producto.



Figura 2. Área de delimitación aproximada para la propuesta de denominación de origen queso Turrialba.

2.3 Recursos locales/ especificidades

2.3.1 Pastos y razas de ganado

Las condiciones de altura y clima permiten disponer de pastos durante todo el año (excepto en periodos de intensa lluvia en que se debe comprar pasto seco). Se ha dado un mejoramiento de los pastos tradicionales y se han introducido otras variedades para utilizarlas para ensilaje. En cuanto al ganado ha habido mejoramiento genético y selección. Las razas más aptas y tradicionales son guensey y jersey y los cruces de estos, aunque existe en baja frecuencia la holstein. La pardo pardo suizo tiene baja presencia en la región,

Para la propuesta de denominación de origen se propuso aceptar la leche proveniente de las siguientes razas, según los usos tradicionales (Granados, 2006):

- 100% de razas jersey, guensey y pardo suizo puras o encaste de cualquiera de estas razas en cualquier porcentaje de mezcla.
- Se aceptará la raza holstein y hershire pero solo su cruce con cualquiera de las razas anteriores.

2.3.2 Historia del queso Turrialba

En el trabajo con productores se obtuvo muy poca información acerca del origen del producto, sus características y método de fabricación originales, y sobre el inicio del uso del nombre Turrialba e su identificación. Según los productores, el queso se fabrica en la región desde hace más de cien años, pero indican que no existe documentación precisa sobre su historia.

Algunos productores, mencionaron que su identificación con el nombre “Turrialba” surgió a finales de los años 50, cuando el comerciante Benito Pereira, oriundo de Santa Cruz, inició la comercialización del producto en la ciudad de San José, y que a partir de ese momento, adquiere su reputación.

Sin embargo, se encontraron referencias históricas concretas acerca de su origen e identificación como “Queso Turrialba”, correspondientes a una época mucho más antigua. Un intento de organización de la historia del producto, puede hacerse con base en la investigación de Rivera (2005), que remonta su origen a 1870, y que es coincidente con la información obtenida a través de entrevistas personales con informantes clave.

Según dicho autor, la historia del Queso Turrialba, cuya cuna está en Santa Cruz de Turrialba, está intrínsecamente ligada a la historia socioeconómica del distrito, incluso al origen mismo de su población, quienes fueron los pioneros que colonizaron las faldas del volcán Turrialba y trajeron la receta del “queso Turrialba”.

Origen del queso y la “receta” de fabricación

En 1850, el Gobierno otorgó las primeras “denuncias” o extensiones de tierra para hacerlas productivas en lo que hoy es el distrito de Santa Cruz. Se sabe que don Mercedes Gamboa y don Pedro Vargas, quienes eran vecinos de Cartago, obtuvieron 500 acres, aproximadamente 100 hectáreas, en la Pastora. La tumba de don Mercedes la podemos encontrar hoy en el cementerio de Santa Cruz, con una inscripción que lo resalta como uno de los fundadores de Santa Cruz (Rivera 2005).

En 1865 el Gobierno otorgó una denuncia de 200 acres de tierra (unas 40 hectáreas) a don Lucas Vargas y a don Pedro Vargas ubicadas del río Turrialba al río Bonilla, en las mismas faldas del Volcán Turrialba (Rivera 2005).

La llegada a la zona de Don Lucas Vargas, marca el inicio de la elaboración del queso Turrialba. Los Vargas eran parte de un grupo de familias que habían llegado desde España a Costa Rica en 1850, con el objetivo de dedicarse a la siembra de café. Un detalle interesante es que muchas de estas familias venían de la Mancha, donde se dedicaban a la cría de ovejas y vacas manchegas, famosas por la

fabricación de quesos, cuajadas y mantequilla. Parece que algunos de los Vargas, nunca se acostumbraron al cultivo del café y decidieron buscar en el país una zona con clima más frío, algo más parecido a su tierra de origen, donde pudieran criar ovejas y vacas (Rivera 2005).

Origen del nombre Turrialba

En los primeros años el queso lo llevaban a vender a caballo y a pie al Valle Guayabal (hoy ciudad de Turrialba) y a Cartago. Luego, cuando en 1890 empezó a funcionar el ferrocarril, don Lucas Vargas y otros habitantes que habían llegado a Santa Cruz, enviaban en unas cajas de madera, queso para San José y Cartago. Las cajas de madera llevaban inscrita la leyenda “Queso de Turrialba, de Lucas Vargas para el tramo Gómez”, seguramente ahí se empezó a llamar por ese nombre al queso que llegaba desde estas tierras. Se sabe que la mercancía era mantequilla y queso. Y para entonces, ese queso se expendía en el mercado Central, que ya funcionaba en San José (Rivera 2005).

Otro hecho importante en la historia del “queso Turrialba”, se da en los años 1930, cuando don Florentino Castro, entonces un cafetalero de los más poderosos del país, adquiere la Hacienda El Volcán (en las faldas cercanas del volcán Turrialba), donde se tecnifica la elaboración del queso, mantequilla y natilla. Se sabe que es la primera vez que el queso y la mantequilla de Santa Cruz se venden empacados y con etiqueta. En 1950, ese queso se exportó a Chile e Inglaterra, junto al café que don Florentino exportaba (Rivera 2005).

Es posible que el reconocimiento de este queso haya sido precedido, y quizás promovido, por la existencia de un queso anterior, fabricado en las zonas de bajura del cantón de Turrialba, y que luego dejó de fabricarse, con el debilitamiento de esta actividad en estas áreas.

Al respecto, Solano (2004), en relación a la reputación y al origen del nombre Turrialba, menciona un fenómeno que él llama “sincronía histórica”, y que hace referencia el uso de este nombre para denominar a un queso producido en las zonas bajas del cantón de Turrialba, que en opinión del autor era de buena calidad y había adquirido reputación. Hacia 1859, en los anuncios de los periódicos nacionales de la época, se ofrecían quesos de Suecia, Flandes y de Turrialba, junto con la sal de Perú y los jabones ingleses. Desde esa época se promocionaban los quesos tipo Turrialba, como un producto de alta calidad y destinado a los grupos acaudalados de la Meseta Central. Al parecer, esos quesos no se producían en Santa Cruz, sino que, como señala Jenaro Bonilla al hablar de su juventud: “era de época de los quesitos de San Juan, que a veces tenían relleno de masa, que desde El Poró hasta Chis, se exhibían para su venta, en tablitas colocadas bajo el alero de los corredores. La producción ganadera de Turrialba obtenía productos lácteos de calidad desde mediados del siglo XIX.

Procedimiento de fabricación original

En 1870, don Lucas y su familia, hacían el mismo queso que sus padres y abuelos les enseñaron en España. La leche la cortaban con una parte especial de las vísceras de los terneros a la que se llamaba el “cuajo del ternero”; utilizaban una cucharada de este cuajo para cortar 15 botellas de leche. La cuajada la echaban en moldes o aros cuadrados de madera, cubiertos por una tela, pero se sabe que también usaban hojas de platanillo, pues las telas eran escasas. Los moldes los prensaban con piedras, obteniéndose un queso suave como el que conocemos hoy.

Luego, lo salaban para que no se dañara, con lo que el queso adquiriría una textura semidura. El salado era necesario, porque se duraba 15 días para llevarlo a vender. Por esos años, las cámaras enfriadores ni siquiera eran un sueño. Como se puede ver, desde 1870 a la fecha han transcurrido 135 años de historia y la “receta” del queso Turrialba sigue siendo fundamentalmente la misma (Rivera 2005).

Baudilio Aguilar Jara (2005) comentó que antiguamente “...que cuando se mataba un ternero, se le sacaba el cuajo que lo salaban y secaban por un rato, luego se guardaba y cada vez que se hacía queso se cortaba un pedacito que lo metían en agua y se lo echaban a la leche calculando la medida”.

Coto (2005), menciona que antiguamente la fabricación del queso era totalmente artesanal, utilizando canoas y aros de madera y prensándose hasta por 24 horas; el queso se dejaba varios días, a veces hasta un mes al ambiente, hasta que se llevaba a vender. Muchos productores utilizaban aros redondos con una capacidad aproximada de 1 kilogramo, dos de ellos eran Cosollo Vega, que tenía finca cerca del Volcán y José Ulloa Gómez, su abuelo, quien hizo queso toda la vida. Actualmente, un viejo fabricante, Rafael Ángel Gómez, continúa fabricando el queso en canoa y aros de madera.

Aguilar (2005), confirma lo anterior al indicar que antiguamente el queso se fabricaba en canoas de madera que eran armadas de tablones y en otros casos utilizando un tronco al que se le hacía un orificio. Los aros también eran de madera, generalmente de cedro y consistían de un tronco delgado igualmente con un orificio; eran redondos y cuadrados.

José Mora (2005) apuntó que los aros de madera tenían una capacidad de 4 a 5 tarros (de capacidad de 40 litros de leche cada uno) y los aros de 8 libras. El aro se prensaba durante todo el día utilizando piedras que se colocaban sobre estos.

Queso maduro

La maduración natural del queso, aspecto que ha sido anotado en el apartado de Revisión Bibliográfica, ocurría principalmente por las difíciles condiciones de transporte y la ausencia de electricidad en la región, como lo ilustra León (2004) para la zona alta de la región: “...la mayoría de los quesos de las fincas de don Florentino Castro y de La Pastora se sacaba en carretas de bueyes hasta Aquiares. Por cierto, relataba Don Ricarte Gamboa que en muchos lugares de San José el queso Turrialba también se le conocía como Queso Moka”

Rolando Pacheco (2004), nieto materno de Don Florentino, apunta que en la finca de su abuelo se producía queso fresco maduro, que se venía en San José, en un negocio llamado “Café Moka”, donde se vendían todos los productos de la finca de su abuelo.

En la Hacienda “El Volcán Turrialba” se fabricaba queso de forma cuadrada, conocido como el “Número Uno”, de unos 15 kg y que era fresco, de unos 8 días de fabricación, y maduro de 30 días, fabricado en molde redondo (Pacheco 2004).

La finca de Florentino dejó de funcionar en los años 1950 con su muerte, su Hacienda se convirtió en lo que es hoy Finca La Central, que ya para los años 60, solo producía leche. Con este hecho, ocurre un incremento de la producción quesera en pequeñas explotaciones (Pacheco 2004)

Aguilar (2005) asegura que "... el queso maduro ha existido toda la vida, luego de que se hacía, se mantenía hasta por un mes en unas tablas al ambiente; para madurarlo se ponía al sol por un rato un solo día".

Mora (2005) anota que en las zonas altas, cercanas al volcán, donde su padre y abuelo fabricaban el queso, este se maduraba hasta por un mes; pero este queso era para consumo familiar y se vendía solo por encargos. El queso fresco era el que mas se hacía y se vendía en el "tramo" de Rafael Ángel Ramírez en Cartago, adonde se llevaba cada 8 días, sin que se dañara porque era un queso duro que no se deformaba.

