

EL SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCALIZADO DE LOS PRODUCTOS LÁCTEOS DE CAJAMARCA, PERÚ.



FRANÇOIS BOUCHER

Programa Cooperativo de Desarrollo de la Agroindustria Rural de América, CIRAD, Francia
francois.boucher@cirad.fr

Resumen / Abstract / Résumé

7

Dado que se ha demostrado que existen concentraciones de Agroindustrias Rurales (AIR), donde los actores tienen acciones colectivas limitadas, se llevó a cabo esta investigación con el enfoque de los Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) en el Departamento de Cajamarca ubicado al norte del Perú, en queserías rurales, con el fin de activar las acciones antes mencionadas, en la perspectiva de mejorar la producción. Se presenta, en primer lugar, las bases teóricas que conducen a la formulación del concepto de SIAL, el método utilizado para el desarrollo del caso y la búsqueda de la activación de los recursos específicos de su territorio. En segundo lugar, con los resultados obtenidos se pretende analizar y proponer estrategias para mejorar la producción y productividad de los productores de queso, estableciendo acciones concretas para optimizar el SIAL. UAM, ©2002

Palabras clave:
Sistema agroalimentario localizado
quesería rural
Cajamarca
calidad

It has been shown that Rural Agroindustries (AIR) exist where there are actors with limited capacity of action. Under this premise, we carried out the research at the Department of Cajamarca in Northern Peru. We applied the approach of Localized Agri-Food Systems (SIAL) at cheese rural enterprises. Our objective is to strength production activities. We present theoretical bases for SIAL concepts and for the search of specific resources for the region. Furthermore, we analyze and propose strategies to improve production and productivity of cheese producers and to optimize the use of SIAL.

Keywords:
Localized Agri-Food Systems
rural cheese production
Cajamarca
quality

Étant donné qu'il a été démontré l'existence de concentrations d'Agro-Industries Rurales (AIR) au sein desquelles les acteurs possèdent des actions collectives limitées, le Département de Cajamarca, situé au nord du Pérou, a mené une recherche sur les fromageries rurales depuis l'optique des Systèmes Agroalimentaires Localisés (SIAL), dans le but d'activer les actions mentionnées pour améliorer la production. L'article présente tout d'abord les bases théoriques qui conduisent à la formulation du concept de SIAL, ainsi que la méthodologie utilisée pour le développement de ce cas et la recherche de l'activation des ressources spécifiques du territoire. En second lieu, il s'agit, à partir des résultats obtenus, d'analyser et de proposer des stratégies pour améliorer la production et la productivité des producteurs de fromage, en établissant des actions concrètes pour optimiser le SIAL.

Mots clefs:
Système agroalimentaire localisé
fromagerie rurale
Cajamarca
qualité

Introducción

En el año 2000 se firmó un acuerdo entre el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), el Centre de coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD) y el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), para ejecutar el proyecto de investigación "Sistemas agroalimentarios localizados: estrategias de las agroindustrias rurales y dinámicas territoriales", cuya finalidad es desarrollar conceptos y metodologías sobre los Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) para contribuir a establecer nuevas estrategias de fortalecimiento de las concentraciones de Agroindustrias Rurales (AIR). Este sistema se apoya en los efectos y las dinámicas territoriales para buscar el mejoramiento de los ingresos de los campesinos y el bienestar rural.

En este contexto se inicia una investigación con el enfoque de SIAL en el Departamento de Cajamarca ubicado al norte del Perú, en una concentración de queserías rurales, para su realización se contó, con el apoyo de instituciones locales.¹ La importancia de este caso radica en la presencia de una fuerte tradición quesera, en un saber-hacer específico para la producción y transformación de la leche, en una concentración de pequeñas empresas interrelacionadas por la complementariedad y la competencia y por fuertes articulaciones hacia atrás y adelante, cuya importancia socioeconómica es relevante para el Departamento, pero también por la existencia reciente de acciones colectivas promotoras con nuevas formas de coordinación de los actores en relación con la calidad de los quesos.

Se presentan, en primer lugar las bases teóricas que conducen a la formulación del concepto de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL), la metodología utilizada para el desarrollo del caso y la búsqueda de la activación de los recursos específicos de su territorio, en segundo lugar, los primeros resultados obtenidos, que permitirán mostrar la constitución del SIAL, y sus posibles formas de activación, que servirán para una primera discusión.