Historia reciente

Una difusión más amplia de la asociación entre el producto y el nombre Turrialba, parece haber ocurrido más recientemente, como se desprenderse de la siguiente información.

Según Carlos Pereira (2002), a partir de la actividad comercial de su padre, Benito Pereira Vargas, oriundo de Santa Cruz, se inició el reconocimiento del producto con el nombre "Turrialba", a finales de la década de los 1950. Inicialmente, el producto se vendía solo en la región de fabricación y en la provincia de Cartago, pero su padre, uno de los pioneros y posteriormente el principal comercializador del queso de Santa Cruz en la provincia de San José, extendió la comercialización hacia esta provincia. Para entonces, el queso se transportaba desde Santa Cruz hasta su punto de venta, a un pequeño local comercial (conocido como "tramo"), ubicado al costado sur del Mercado Borbón; siendo además uno de los primeros locales dedicados a la venta de quesos en San José.

Con la comercialización en el área metropolitana, alrededor de las décadas 50 y 60, se amplió su reputación, ya siendo identificado con el nombre "Turrialba", la que luego se extendió hacia otras zonas del país. El producto era reconocido por sus características particulares de sabor, aroma y textura. Los hijos de Don Benito siguieron con el negocio en el mismo sitio, hasta finales de los años 70. Actualmente el antiguo local está ocupado por otro local comercial (Pereira 2002).

Don Arnulfo Brenes Pereira (2003), uno de los más viejos fabricantes de queso de la región, oriundo de Santa Cruz, comenta que la identificación más reciente de este queso con el nombre "Turrialba", ocurrió para diferenciarlo de la procedencia de otros quesos que se comercializaban en el local de Benito Pereira. De esta manera, los consumidores aprendieron a diferenciarlo y demandaban el producto.

El testimonio de Dolores Camacho Montero (2002) parece comprobar esta información, al indicar que Benito Pereira Vargas, nacido en Calle Vargas (antes conocida como Los Vargas) y nieto de uno de los fundadores de Santa Cruz, desde joven llevaba queso a San José donde puso un tramo y todos los productores le llevaban queso de Santa Cruz. Los primeros comerciantes de Santa Cruz en llevarle queso fueron José Ramón Pereira ("Cholo") y Humberto Pereira ("Curreza"), también Jorge Quesada. Cada finquita tenía sus vaquitas y todos les mandaban queso, luego entraron los intermediarios.

Camacho (2002) reseña que para los años 60 ya se había difundido la fama del queso Turrialba, especialmente por las razas, la leche y el sabor, pues era queso muy especial. Para entonces, en la región también se sembraba maíz, frijoles y

papas pero para autoconsumo, pero ya el queso era la principal y prácticamente la única fuente de ingreso.

2.3.3 Problemas que afectan el recurso

El nombre “Turrialba” ha sido utilizado desde hace muchos años por varias empresas lácteas del país para comercializar un queso fresco que se asemeja al queso Turrialba producido en el distrito de Santa Cruz, a pesar que el mismo se elabora con leches de otras zonas del país y con técnicas industriales. Incluso, algunas de esas empresas han tratado de registrar como suya la marca “queso Turrialba”. Es el caso de la solicitud de inscripción, por parte de la Cooperativa Dos pinos, de la marca de fábrica: “Queso tipo Turrialba”, sin exclusividad sobre esta (La Gaceta No. 190 del 3 de octubre de 2003).

La legislación costarricense prohíbe el uso del prefijo “tipo” en las etiquetas de producto solamente si esta se encuentra registrada como DO, razón por la cual existen en el país varias empresas que identifican su producto como “tipo Turrialba” hasta la fecha de una organización que reclame la propiedad sobre el uso del nombre “Queso Turrialba”.

Sobre el empleo de nombres geográficos, nacionales o extranjeros, en las marcas, la Ley de Marcas indica que, sin perjuicio de las disposiciones relativas a las indicaciones geográficas contenidas en la ley, esto podrá hacerse siempre que estos resulten suficientemente distintivos y su empleo no sea susceptible de crear confusión respecto del origen, la procedencia y las cualidades o características de los productos o servicios para los cuales se usen o apliquen tales marcas.

Análisis de la condición de genérico del producto

Uno de los aspectos que es preciso considerar en torno al queso Turrialba, es su carácter o no de producto genérico. La *Ley de Marcas y otros signos distintivos* de Costa Rica establece como una de las prohibiciones de registro de un producto como denominación de origen que este “*sea la denominación común o genérica de algún producto. Se estima común o genérica cuando sea considerada como tal por los conocedores de este tipo de producto y por el público en general*”. Esta definición corresponde en general a la definición comúnmente aceptada.

Normalmente se entiende que un producto a pasado a ser genérico cuando su nombre, aunque se refiera al lugar o la región en que dicho producto se haya producido o comercializado inicialmente, haya pasado a ser el nombre común del producto, es decir, el consumidor no asocia mentalmente el nombre a su origen geográfico sino a un tipo de producto (“el nombre común de un producto”).

En esta determinación, no solo se considera el análisis y la interpretación jurídica, sino que es fundamental la opinión de los consumidores, y, dependiendo de cada caso, pueden considerarse factores de tipo cultural, económico, social y científica.

La ley costarricense no establece condiciones específicas para el análisis sistemático y riguroso de denominaciones genéricas, además no existe en el país jurisprudencia sobre el tema. El estudio *Sondeo de imagen del Queso Turrialba* realizado en el contexto de esta investigación, aporta elementos importantes de

consideración general para acercarse al análisis de estos productos, y para este caso en particular, principalmente en lo relativo a la apreciación del “público en general”.

Actualmente existen en el mercado algunas marcas comerciales que identifican su queso con la leyenda “tipo Turrialba”. Al respecto, una de las conclusiones del Sondeo de la Imagen del queso Turrialba, ha sido que en el proceso de industrialización del queso, el “Tipo Turrialba” es la forma bajo la que vende un queso que guarda valores asociados a la tradición y al queso artesanal de un sabor característico y una textura firme que lo define. Actualmente varias marcas comercializan el Tipo Turrialba y en varios supermercados se recrean las condiciones tradicionales del mercado, en donde se corta el queso que desea el consumidor de una fracción mayor y se le da también un pedacito para que pruebe. Estas condiciones favorecen una mayor disposición a la compra porque recrean o simulan un ambiente asociado a la compra tradicional del queso”.

Las siguientes son algunas expresiones de los consumidores que rescata el estudio y que reflejan la apreciación de un alto porcentaje de los encuestados: “Es un queso que lo imitan mucho”; “Es un queso clásico que se ha industrializado y ahora lo encuentra en todo lado, es casero, aunque se vende en los Súper Mercados con marcas...”. “Es suavcito, riquísimo, es el de verdad, de Santa Cruz de Turrialba pero agarraron la receta y lo hicieron en otros lugares”.

Estos resultados parecen indicar que una parte importante de los consumidores asocia mentalmente este tipo de queso con su lugar de origen, lo cual es un argumento central a favor de su condición de “no genérico”.

Una referencia interesante en cuanto a la jurisprudencia sobre el carácter genérico de las DO e IG, lo constituye el caso del queso Feta griego, el cual fue inscrito en el registro de la UE como denominación de origen en el año 1996, para luego, en 1999 anular su inscripción por alegación de tres países europeos fabricantes, entre otras razones porque se consideró que en realidad era un producto genérico, pues su fabricación se realizaba en varios países europeos aunque con materia prima y métodos distintos al queso griego. Después de un largo debate y a solicitud del Gobierno Griego, en el año 2002 nuevamente se autoriza su registro como denominación de origen.

Haciendo una semejanza rápida entre la situación de ambos quesos, es posible que uno de los argumentos citados para el queso Feta, referente a que “el nombre `feta´ no ha pasado a ser el nombre común de un producto y la mayoría de las personas que lo conocen les sigue haciendo pensar en un origen griego”, sea similar para el queso Turrialba.

En el Sondeo se obtuvo que, respecto al origen geográfico de este producto, el 80% de los encuestados opinaron que el Queso Turrialba se originó en Turrialba, pero que ahora está muy difundido en otras áreas del país (54%). Igualmente “...hay quienes incluso se cuestionan si todo el queso que dice elaborado en “Turrialba” será legítimamente de allí, sobre todo cuando no tiene marca”. Un 36% piensa que es fabricado en una zona específica y tan solo un 10% considera que es un tipo de queso.

Con respecto a otro argumento, de que las imitaciones del Feta llevan en su etiqueta algún símbolo griego, la comparación es más sutil, pues aunque no existe algún símbolo explícito que sea utilizado por las empresas para la comercialización del

queso “tipo Turrialba”, el nombre como tal parece estar asociado a un simbolismo rural, a una evocación del medio natural y a las tradiciones del lugar de origen.

Finalmente, el argumento acerca del vínculo con el territorio, que en el Feta es fuerte, por las ovejas y cabras de razas locales de leche y alimentadas con la flora de zonas de pasto de regiones autorizadas, tiene una asociación menor con el queso Turrialba. En este sentido, aunque no se identificó un vínculo producto-territorio para el queso Turrialba, en el sentido del Feta, es decir, a través de una raza lechera autóctona o una variedad de pasto, el método de fabricación y las cualidades del producto, como se ha descrito en apartados anteriores, le otorgan una condición de especificidad, asociada a las condiciones del territorio que le dio origen, tanto en sus aspectos del medio ambiente natural, como en los humanos, a través de la tradición histórica de fabricación, reflejada en la forma de elaboración.

III. EL PRODUCTO Y SU MERCADO

3.1 Proceso de calificación del producto y sello considerado

La propuesta para otorgar un sello de denominación de origen para el queso Turrialba es el resultado de una investigación liderada por Granados (2006) como parte de un proceso de diferenciación de productos originado en el CNP, tendiente a desarrollar el sistema de denominaciones de origen para los productos agroalimentarios de Costa Rica. El estudio se realizó luego de aplicar una serie de criterios propios de la DO que permitieran abarcar la mayoría de los elementos implicados en el concepto de DO, e igualmente coincidió con un interés manifiesto por los productores locales, años atrás, para proteger el nombre del producto.

El estudio ha podido establecer que el producto se elabora en el territorio desde hace más de 135 años siguiendo una técnica artesanal que ha cambiado poco con los años, pero también se determinó que entre un productor y otro se da una variabilidad en las características organolépticas del queso, debido a factores de altitud, suelos, alimentación del ganado y técnicas de elaboración, por cuanto no puede lograrse un queso de características uniformes. Además, no se encontró un vínculo definitivo y directo entre el territorio y el producto que le confiera unas características diferenciales sobre otros quesos similares.

No obstante lo anterior, el estudio de Granados concluyó que el queso Turrialba puede aspirar a un sello de indicación geográfica o de denominación de origen. Para el primer sello se podrían establecer rangos de variabilidad relativamente amplios pero uniformizando aquellas variables relacionadas con el método de elaboración, tales como el salado, el batido o el prensado, las cuales son más perceptibles por el consumidor y además pueden ser medibles por medio de análisis físico-químicos.

En el segundo caso, se debería poner el énfasis en aquellas características que sean comunes en los quesos y que a la vez representen las características particulares o diferenciales de este producto con respecto a otros similares producidos en otras regiones.

3.1.2 Estado de la calificación del producto

La solicitud de denominación de origen para el queso Turrialba será presentada, en los próximos meses, por la Asociación de Productores de Agropecuarios de Santa Cruz de Turrialba (ASOPROA) ante el Registro de la Propiedad Industrial del Registro Público de Costa Rica, para lo cual solamente falta hacer las revisiones finales a la Normativa de Uso, habiendo sido ya elaborado el Pliego de Condiciones del Producto. Este será un paso más en el proceso iniciado en 2002 cuya secuencia de acciones hasta ahora realizadas se resumen a continuación:

En una primera fase iniciada en 2002 se debieron formular los contenidos técnicos para la redacción de una propuesta normativa nacional adaptada a las necesidades de un sistema de DO, en el marco de la actual Ley de marcas y otros signos distintivos. En vista de la complejidad del tema en estudio, en cuanto a la diversidad de elementos conceptuales y disciplinas implicadas y por la limitada experiencia en el país, era necesario desarrollar un proceso participativo para el análisis y la revisión de la legislación nacional. Para ello, en el marco de la investigación realizada por Granados (2006) se conformó un grupo técnico de trabajo de carácter interinstitucional y multidisciplinario, que fue denominado Grupo Técnico de Consulta (GTC), con el objetivo de analizar la legislación nacional en la materia y de formular una propuesta técnica de base para la redacción de una normativa nacional en DO.

Como resultado del trabajo realizado por este grupo se redactó un documento final que constituyó el insumo base utilizado para la formulación de la propuesta del reglamento nacional sobre DO de productos de origen vegetal y animal. Este documento fue revisado y ampliado con comentarios y observaciones, con el objeto de establecer claramente las recomendaciones contenidas, para facilitar su uso como base para la redacción del documento legal.

El documento final fue sometido, en el mes de octubre de 2003, a consideración de la Comisión de Propiedad Intelectual del Ministerio de Justicia, con el objeto de redactar varios reglamentos pendientes a leyes nacionales sobre propiedad intelectual que fueron emitidas en años recientes, entre ellos el reglamento a la Ley de Observancia.

Finalmente, en mayo de 2007 fue publicado el Reglamento de las Disposiciones relativas a las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen, contenidas en la Ley de marcas y otros Signos Distintivos, con lo cual se crea el marco regulatorio para aplicar estos sellos a los productos y servicios costarricenses.

En el territorio de producción del queso Turrialba el proceso seguido se muestra en la figura 3. Este se inició con una actividad para informar acerca de los objetivos del estudio y los conceptos relativos al tema de las DO; así como de promover e inducir la participación de actores locales en actividades posteriores relacionadas con el estudio del producto y de establecer una base de coordinación local para las actividades realizadas en la zona que requerían la participación de productores. El proceso de estudio fue realizado entre el año 2002 y 2005.

Una vez lograda la coordinación con los productores se comenzó a recopilar información sobre diversos aspectos del queso Turrialba de utilidad para su estudio

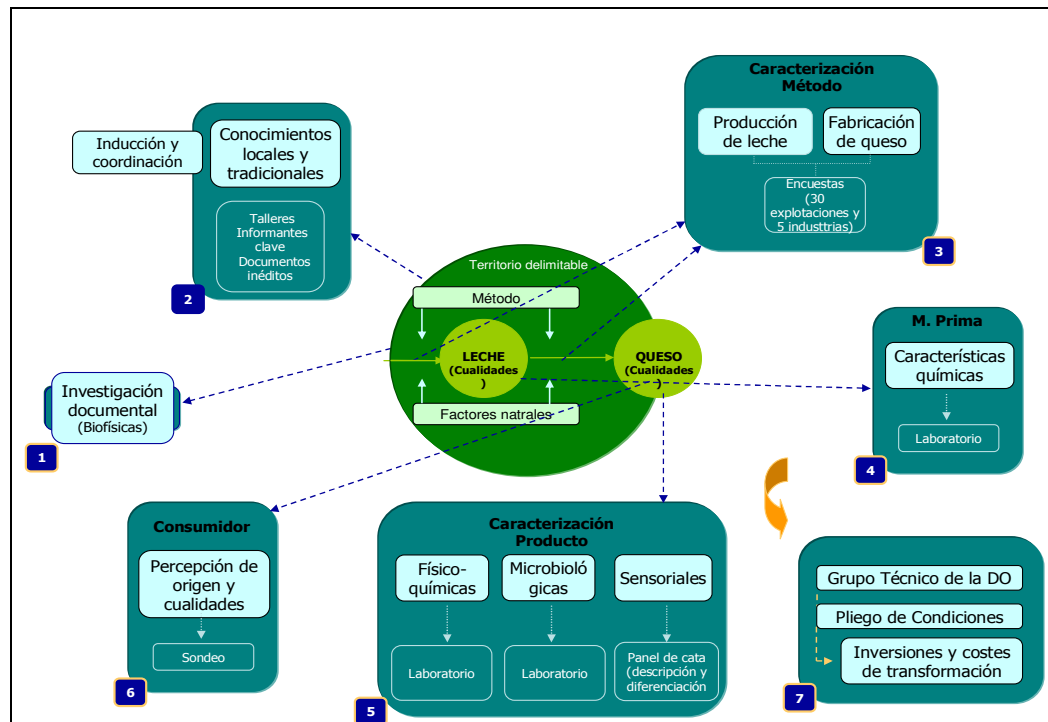
como denominación de origen, tales como historia, características diferenciales, vínculo con el medio geográfico sistemas de producción de leche y método empleado en la fabricación del queso, y que son parte del conocimiento local que han sido poco documentados.

Seguidamente, se recolectó información a través de encuestas aplicadas en una muestra de 25 explotaciones familiares de producción de materia prima y de fabricación artesanal de queso y de 5 unidades industriales (mini-queseras) con el objetivo de obtener información acerca de los procesos de producción de leche y de fabricación de queso y de las características de las unidades en donde estos se realizan.

También, se realizó un sondeo de imagen y consumo de queso dirigido a los consumidores para conocer sus apreciaciones y opiniones sobre diferentes aspectos del producto. Asimismo, se practicaron análisis físico-químicos, microbiológicos y sensoriales a la leche y el queso.

Por último, se conformó un grupo de apoyo al establecimiento de la denominación de origen del Queso Turrialba, con el fin de revisar y discutir los resultados técnicos obtenidos durante el proceso metodológico anteriormente descrito. Este grupo fue integrado por profesionales de instituciones?, miembros de las juntas directivas de las organizaciones de productores locales, ASOPROA y ASOPLUT y otros productores, que en opinión de dichas organizaciones, eran de beneficio para el proceso, por sus conocimientos o experiencia de fabricación o por su condición de líderes comunitarios y fabricantes locales de queso.

Figura 3. Esquema metodológico del estudio del queso Turrialba



Fuente: Granados, 2006

Este proceso permitió conformar un grupo interdisciplinario y representativo para el análisis amplio de las condiciones que definirán a la DO del Queso Turrialba, tanto de aquellos aspectos específicos que formarán parte del Pliego de Condiciones (origen, materia prima, características del producto y del método elaboración y su delimitación geográfica), como de otros relativos a la organización local para la puesta en marcha de la DO en la región. También para involucrar a los actores locales en el proceso de desarrollo de la DO, mediante la conformación de un grupo que eventualmente sea la base para la constitución del órgano de gestión y/o control de la DO. El grupo fue integrado por productores locales y representantes de entidades públicas y privadas con injerencia en la región (CNP, MAG, CATIE, UCR, Ministerio de Salud), .

Actualmente, se están preparando los documentos legales para presentar ante el Registro Público, la solicitud del sello de denominación de origen para el queso Turrialba y que incluirá la creación de una nueva figura jurídica, integrada por productores locales, para la gestión y control de la DO.

3.1.3 Relaciones con otros procesos de calidad y sellos

En varias plantas queseras se han implementado programas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control (HACCP), los cuales se han establecido como un requisito dentro del pliego de condiciones.

No hay vinculación con otros sellos de diferenciación pues el hecho de ser un producto fresco limita su comercialización por ejemplo dentro del ámbito del comercio justo.

No obstante, dentro del Pliego de Condiciones, se ha creado la categoría de “Queso Turrialba Artesano” para diferenciar el producto de explotaciones que fabrican el queso utilizando exclusivamente la leche de la misma explotación.

.

3.1.4 Dificultades y contratiempos

Al nivel de los productores no hubo mayores contratiempos para desarrollar la propuesta. La participación de un grupo pequeño de productores se considera normal, dentro de las experiencias de trabajo participativo en el país. La problemática radica en que a nivel del país se tiene poco “expertise” en el tema y apenas este año se publicó el reglamento a las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen, que permitiría el reconocimiento de este tipo de sellos. faltando aun por crear las entidades técnicas para la gestión del sistema.

La gran cantidad de productores locales obliga a mejorar sustancialmente la actual organización local, como una medida necesaria para la promoción, comercialización y mantenimiento de un producto de propiedad y fabricación colectiva. Los beneficios de la DO solo serán obtenidos si se logran establecer medidas para organizar la oferta local y ejercer un control permanente de la calidad del producto a través del órgano de control de la DO, mejorando y preservando su imagen y calidad.

3.1.5 Competencias que falta desarrollar

Para el establecimiento de la DO del queso Turrialba, se debe revisar y acordar el contenido final del Pliego de Condiciones, así como definir un órgano de control y su reglamento interno, incluyendo la estructuración de un sistema de aseguramiento de la calidad. En todos esos aspectos la organización local de productores tiene poca experiencia por cuanto deberá capacitarse en varios temas y ahí será fundamental el apoyo de las instituciones nacionales competentes.

Por la gran cantidad de productores locales de queso Turrialba, no se puede pretender un alto grado de homogeneidad del producto, lo cual también es propio de muchas DO en el mundo. Sin embargo, la heterogeneidad puede ser una característica deseable, dentro de una identidad común o colectiva, definida en términos cuantitativos, por rangos de características comunes.

Para la producción de queso Turrialba con DO, es indispensable mejorar las condiciones físicas, sanitarias, la eficiencia y procedimientos de fabricación y el empaque del producto, en las unidades artesanales de fabricación, para obtener productos inocuos y diferenciados y tener opción de acceso a nuevos mercados y puntos de venta. Para estas inversiones es necesario el apoyo de la Administración, reforzando la actual asesoría técnica en todas las fases de la cadena del producto y posibilitando la financiación. Una de las necesidades más claras es la instalación de un laboratorio en la región para el análisis de la condición sanitaria del producto amparado a la DO (Granados, 2006).