Marco conceptual

A principio del siglo pasado, el economista inglés A. Marshall planteó el concepto de "distritos industriales" a partir de sus trabajos sobre concentraciones industriales en el norte de Inglaterra, destacando los efectos positivos ligados a fenómenos de proximidad de las industrias. En los años 70 y 80, los investigadores italianos Becattini (1979) y Cappechi (1987) trataron de explicar que el crecimiento económico de ciertas regiones del norte de Italia (la tercera Italia) durante la gran depresión se debió a la presencia de condensaciones de pequeñas industrias, principalmente de confección, con mercados externos a las regiones de producción. Para su análisis, retomaron el concepto de "distritos industriales" y lo ampliaron al de redes locales de pequeñas empresas, logrando demostrar su importancia para el desarrollo local gracias a los beneficios obtenidos de sus relaciones de proximidad, es decir, por la existencia de un espíritu de "competencia-cooperación".

En Francia, estos conceptos han sido retomados por G. Courlet y B. Pecqueur, quienes han hecho aparecer la territorialidad como recurso estratégico de los actores económicos integrando un espacio de proximidad (Requier-Desjardins, 1998-1). Cuatro elementos lo fundamentan: el sentimiento de pertenencia, la transmisión tácita de conocimientos tácitos, el efecto permanente y la fuerza de los actores individuales. A partir de esto definieron el concepto de Sistema Productivo Local (SPL) asociado a una forma de desarrollo basada en dinámicas endógenas. Pecqueur (1992) describe estos SPL con tres elementos: "lo pequeño" por su capacidad de adaptación y de flexibilidad, "lo cercano" por sus relaciones directas y por la confianza y "lo intenso" por la densidad de empresas. Se destaca también la diferenciación hecha por Colletis y Pecqueur (1993) entre recursos y activos: "los recursos son factores potenciales y los activos son factores en actividad". Los recursos y los activos pueden ser "genéricos", cuando se encuentran en cualquier parte, o "específicos", cuando están estrechamente asociados a las características de un territorio particular.

¹ Se pudo realizar este estudio con el apoyo de un grupo de estudiantes y profesionales (M. Del Pozo, J. P. Grezes, M. Guegan, H. Hervet, Mark Lundy, I. Salas, A. Silva y L. Theeten,) a los quienes se reconoce su contribución.

Además surge el concepto de "cluster", con dos variantes (McCormick, 1999): la de M. Porter que lo considera como un agrupamiento de empresas del mismo sector y la de H. Schmitz que ubica esta concentración en un territorio dado. El concepto de Schmitz está en la línea de los distritos industriales marshallianos, se fundamenta en los fenómenos de proximidad y define las ventajas pasivas por la presencia de elementos específicos en la región y las activas, como "activación" de las ventajas pasivas mediante la realización de obras colectivas.

La noción de territorio, entendido como "un espacio construido histórica y socialmente, donde la eficacia de las actividades económicas es fuertemente condicionada por las relaciones de proximidad y de pertenencia a este espacio" (Muchnik, Sautier, 1998) permite precisar y adaptar la noción de SPL, de los fenómenos cognitivos de proximidad y hacen aparecer el concepto de Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL).

Los efectos positivos y negativos de la globalización sobre el desarrollo de la AIR obligan a un análisis cuidadoso de su situación actual y de su comprensión. Es necesario buscar nuevos elementos para encontrar argumentos que permitan la evolución de los planteamientos tomando en cuenta los cambios del entorno, como el respeto al ambiente, la reducción progresiva del rol de los gobiernos centrales, los procesos de descentralización y el papel creciente de los gobiernos locales.

La respuesta puede venir de las nuevas teorías de la economía del territorio que insisten en la importancia de la descentralización, de los procesos de desarrollo local, de la revitalización de las culturas regionales, de los productos del "terruño" que aportan distintos elementos a la importancia del territorio y de la territorialidad, lo cual puede ser la respuesta "local" a la globalización. Los diagnósticos realizados por el programa PRODAR en América Latina demuestran la existencia de concentraciones de AIR alrededor de productos como quesos panela y artesanales, bocadillos de fruta o almidón agrio de yuca, en regiones cuyas características específicas de climas, suelos, entorno socioeconómico y cultural son favorables para su producción. Hasta ahora se ha investigado poco sobre estas concentraciones de AIR, pero si las relacionamos con bases teóricas derivadas de la economía del territorio y de los distritos industriales, como lo ha planteado D. Requier

Desjardins (1999), se espera lograr ampliar el concepto de AIR, vincularlo a dinámicas locales y territoriales y mostrar otras posibilidades para que sean competitivas en el contexto actual de globalización.