Dados los volúmenes de queso comercializados en el mercado interno, se ha creado una fama ligada a la calidad que se traduce en una externalidad que puede afectar o favorecer a los demás queseros. Cuando se han presentado problemas de calidad en quesos, intoxicaciones masivas, etc. estos hechos afectan la fama de unos y otros como grupo. (Cascante, 2003)

3.1.6 Análisis FODA del producto y el proceso de calificación

Con base en la investigación de Granados y entrevistas a los dirigentes de ASOPROA y ASOPROFOLAC se presenta el análisis FODA del queso Turrialba frente a la posibilidad de obtener un sello de denominación de origen.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">▪ Tradición de más de 100 años en la elaboración de queso siguiendo un método artesanal.▪ Interés de los productores y organizaciones locales por registrar el producto e implantar la DO.	<ul style="list-style-type: none">▪ Condiciones sanitarias deficientes en algunas unidades de producción.▪ Falta de aplicación de controles para la obtención de un producto homogéneo e inocuo.▪ Baja capacidad en la organización local para constituir el órgano de control de la DO y establecer un sistema de aseguramiento de la calidad.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">▪ Reciente publicación del reglamento	<ul style="list-style-type: none">▪ Fuertes intereses comerciales de

Caso Estudio DO Queso Turrialba

<p>de indicaciones geográficas y dominaciones de origen contenidas en la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, posibilita la solicitud de la DO para el queso.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Reconocimiento por parte del consumidor del queso de Santa Cruz como el auténtico queso Turrialba.▪ Ser el primero producto del país en obtener una DO.	<p>las grandes empresas lácteas que se oponen a la posible denominación de origen para el queso Turrialba.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Entrabamiento del procedimiento registral para otorgar la DO ante la falta de experiencia en dichos procesos.
---	--

3.2 Especificidades, grado de diferenciación del producto

La actividad quesera es parte de la tradición y de la cultura local de Santa Cruz, que se ha preservado a través de las relaciones de amistad y familiaridad, que han jugado un papel relevante dentro del funcionamiento de las queseras familiares y sobre las formas de transmisión de conocimientos, innovaciones e información y ha creado un sentido de pertenencia ligado al territorio (Cascante 2003).

Así, el queso de Santa Cruz de Turrialba ha creado la “imagen” de ser un buen producto, por lo que muchos comerciantes aprovechan para vender quesos de diferentes lugares bajo la denominación: “Turrialba”. Con esto coincide Cascante (2003), quien considera que esta fama y el origen del queso Turrialba está siendo aprovechada en el comercio para vender cualquier queso blanco fresco. Lo anterior es válido tanto para aquellos quesos sin marca, etiqueta ni empaque, como para quesos de marca y empacados como el que producen algunas grandes empresas nacionales.

Según los resultados del sondeo de mercado del queso Turrialba, realizado como parte de la investigación de Granados (2006), el 81.6% de los encuestados estima que el Queso Turrialba, “*es un queso diferente*” del resto de los quesos blancos que se consumen en el país, y que en general no se encuentran diferenciados.

Las características de sabor (poca sal), textura (pocos huecos, cremoso), olor suave y color blanco, son de los atributos que más gustan al consumidor. El sabor, como se ha indicado, es una de las razones de compra más fuerte en este queso.

Una de las características más sobresalientes de la textura del queso Turrialba es que “parte muy bien y no se desmorona” (58.6%). Sobre la percepción de la “*textura*” que debería tener un queso Turrialba, se indicó lo siguiente: “parte bien” (56.6 %), “compacta” (31.6%), “pocos huecos” (27.6 %), “cremosa” (17.3 %), “hulosa” (6.1 %) y “dura” (3.1 %).

Además, del 50% de encuestados que manifestaron percibir diferencias entre un queso Turrialba con y sin marca (se refiere a una marca de empresa comercial), la “etiqueta” (33.3%) y el “sabor” (25%), son las características más significativas a través de las cuales los consumidores identifican un Queso Turrialba, por encima de la apariencia (15%) y muy superior al lugar donde se fabrica (3%). El 72% indicaron

que prefieren el queso Turrialba con marca contra el 28% que se inclinaron por el Turrialba sin pasteurizar, artesanal (Granados, 2006).

3.2.1 Pliego de condiciones

Para la definición del pliego de condiciones se realizaron 11 sesiones de trabajo comprendidas entre marzo de 2004 y de marzo de 2005. En general, a lo largo del período de reuniones de trabajo, participaron 19 productores (16 miembros de ASOPROA y 3 de ASOPLUT), quienes asistieron, según sus posibilidades, unos en forma regular y otros irregular, a las sesiones.

El grupo de profesionales, 16 en total, con una participación más regular, estuvo compuesto por personal con formación en administración, sociología, veterinaria, ingeniería agropecuaria, zootecnia, fitotecnia, tecnología de alimentos y mercadeo. Además, ocasionalmente, se contó con la presencia del Alcalde la Municipalidad de Turrialba, entidad que ha expresado su interés por apoyar la iniciativa de la DO.

El pliego de condiciones acordado es el siguiente:

Materia prima

Las explotaciones productoras de leche para la fabricación de queso con denominación de origen deben cumplir con todos los requisitos que establezca la legislación nacional en cuanto corresponde a la actividad. Igualmente, la leche empleada en la fabricación de queso amparado por la DO, cumplirá con las condiciones higiénico-sanitarias que establece la legislación vigente.

La leche empleada en la fabricación de queso Turrialba, debe proceder en su totalidad de la región geográfica delimitada para la denominación de origen. Las explotaciones de productores de leche para la fabricación del queso amparado a la DO, deben encontrarse certificadas como "Hato Libre de Brucelosis" u otras enfermedades a criterio del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). El tiempo de conservación será como máximo de 24 horas en adecuada refrigeración.

La leche para la fabricación del queso amparado por la denominación de origen "Queso Turrialba" será el producto natural, procedente del ordeño de animales sanos y que reúna las siguientes condiciones:

- Deberá estar libre de organismos patógenos productores de enfermedades como mastitis, tuberculosis, brucelosis, leptospirosis y otros.
- Tendrá una apariencia normal con un color y un sabor fresco y puro.
- Libre de calostros, conservantes, medicamentos o antibióticos u otras materias extrañas como pesticidas, desinfectantes o detergentes que puedan incidir negativamente en la elaboración, conservación y calidad del queso.
- Debe encontrarse a una temperatura de 35 a 36 °C y dentro de un rango de pH de 6.50 a 6.80. El tiempo de conservación será como máximo de un día a una temperatura de refrigeración de 4 °C.
- Tendrá una composición de acuerdo con las características de la raza a la que pertenezcan los animales de que proceda y con la estación del año, presentando los siguientes mínimos: grasa: 3.5% y proteína: 3.12%.

- No se utilizará la leche producida durante los primeros 8 días después del parto.

Proceso de elaboración

Integrando la información obtenida en las actividades que trataron este aspecto, se obtuvo el siguiente proceso de fabricación para la DO (véase el diagrama de flujo en la figura 4).

Filtración

Deberá utilizarse un filtro higiénico de material adecuado y que impida el paso de partículas extrañas que puedan afectar la calidad de la leche. Preferiblemente debe usarse filtro desechable que se cambiará diariamente; en caso de usarse material de tela, este deberá lavarse o cambiarse diariamente para evitar que la leche arrastre algunas bacterias que se hayan acumulado.

Estandarización

Se realizará estandarización de leche en situaciones en que la concentración de grasa en la leche sea muy alta y requiera descremado y uniformado.

Pasteurización

Para la fabricación del queso Turrialba podrá utilizarse leche cruda o pasteurizada. La pasteurización se realizará observando la normativa vigente y empleando cualquiera de los siguientes métodos: *pasteurización con placas* (por 15 segundos a 72 grados a.C.) o *pasteurización lenta*: (por 30 minutos a partir de que se alcanza una temperatura de 63 a 65 °C). Para queso fabricado con leche pasteurizada debe adicionarse siempre cultivo lácteo. Cuando la fabricación se realice con leche sin pasteurizar se debe asegurar la inocuidad de la leche y del queso a través de estrictos controles sanitarios y los análisis microbiológicos pertinentes.

Coagulación

El cuajo se adicionará en forma directa y agitando la leche el tiempo necesario para obtener una distribución uniforme y dejando reposar, en promedio, por un período 30 minutos hasta obtener la cuajada. No está permitido el uso de cuajo de origen transgénico.

Corte

El corte de la cuajada debe hacerse en forma suave, lenta y uniforme, con al menos dos pasadas de la lira, para obtener una granulometría de aproximadamente de entre uno y dos centímetros cúbicos. Esta operación debe tardar al menos de 5 a 10 minutos.

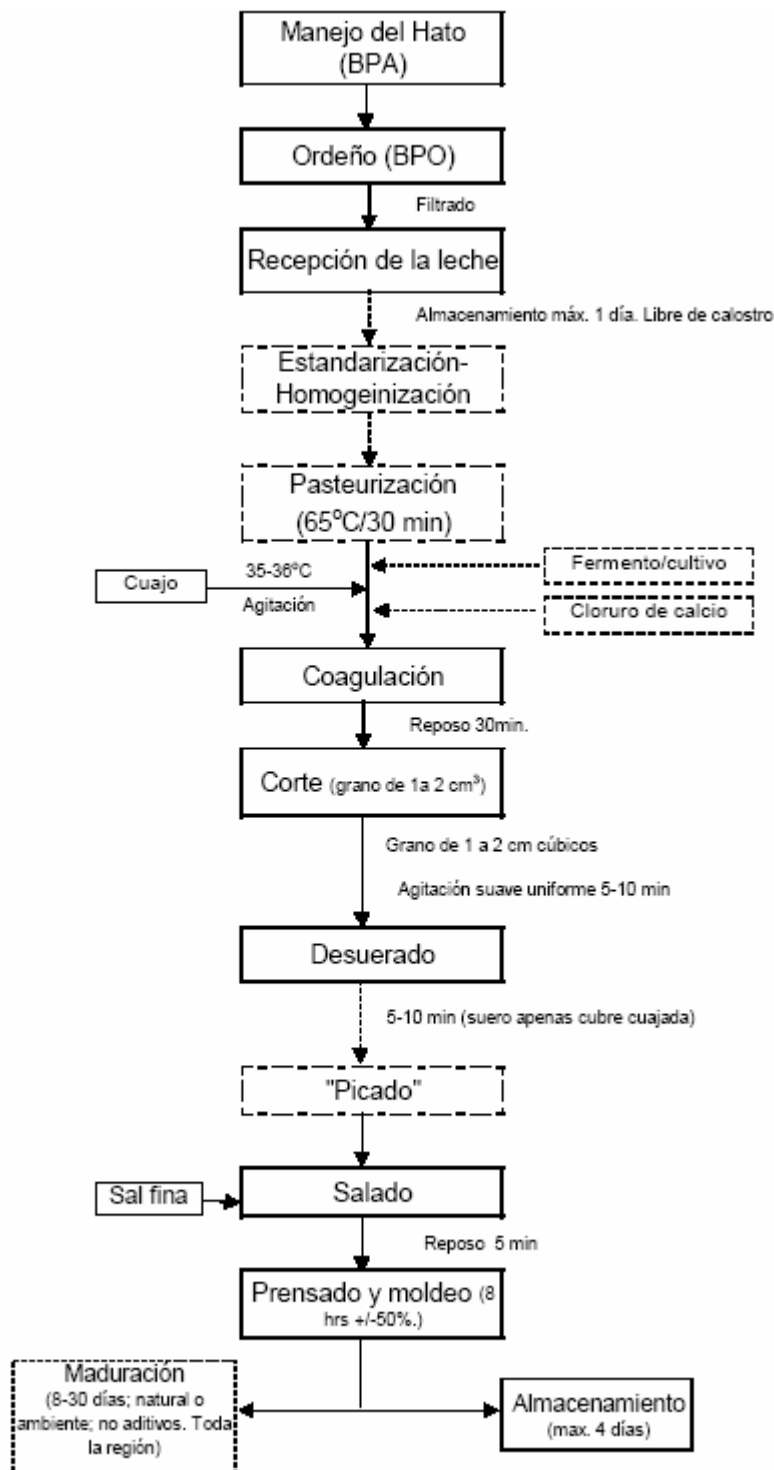
Agitación y reposo de la cuajada

Luego del corte se debe realizar un agitado homogéneo de la cuajada por un mínimo de 5 minutos y un máximo de 10 minutos en forma suave y uniforme. Posteriormente se debe permitir el desuerado dejando que el suero cubra ligeramente la cuajada por un tiempo mínimo de 5 minutos y un máximo de 10 minutos. Si los granos de la cuajada se han unido, se podrá utilizar un cuchillo para reducir el tamaño de los gránulos.

Salado

Se realizará mediante adición directa de la sal, diluida en agua. Es recomendable un tiempo de reposo de 5 minutos para una adecuada disolución de la sal. El queso maduro puede ser salado con salmuera.

Figura 4. Diagrama del flujo de elaboración del queso Turrialba



Prensado y moldeo

Para la fabricación del queso protegido se utilizará el método de prensado hasta obtener las características físico-químicas y sensoriales establecidas para el producto. Posteriormente, los quesos deberán mantenerse en adecuadas condiciones de refrigeración hasta el punto de venta. El tiempo de prensado debe ser de 8 horas, sin embargo, este tiempo puede disminuir o aumentar en un 50%, dependiendo del turno de fabricación, de la mañana o de la tarde.

Aditivos

Se prohíbe la adición de cualquier tipo de aditivo distinto a los indicados en el presente PC y que puedan alterar las condiciones de fabricación del producto y sus características finales. No podrá utilizarse maicena, caseinato, leche en polvo, materia grasa u otros. Para el queso fabricado con leche pasteurizada está permitido el uso de cloruro de calcio.

Maduración

Para la fabricación de queso maduro se utilizará el mismo procedimiento antes descrito. El período de maduración será de 8 a 30 el cual podrá realizarse a temperatura controlada o al ambiente, en cuyo caso debe hacerse en condiciones de humedad y temperaturas adecuadas que normalmente se presentan a altitudes superiores a los 1800 m.s.n.m.

A fin de lograr un producto de la mejor calidad, el proceso de maduración será natural y no se aceptará la adición de ninguna materia para su inducción.

En las etapas de producción pecuaria y transformación son en las que se ha trabajado más, debido a la necesidad de investigar las características diferenciables del producto y la elaboración del pliego de condiciones. Falta describir con mayor detalle el proceso de comercialización, especialmente en el escenario del queso con DO, pues deberá ir con empaque y etiqueta para poder acceder a los supermercados donde se espera que los consumidores reconozcan el sello y prefieran el queso de Turrialba sobre el de la competencia.

Descripción del producto

El proceso anterior permitió establecer las características finales del Queso Turrialba para el cual será presentada la solicitud de registro como denominación de origen.

Descripción general

El queso Turrialba es un queso natural, fresco, semi-duro, bajo en grasa, de color blanco cremoso a amarillo cremoso, de aroma suave con recuerdo a la leche de procedencia, obtenido a partir de leche de vaca natural, cruda o pasteurizada, a través de métodos de fabricación tradicionales, conservando el sabor, aroma y características propias de la leche natural de la región donde se produce².

² De acuerdo a la Norma oficial para queso de Costa Rica (MECI-1988), el queso Turrialba se clasifica como un queso, “fresco. semi-duro y bajo en grasa.

El Turrialba maduro, ha acentuado estas características, al haber sido sometido a un proceso de maduración natural de 15 a 30 días de duración en queserías ubicadas en la región delimitada, que le otorgan unas características específicas de calidad.

Ambas categorías podrán llevar la mención de “queso artesano” entendiéndose como tal el queso elaborado en la propia finca del productor principalmente con mano de obra familiar y mediante un proceso manual, utilizando leche íntegra, procedente del ordeño de vacas de la propia finca del fabricante.

Características físicas, químicas y sensoriales

Al término de su fabricación el queso Turrialba presentará las siguientes características básicas:

Características físicas

Presentará forma cuadrada o rectangular, aunque se podrá ser utilizada la forma cilíndrica, especialmente para la presentación del queso maduro, atendiendo a la antigua tradición en la región de origen. Su peso estará entre 0,5 a 5.0 kilogramos.

Características químicas

El queso amparado a la denominación presentará las siguientes características químicas: humedad inferior a 55%, grasa mínimo de 18,5% (sobre extracto seco), proteínas mínimo de 14,5 %. Su acidez se encontrará entre 0.1 y 0.3% y la sal entre 1,5 y 2% de sal.

El queso Turrialba maduro se fabricará a partir de un queso con las características indicadas, y será madurado durante un período de 15 días a 3 meses.

Características sensoriales

Al término de su fabricación, el queso Turrialba de la denominación de origen, presentará las siguientes características sensoriales:

Textura: No presenta una corteza diferenciada; la pasta es de textura blanda ligeramente cremosa y ligeramente compacta, de buena apariencia, con pocos ojos y pocos poros, irregulares y desigualmente repartidos. Al corte, da poco brillo, sin ser totalmente opaco. Por su fabricación artesanal, comúnmente presenta una pasta de mayor consistencia, menos tierna, como consecuencia del uso de leche íntegra y el prensado mecánico.

Al corte, parte bien y no desborona y es fundente.

El Turrialba maduro ha adquirido una corteza ligeramente diferenciada, fina, suave y elástica.

Color: De color crema a amarillo cremoso, en algunos casos un amarillo algo más intenso, dependiendo de la raza lechera dominante empleada en su fabricación. El Turrialba maduro, adquiere una coloración amarilla, desde pálida a más intensa, dependiendo del tiempo de maduración.

Olor: De aroma suave, poco ácido, con recuerdo a la leche de procedencia.

Sabor: De sabor agradable y liviano, lácteo y algo maduro o cremoso, de salado suave. El Turrialba maduro muestra una sensación más firme y cremosa.

El queso Turrialba maduro se fabricará a partir de un producto con las características indicadas, utilizando el mismo proceso tradicional de fabricación., a partir de leche cruda o pasteurizada.

Las características descritas, podrán ser modificadas a criterio del Órgano de Control de la denominación, de acuerdo a los procedimientos que corresponda, indicados en la “Normativa de Uso” de la denominación.

3.3 Reconocimiento de la especificidad / reputación

Como parte de la investigación de Granados 2006, se realizó un sondeo de mercado del queso Turrialba que dio los siguientes resultados:

- El 80% de los encuestados opinan que el Queso Turrialba se originó en Turrialba, pero que ahora está muy difundido en otras áreas del país.
- El 54% de los encuestados creen que es un queso que está en todo el país, que su difusión es muy amplia, hay quienes incluso se cuestionan si todo el queso que dice estar elaborado en “Turrialba”, es legítimamente de allí, sobre todo cuando no tiene marca. Solo un 10,1% cree que el Turrialba es un “tipo de queso”.
- Un 70% de los encuestados cree que el mejor Queso Turrialba es el que se produce en Turrialba, lo que es un factor a favor de la creación de una denominación de origen para el producto.
- Existe curiosidad y disposición de compra inicial si se produce un queso con un sello que garantice que el producto es elaborado en Turrialba.
- El 91.5% de los entrevistados compraría un queso con un sello o algún indicativo que le garantice su elaboración en Turrialba, inicialmente “para probar”, pero si reúne las características de un “Queso Turrialba”, la tendencia a la compra se podría mantener. Los conocedores del proceso de pasteurización prefieren un queso Turrialba con sello de calidad que esté pasteurizado.
- El 100% de los encuestados ha consumido algún tipo de queso y el 97% ha consumido queso Turrialba en los 2 últimos meses. En promedio, cada encuestado ha consumido 2,7 kg. de queso, y en el caso del queso Turrialba, se consumen en promedio 2,41 kg por mes por hogar, muy superior a cualquiera de los otros tipos de quesos incluidos en la encuesta, con una frecuencia de consumo entre una y tres veces por semana.
- Un 54.7% de los entrevistados hacen la compra de lo que ellos denominan como “queso Turrialba” en el supermercado, al que perciben como “higiénico” y “práctico y accesible”; casi un 20% utiliza el mercado (lugar de comercio popular propiedad de las municipalidades locales), comentando que encuentran allí “un producto de calidad” y con un “precio más cómodo” que el que les ofrece un supermercado. La Feria del Agricultor (mercados regulados por el Estado para

la comercialización directa de productos alimenticios y agrícolas principalmente, que operan en centros poblacionales, principalmente urbanos, con frecuencia semanal) se convierte en otro lugar interesante para el consumidor para adquirir su “queso Turrialba”.

- El supermercado, como principal lugar de compra, dice mucho de cómo ha evolucionado la comercialización de este queso a través de las diferentes marcas, principalmente, el queso tipo Turrialba de la empresa Dos Pinos. El queso blanco comprado en mercados y en la Feria del Agricultor, es probablemente queso de procedencia artesanal de diferentes zonas del país, siendo estos, importantes puntos de venta del producto artesanal de Santa Cruz, lo que coincide con lo mencionado por los productores en la encuesta de información primaria.
- Con respecto a la marca comercial, un 39.0% de los entrevistados compra el queso denominado como “Turrialba”, considerando al nombre como una marca comercial, un 24% que lo adquiere con etiqueta, pero no recuerda la marca. El 50% de las personas encuestadas manifiesta también percibir diferencias entre un queso Turrialba con y sin marca. La marca consumida de mayor recordación es la Dos Pinos (22.4%).
- Por la frecuencia en que los consumidores hacen referencia a la “marca Turrialba” (que no existe como tal en el mercado), y no a su marca comercial, hace suponer que hay consumidores que manejan un concepto de características generales asociadas al “queso Turrialba”.
- El 81.6% de los encuestados estima que el queso Turrialba, “*es un queso diferente*” del resto de los quesos blancos que se consumen en el país, y que en general no se encuentran diferenciados.
- Las diferencias percibidas entre el queso Turrialba y otros quesos blancos son que el Turrialba es: “de un sabor diferente, más rico”, “sabe mejor”, “tiene más sabor a leche, los otros son más químicos”, “es mejor en sabor y en textura”.
- Además, del 50% de encuestados que manifestaron percibir diferencias entre un queso Turrialba con y sin marca, la “etiqueta” (33.3%) y el “sabor” (25%), son las características más significativas a través de las cuales los consumidores identifican un queso Turrialba, por encima de la apariencia (15%) y muy superior al lugar donde se fabrica (3%).
- Como dato adicional se preguntó si se conocía la diferencia entre un queso *pasteurizado* y otro que no lo está. El 49.3% de los encuestados definió satisfactoriamente el queso pasteurizado; a estas personas se les preguntó la preferencia por un queso elaborado en la zona de Turrialba, obteniéndose el siguiente resultado: el 72% indicaron que prefieren el queso Turrialba con marca contra el 28% que se inclinaron por el Turrialba sin pasteurizar, artesanal.