Actualmente, el conocimiento de estas concentraciones permiten formular algunas hipótesis:

- Se formaron generalmente alrededor de un producto, en una micro-región con características ventajosas para él, como la influencia de los pastos y del clima en la calidad de la leche y de la maduración de los quesos, en los casos de las queserías rurales de Colombia, Costa Rica, Ecuador y Perú.
- Sus orígenes son diversos: algunas poseen raíces ancestrales y tradicionales que permiten afirmar que son parte de la cultura local, como en los casos de la producción de panela, de las queserías de Cajamarca, de las fábricas de bocadillo de Barbosa o de las rallanderías de yuca del Cauca de Colombia. Las concentraciones que se desarrollaron recientemente fueron el resultado de oportunidades de mercado, como el caso del parafinado de yuca en Costa Rica, o han sido inducidas por proyectos de desarrollo, como los casos de las queserías rurales andinas del Ecuador (Salinas) y del secado natural de la yuca en Colombia, Ecuador y Brasil.
- El factor territorial o mejor dicho las "raíces territoriales", que podríamos llamar terruño, pueden convertirse en un elemento clave para el desarrollo de las concentraciones.
- Los fenómenos de proximidad entre las AIR parecen ser favorables a su desarrollo y fortalecimiento por ejemplo, en los casos de Salinas (Ecuador), de Cajamarca (Perú) y de Colombia, los empresarios rurales se organizan para defender el origen de su producto, comercializarlo y abrir mercados.
- Estas concentraciones de AIR parecen capaces de resistir mejor los efectos negativos de la globalización que las AIR diseminadas individualmente;

En respuesta a las formas de producción y de consumo globalizados se busca tomar en cuenta y fortalecer los sistemas productivos conformados por redes locales de empresas, con base en las dinámicas territoriales e institucionales específicas, con fuertes interacciones entre territorios, innovación y calidad de productos. Surge así el concepto de

Sistema Agroalimentario Localizados - SIAL (Réquier-Desjardins, 1998-2, 1999, Muchnik, Sautier, 1998).

Una primera definición de los Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) se presenta como: "sistemas constituidos por organizaciones de producción y de servicio (unidades agrícolas, empresas agro-alimentarias, empresas comerciales, restaurantes, etcétera) asociadas, por sus características y su funcionamiento, a un territorio específico. El medio, los productos, las personas, sus instituciones, su saber-hacer, sus comportamientos alimentario y, sus redes de relaciones; se combinan en un territorio para producir una forma de organización agro-alimentaria específica" (Muchnik, Sautier, 1998).

La noción de territorio es central en este tema, y es importante subrayar que los territorios agro-alimentarios no se limitan solamente a las zonas rurales o a fronteras de un espacio geográfico determinado sino que es "un espacio elaborado", construido socialmente, marcado en términos culturales y regulado institucionalmente. El concepto SIAL se centra en una red compleja de relaciones entre los hombres, los productos y los territorios. En este contexto, el concepto de territorio puede ser visto como un conjunto de factores, como un espacio de relaciones estrechas entre sus habitantes y sus raíces territoriales, algo que se puede denominar "terruño-patrimonio" o Sistema Local de Innovación.

Se ha demostrado la existencia de elementos comunes entre los sistemas productivos localizados así definidos y la AIR, entre éstos subrayamos los siguientes, de acuerdo a Réquier-Desjardins, 1998-2:

- Se plantea la AIR en "zonas rurales", es decir, en territorios determinados.
- Se enfatiza sobre el crecimiento del valor agregado al nivel de las empresas de una determinada zona.
- Se trata no sólo de una actividad, sino de un conjunto de actividades vinculadas al nivel de cadenas de producción, algunas de producción o de servicios no específicamente agrícolas.
- Se hace referencia al carácter espontáneo de la aparición de la AIR como dinámica de las economías campesinas y también sobre la posibilidad de un proceso de construcción de la misma
- Involucra un conjunto de instituciones y empresas relacionadas con el proceso de desarrollo.

También podemos subrayar las características particulares de los SIAL, y por ende de las concentraciones de AIR, en por lo menos dos aspectos:

- Los SIAL se concentran normalmente en áreas rurales, donde interactúan caseríos, pueblos y ciudades intermedias. En estos casos existen articulaciones entre lo rural y urbano dentro del mismo territorio del SIAL.
- Dentro de un SIAL, se considera una o más cadenas productivas que van desde la producción agropecuaria hasta el consumo, de proximidad o no, que lo diferencia de los clusters de tipo industrial.