3.4 Mercados: actuales y como meta

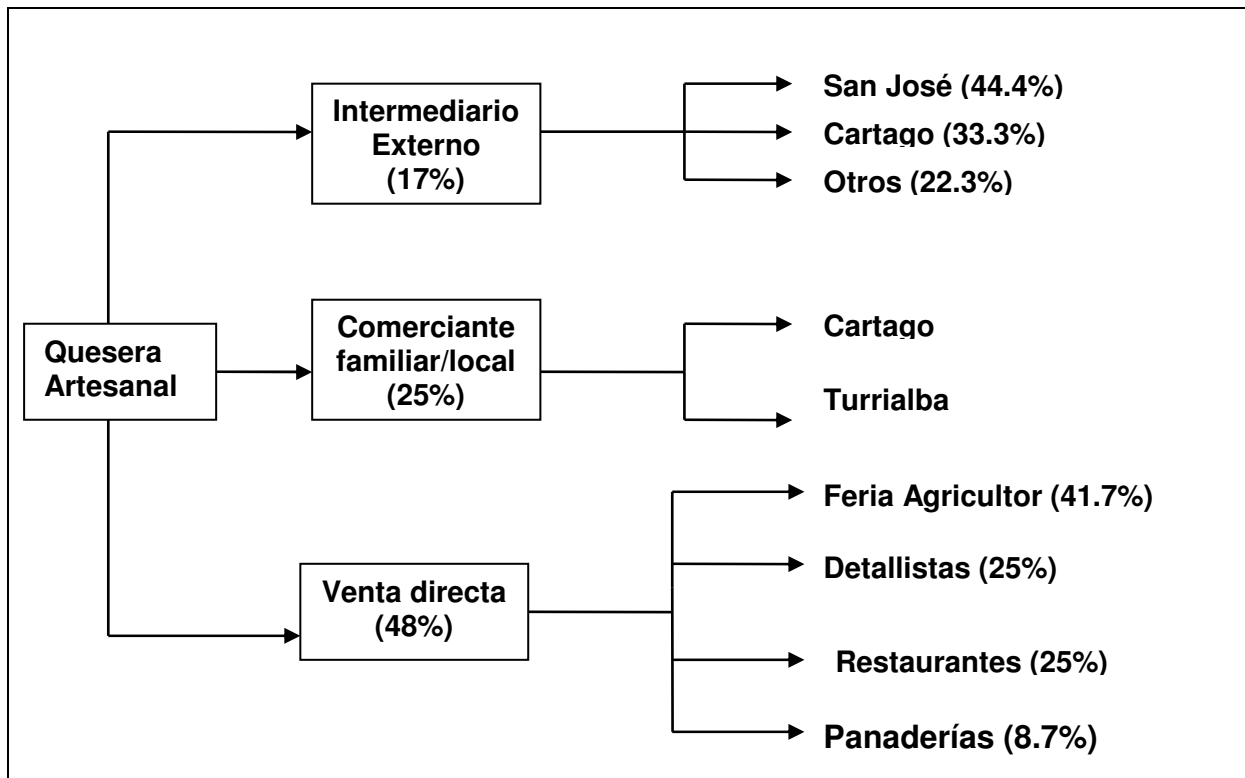
El mercado del queso Turrialba elaborado en el distrito de Santa Cruz se encuentra en el área metropolitana que incluye parte de las provincias de San José, Cartago, Heredia y Alajuela donde se concentra la mayoría de la población costarricense. Existe una amplia competencia por el mercado, entre las queserías artesanales y las miniplantas y cada tipo posee cierta especialidad en sus canales de distribución y mercados de consumo de su producto.

Cascante (2002), considera que, en términos generales, la forma de vinculación con un determinado actor y su complejidad, dependen del tipo de quesería de que se trate, así por ejemplo, las unidades productivas más “desarrolladas” y complejas integran a su actividad un menor número de etapas dentro de la cadena alimentaria, tales como transporte y comercialización, mientras que tienden a eliminar aquellas etapas concernientes a la producción pecuaria y extracción de leche especializándose en el acopio y transformación de la misma. Contrariamente, las empresas más tradicionales y pequeñas, integran con mayor frecuencia la producción lechera a la elaboración de queso, propio de su cultura local, mientras que las etapas de transporte y comercialización, que demandan capital “extra” y buenas vías de comunicación, son relegadas a otros actores.

Las queserías artesanales, presentan una amplia variedad de estrategias para vender su queso, que van desde la venta directa en su finca, el traslado a mercados cercanos o la entrega a los intermediarios que acuden a sus fincas y trasladan el producto al área metropolitana. Muchos de estos productores utilizan la familia o un círculo de conocidos o compañeros para colocar su reducida producción y asegurar su venta en mercados mejores. Sus actividades productivas les impiden venderlo ellos mismos a distancias más alejadas.

La forma predominante de venta del producto es a través de intermediarios comerciales, tanto en las unidades artesanales como industriales (52% de las unidades artesanales y 60% industriales, utilizan esta vía de comercialización exclusivamente). Los intermediarios son compradores, locales o externos a la región, que compran el producto directamente en las unidades, con una frecuencia de dos a tres días por semana, para luego revenderlo en distintos puntos de venta.

Figura 5. Rutas de comercialización del queso artesanal



Fuente: Adaptado de Cascante, 2003.

Del total de productores artesanales que venden en forma directa (58%), el 41,7% lo hacen en Ferias del Agricultor, el 25% en pequeños locales detallistas, el 25% en restaurantes y el 8,3% en panaderías para uso como materia prima.

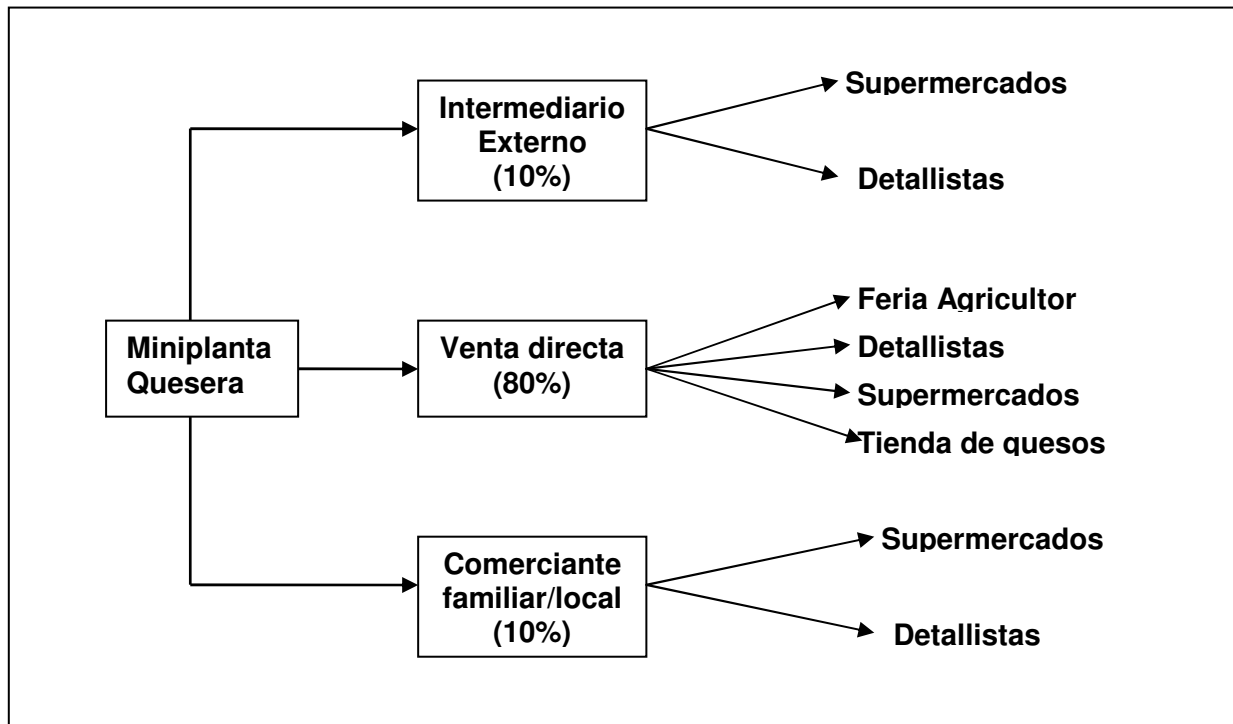
Los intermediarios venden el producto principalmente en la provincia de San José (44,4% de las explotaciones) y la provincia de Cartago (33,3% de las explotaciones). El resto es colocado en forma variable en alguno de los siguientes lugares: Turrialba, Paraíso, Tres Ríos, Alajuela o Santa Cruz.

De acuerdo con las estimaciones de Cascante (2003) los productores artesanales venden cerca de 130 TM de queso crudo por mes, que generan un ingreso bruto aproximado de US\$ 212,000.

Se considera que en términos del aumento del precio a lo largo de la cadena de comercialización del queso crudo, existe una ganancia de casi el doble entre el productor de queso y el consumidor, a nivel de detallista o Feria del Agricultor en el mercado Metropolitano. Los principales favorecidos en este margen de ganancia son los comerciantes externos, quienes obtienen aproximadamente el 42.6% de ganancia con solo comprar y transportar el queso fuera del territorio de producción.

Por su parte, las miniplantas tienen un mercado más estable y han establecido relaciones comerciales más formales que los artesanales, colocando su producto en el comercio detallista o mayorista mediante contratos formales e informales, con la ventaja de disponer de una marca y registros de respaldo.

Figura 6. Rutas de comercialización del queso pasteurizado



Fuente: Adaptado de Cascante, 2003.

De acuerdo con Cascante (2003), el 49,02% vende a través de intermediarios, el 13,73% por ruta propia, el 9,80% en Ferias del Agricultor, el 7,84% en planta, y el 19,60% vende en forma directa. Este grupo tiene mayor acceso a los supermercados, debido a que el producto va empacado y etiquetado.

Para 2004 la producción anual estimada de queso producido en la región fue estimada en 4,500 toneladas métricas (Granados, 2006) que generan un ingreso bruto aproximado de US\$ 260,000.

A futuro, el principal canal de comercialización lo constituyen los supermercados, por cuanto los productores artesanales deberán hacer los ajustes necesarios en sus procesos y métodos de empaque para acceder a ese canal. En este aspecto contribuiría el disponer del sello de calidad.

3.4.1 Relación con el turismo

Existe un gran potencial para vincular la denominación de origen con el turismo. El distrito de Santa Cruz cuenta con un cierto potencial turístico debido a la presencia del Volcán Turrialba y del Parque Arqueológico Guayabo, además de la tradición quesera. Sin embargo, por muchos años las comunidades santacruceñas solamente han visto pasar los turistas que son traídos por tour operadores desde San José, quienes retienen todo el valor agregado de la actividad. Ante esta situación los productores de queso se han organizado en una "Red de Agroturismo" con el fin de desarrollar una oferta basada en las fincas lecheras y plantas queseras para que el turista disfrute de los atractivos naturales del distrito y también conozca y aprenda

sobre la agroindustria del queso Turrialba. Para los productores que se han iniciado en esta actividad, esto les ha significado un ingreso extra por medio de la venta de comidas y queso que hacen los turistas.

Por otra parte, desde el año 2002 se celebra anualmente la Feria del Queso Turrialba, evento que atrae cada vez a un mayor número de visitantes, quienes disfrutan de atracciones como: exposición de ganado, elaboración de un queso gigante, campeonato de ordeño, comidas típicas, paseos a las lecherías. Esta feria es organizada por la Asociación para el Fomento de la Industria láctea de Santa Cruz (ASOPROFOLAC) que se creó con ese fin y que está integrada por productores de queso artesanal.

IV. ACTORES Y ORGANIZACIÓN COLECTIVA

Los actores involucrados en la cadena de producción del queso Turrialba se representan en la figura 7. Estos se pueden agrupar en tres tipos: los productores de leche y queso, los actores privados y los actores públicos:

Productores de queso Turrialba

En términos generales, un 81% de las pequeñas unidades productoras de queso artesanal, son empresas familiares, que han sido heredadas junto con la finca de ganadería de leche, de padres a hijos y nietos, o sea que cuentan con un fuerte arraigo cultural. Dentro de estas empresas familiares se observa una distribución de labores bien diferenciada por géneros, de manera tal, que cada miembro de la familia (promedio de 5 personas), lleva a cabo alguna función dentro del proceso. Las mujeres generalmente están a cargo de la elaboración y empaque del queso, mientras los varones efectúan las otras tareas (Cascante 2003).

Estas microempresas utilizan generalmente leches enteras con alto contenido graso, obtienen bajos rendimientos por kilo de queso procesado (7:1) pero con un excelente sabor. En la elaboración del queso se aplican tecnologías de tipo artesanal, basadas en las experiencias de los productores y el conocimiento tradicional.

Por su parte, las plantas semi-industriales (miniqueseras), tienen su origen en 1979, como uno de los resultados del Proyecto de Queserías Rurales de Costa Rica dirigido por el MAG. Se fundaron inicialmente 17 miniplantas privadas o cooperativas, a las que más tarde se unieron otras. Posteriormente, en 2000, se fundó la Asociación de Plantas Lácteas Unidas de Turrialba (ASOPLUT), que agrupa al 90% de estas unidades (Yee 1996, citado por Cascante 2003).

En 1999 existían cerca de 25 miniplantas en la zona que operaban a un 49.7% de capacidad, con una producción promedio de 2 335 Kg. por día (equivalente a 852 275 Kg/año, un 72.5% de los cuales como queso fresco Turrialba pasteurizado (Hidalgo 2001, citado por Granados). Este número se redujo en 2001 a 15 plantas procesadoras de leche, todos miembros de ASOPLUT, debido a la crisis ocurrida entre 1999 y 2000, en que el aumento de la lluvia provocó que la producción lechera de la zona disminuyera en un 31,2% en relación a la producción de 1995, y que

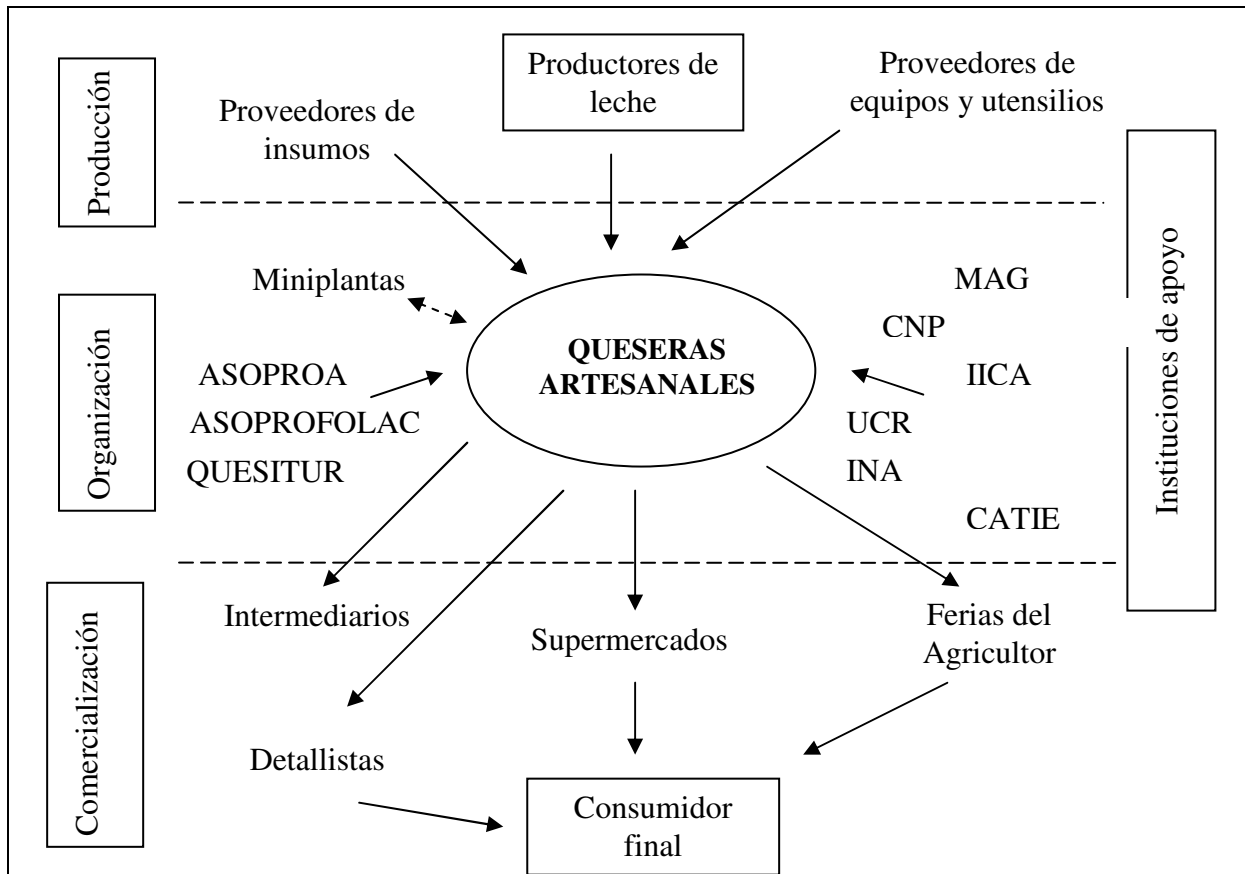
provocó que la zona fuera declarada zona de emergencia (Villegas 2001, citado por Granados 2006).

La coexistencia y relación de ambos grupos de queseros en una zona relativamente pequeña ha sido compleja y podría definirse como una relación de competencia por algunos recursos como materias primas, mercados, calidad y precios pero también por autenticidad y prestigio. Actualmente, ASOPLUT se encuentra inactiva y algunos de sus asociados son miembros de ASOPROA.

Proveedores

En este grupo se incluyen los distribuidores de insumos agropecuarios (11), distribuidores de insumos para el queso (8), distribuidores de materiales de limpieza (5), distribuidores de medicamentos (3), representantes de agencias de venta y mantenimiento de equipos (3), artesanos locales dedicado a al construcción de equipos y utensilios en acero inoxidable (6), comerciantes intermediarios

Figura 7. Grupos de actores alrededor de la producción del queso Turrialba



Fuente: Actualizado a partir de Cascante, 2003

Actores públicos

Se mencionan a continuación las instituciones públicas que han tenido contacto con las queserías de Santa Cruz de Turrialba, algunas de forma temporal y otras de manera más sostenida durante diferentes épocas:

Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG): Durante muchos años ha ofrecido asesoría veterinaria y en el manejo y desarrollo de pastos y ganado, ligados a la producción lechera de la zona mediante su sede regional en Turrialba y el Programa Lechero Nacional. También fue el gestor del Proyecto Queserías Rurales que dio origen a las miniplantas de queso pasteurizado.

Consejo Nacional de la Producción (CNP): se ha orientado, desde su modernización en los años 90, a la asesoría y seguimiento de las queserías artesanales, en áreas como la organización, el mantenimiento de registros sanitarios y la capacitación. En la actualidad los Fondos de Reversión Industrial manejados por el CNP son muy importantes para las queserías de Santa Cruz ya que se han aprobado dos proyectos para favorecerlas. Un primer proyecto fue presentado por ASOPLUT para mejorar las plantas y modernizar procesos y un segundo proyecto fue presentado por la Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz, para mejorar fincas básicamente. El CNP estará a cargo, en adelante, de dar seguimiento a la ejecución de estos proyectos en la zona.

Otras instituciones como la Universidad de Costa Rica, El Centro Agronómico de Capacitación y Enseñanza (CATIE) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) han apoyado a la producción de leche y queso de Santa Cruz por medio de investigaciones, asesoría y capacitación, pero de forma más puntual e intermitente.

4.1 Organizaciones colectivas

Las organizaciones colectivas existentes en el distrito de producción y de interés para el proceso de consecución del sello de DO son la Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz (ASOPROA) y la Asociación para el Fomento de la Industria Láctea de Santa Cruz (ASOPROFOLAC).

ASOPROA, fue fundada en enero del año 2000 y reúne cerca de 175 productores de leche y queso. Tiene como propósito principal administrar los fondos del Programa de Reversión Industrial del CNP, que se dan vía préstamo a los asociados para la modernización y mejoramiento de las fincas lecheras y las plantas queseras.

ASOPROFOLAC, se creó en 2006 para mejorar la organización de la Feria del Queso Turrialba. Esta organización reúne a varios productores, también miembros de ASOPROA y ASOPLUT y como sus objetivos son más concretos podría a futuro desempeñar un papel activo en la consecución y organización de la DO del queso.

4.2 Organización para la consecución del sello de DO

A partir del grupo de productores que participó en las sesiones para la definición del pliego de condiciones se constituyó una comisión local integrada por 18 queseros seleccionados por los mismos productores, entre ellos 15 elaboran el queso artesanal y 3 lo hacen en plantas semi-industriales. El objetivo es que sean los mismos actores locales, quienes retomen y coordinen el proceso de implementación del sello, como un modo de asumir la responsabilidad en forma directa y de prepararse para una eventual administración y control de la DO.

Además, la Municipalidad de Turrialba, a través de su Alcade y su Presidente Municipal, se comprometieron a asignar personal profesional en Derecho para el proceso de elaboración de la Normativa de Uso de la DO y del proceso de solicitud de inscripción y registro en el RPI.

No obstante, en la práctica la comisión local no ha cumplido su papel y son los dirigentes habituales quienes asumen toda la responsabilidad del seguimiento que se debe dar al proceso ante las instituciones competentes. Los demás productores se limitan a preguntar que como va el asunto y hasta cierto punto se muestran poco interesados.

V. ANÁLISIS, SÍNTESIS Y RECOMENDACIONES

En vista que el proceso para la obtención de un sello de diferenciación para el queso Turrialba, todavía está en marcha y falta bastante camino para recorrer, se ha tratado de elaborar una suerte de análisis FODA del producto, los productores y el territorio de producción, con base en las entrevistas y la propuesta metodológica desarrollada en la investigación de Granados (2006):

Fortalezas

- Existe una alta viabilidad para la implantación de la denominación de origen del Queso Turrialba, tanto por sus cualidades vinculadas al concepto de DO, como por el fuerte interés de los productores y organizaciones locales por registrar el producto e implantar la DO.
- La investigación de Granados (2006) permitió establecer significativos vínculos geográficos entre el producto y el territorio, siendo los más indicativos, la tradición de fabricación de queso referenciada desde mediados del siglo XIX y que dio origen al reconocimiento de este producto con el nombre “Turrialba”, las características de los sistemas de producción de leche típicos de la zona y el método de fabricación empleado tradicionalmente en la región que se diferencia de los métodos genéricos de fabricación de queso fresco. Los límites territoriales de producción de leche y fabricación de queso se han mantenido casi sin modificaciones desde los inicios de la fabricación del producto, facilitando la demarcación del territorio de la DO a partir del criterio de la ubicación actual de los actores económicos.
- La fuerte asociación que hacen los consumidores entre el “queso Turrialba” y su lugar de fabricación, demuestran que no se trata de un producto genérico. La posible alteración o estandarización del concepto de “queso Turrialba”, como un fenómeno relativamente reciente, ocurrido a consecuencia del ingreso al mercado de una variedad de quesos blancos frescos con la leyenda “Tipo Turrialba”, no debe ser una razón que afecte su carácter originario y la protección legal de su nombre.
- En el sondeo de mercado se obtuvo que, respecto al origen geográfico de este producto, el 80% de los encuestados opinaron que el Queso Turrialba se originó en Turrialba, pero que ahora está muy difundido en otras áreas del país (54%).

Debilidades

- La organización necesaria para administrar un sello de DO, todavía es débil. Las organizaciones de productores existentes fueron creadas con otros fines, así que falta especialización y capacitación para adelantar el proceso.
- Es indispensable mejorar las condiciones físicas, sanitarias, la eficiencia y procedimientos de elaboración y el empaque del producto, en las unidades artesanales, para obtener productos inocuos y diferenciados y tener opción de acceso a nuevos mercados y puntos de venta.

Oportunidades

- La creciente demanda por los productos diferenciados en general, que se observa en diferentes países, aunque mayormente en los desarrollados, es una señal de cambio en los hábitos de consumo, que constituye una oportunidad comercial para estos productos.
- La publicación en mayo de 2007 del reglamento de las disposiciones relativas a las DO contenidas en la Ley de Marcas (reglamento oficial), a partir de la propuesta surgida de la investigación realizada por Granados y de otras recomendaciones, hace importantes contribuciones a la normativa nacional sobre DO, superando algunas de las omisiones de la ley.
- Se debe de aprovechar la experiencia desarrollada en el país con la certificación de productos orgánicos para que algunas agencias puedan ampliar sus servicios a las DO. Se debe considerar la promoción de agencias regionales de certificación de productos agroalimentarios, lo cual es viable dentro de un sistema nacional de sellos de calidad diferenciada, en lo que el país trabaja actualmente (CNP).

Amenazas

- La posibilidad de que el queso Turrialba sea considerado como un producto genérico. La Ley de Marcas y otros signos distintivos de Costa Rica establece como una de las prohibiciones de registro de un producto como denominación de origen que este "sea la denominación común o genérica de algún producto.
- Persisten serias limitaciones en la legislación actual, que afectan el posible otorgamiento de un sello de diferenciación, entre ellas: la ausencia de un organismo nacional de gestión y promoción de las DO; la falta de claridad para establecer las diferencias teóricas y prácticas entre las IG y DO; la sujeción de los procedimientos de solicitud y registro de las DO a los de las marcas comerciales, ignorándose las particularidades de las primeras; la permisión de que un productor, por si solo, pueda presentar la solicitud de registro de una DO, corriendo el riesgo de quitar representatividad a los intereses de los productores ubicados en el territorio de la DO; la ausencia de tipificación de infracciones y sanciones relativas al uso de las DO no son de su competencia y sin la capacidad institucional para ello.

5.2 Impactos económicos, sociales y ambientales

5.2.1 Impactos

Aunque no es posible predecir el beneficio concreto del registro de la DO para el queso Turrialba, los altos niveles de consumo nacional de este tipo de queso, el prestigio de su nombre y las valoraciones que hacen los consumidores, asociadas muchas veces a simbolismos de tipo rural, constituyen señales favorables acerca de los beneficios de su registro.

El primer beneficio esperado, para los productores locales, podría ser un aumento de la demanda y, posiblemente del precio del producto, por efecto directo de la DO y a causa de la eliminación de la oferta de quesos “tipo Turrialba” de fabricantes externos.

El análisis económico de la relación beneficio/costo de la transformación de las unidades artesanales a las condiciones de la DO, realizada en el estudio de Granados (2006), indica una alta rentabilidad, recuperando la inversión de la transformación por efecto de un precio diferencial. El análisis de sensibilidad con parámetros de inversión inicial, costes de explotación y aumento del precio, indican que salvo un incremento dramático de la inversión inicial, cosa no previsible, la transformación es altamente viable. Los costes de explotación no inciden mucho en la rentabilidad, y además un aumento de precio del producto con DO del 6%, aporta rentabilidad, y si este es aun mayor, los valores de los indicadores se vuelven aún más favorables.

5.2.2 Costos

La estimación de los costes de transformación de la explotación “tipo”, considero los siguientes: costes de inversión requeridos en las instalaciones para adecuarlas a las condiciones de la DO y para la transformación o mejoramiento del proceso de trabajo requerido para la fabricación de queso de calidad.

La necesidad de inversión en instalaciones ascendió a 2.520€, que equivale a ₡1, 512 000 (moneda de Costa Rica, empleando la relación de cambio de 1€ = ₡600). La implantación de registros de producción, fichas de procedimientos, plan de limpieza de las instalaciones y adquisición de uniforme de trabajo, necesarios para lograr buenas prácticas en la fabricación del queso, que también incluye la adquisición de equipo básico o instrumentos de medición para el proceso de fabricación, ascendió a un coste de inversión estimado en 350€, equivalente a ₡210 000.

La sumatoria de ambos costes da un coste total de 2870€, equivalente a ₡1,722.000, que son los costes de inversión del primer año del proyecto. Los costes de explotación fueron estimados en 550€/año, equivalente a ₡330 000. Estos incluyeron el mantenimiento de los procesos de trabajo y el coste de realización de pruebas periódicas para determinar la condición sanitaria del producto y la calidad del agua empleada en el proceso. De esta forma, la sumatoria de los costes de la DO para el primer año, fueron estimados en 3.420€.

Se concluye, que bajo condiciones sin financiación ajena, la inversión se vuelve rentable a partir de un aumento del 6% en el precio del producto, en que la TIR se vuelve positiva (TIR=7%). En condiciones de financiación (del 66% de la inversión inicial) igualmente, la TIR se hace positiva a partir del mismo valor de incremento de precio (TIR=6%), mostrando una tendencia creciente hasta un aumento de precio del 10%, a partir del cual el valor de la TIR tiende a infinito. Bajo condiciones de financiación del 100% de la inversión inicial, la TIR adquiere valores positivos a partir de incrementos de precio del 1%.

Todo lo anterior indica que la transformación de las explotaciones artesanales a las condiciones de DO del queso Turrialba sería altamente beneficiosa, siempre que se produjera un incremento del precio de venta del mismo. Obviamente la búsqueda de incrementos de producción, la necesidad de nuevas formas de comercialización, las tareas de promoción del producto, entre otras, necesitaría un mayor estudio ajeno a esta investigación. Pero con estos datos se considera un futuro optimista

5.3 Recomendaciones a la FAO y al IICA para posibles acciones futuras

Dada la poca experiencia que sobre el tema existe en América Latina, sería importante que estas dos instituciones realizaran esfuerzos permanentes en las líneas de investigación, información, capacitación e incidencia de políticas.

Se debería trabajar en varios niveles:

- Motivando a las instituciones académicas para que desarrollen investigaciones y cursos de especialización en esas áreas.
- Colaborando con las instituciones públicas en la promoción de programas y proyectos sobre sellos de calidad y en la organización de las dependencias que deberían apoyar a las organizaciones de productores interesadas.
- En la parte de la información hace falta dar a conocer el tema entre las instituciones competentes, producir materiales y organizar eventos para la promoción e intercambio de experiencias.

VI. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- Cascante, M. 2003. Concentración de queserías en las faldas del Volcán Turrialba. Proyecto Sistemas Agroalimentarios Localizados. PRODAR, UNA, IICA. Heredia, CR. 49 p.
- Gómez, Carlos. 2007. Coordinador grupo promotor para la denominación del queso Turrialba. Entrevista personal, octubre 2007.
- Granados, L. 2006. Contribución al establecimiento del sistema de denominaciones de origen de los productos agroalimentarios en Costa Rica. Tesis doctoral. Universidad de Santiago de Compostela, Lugo, ES. 559 p.
- Granados, L. 2004. Indicaciones geográficas y denominaciones de origen. Un aporte para su implementación en Costa Rica. IICA, PRODAR, MAG, CNP. San José, CR. 164 p.
- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). Censo de población 2000. san José. En línea, consultado el 5 de octubre de 2007. Disponible en <http://www.inec.go.cr/>
- Pereira, Vesalio. 2007. Presidente de la Asociación para el Fomento de la Industria Láctea de Santa Cruz (ASOPROFOLAC. Entrevista personal, octubre 2007.
- Reglamento de las Disposiciones relativas a las indicaciones geográficas y denominaciones de origen contenidas en la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, Ley No 7978 del 6 de enero del 2000. Diario Oficial La Gaceta, 17 de mayo de 2007. San José, CR. 4 p.