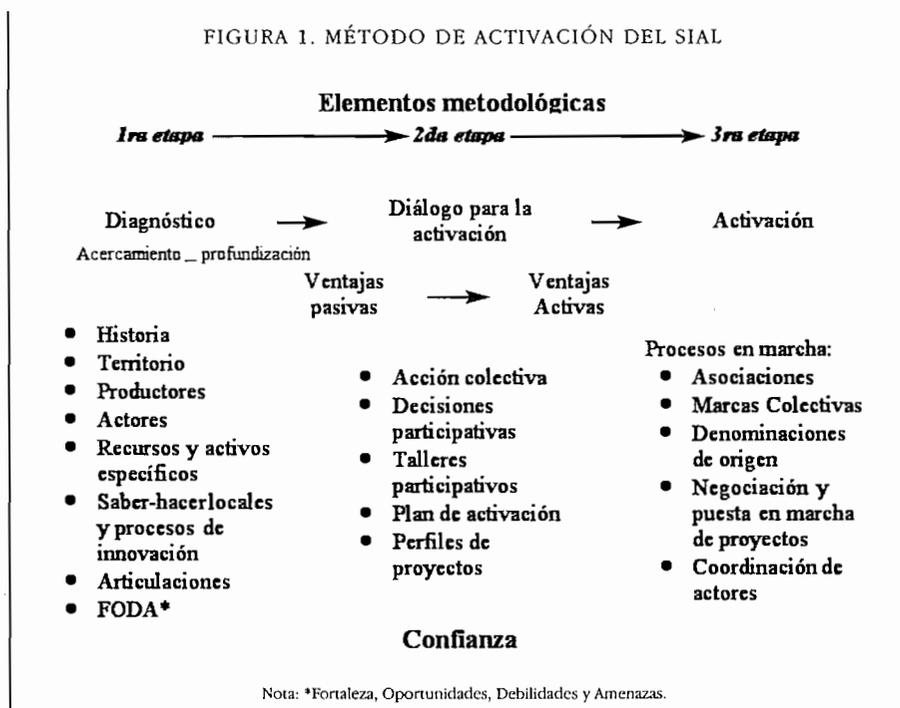
No contamos todavía con los elementos suficientes para afirmar que las concentraciones de AIR son Sistemas Agroalimentarios Localizados. Las investigaciones iniciadas recientemente permitirán responder a esta interrogante e identificar las condiciones necesarias para afirmarla, medir sus efectos y definir y evaluar las formas requeridas de apoyo apropiadas. Sin embargo, actualmente se pueden plantear, gracias a la relación establecida entre las concentraciones de AIR y los SIAL, las siguientes perspectivas:

- Relaciona directamente la AIR con un territorio y la valorización de sus recursos específicos, lo que H. Schmitz ha llamado "ventajas pasivas".
- Relaciona directamente la AIR con un sistema en el que una AIR individual pasa a ser un elemento, un actor que se articula con otros y que se beneficia de estas relaciones.
- La concentración de AIR se ubica al cruce de la cadena y del territorio, esto conforma lo que recientemente se llamó la "ortogonalidad" cadena-territorio (Réquier-Desjardins, Boucher, 2002).

Metodología

La metodología utilizada para la investigación se ha convertido en un proceso que se podría aplicar para activar concentraciones de AIR, llamado "método de activación SIAL". Se compone de tres grandes etapas: diagnóstico, diálogo para la activación y activación de la concentración. (Figura 1)

FIGURA 1. MÉTODO DE ACTIVACIÓN DEL SIAL



11

a. La etapa de diagnóstico está compuesta por dos pasos:

- El acercamiento, permite identificar los actores, empezar a conocerlos, tomar contacto con ellos, delimitar el territorio, conocer su historia y sus etapas. Se identifica y realiza un primer estudio sobre los recursos y activos específicos.
- La profundización, permite precisar los datos sobre los actores, los productos, el saber-hacer, el o los territorios (se realizan mapas de densidades de los actores) y los recursos y activos específicos. Se examinan con mayor fidelidad las formas de relación entre los actores, los productos, el saber-hacer y el territorio, así como las articulaciones hacia atrás y hacia delante. Se identifican y estudian las acciones colectivas existentes, el capital social y los aspectos de transmisión del saber-hacer y las innovaciones, además de los aspectos de calidad y calificación de los productos.

b. La elaboración del plan de acción mediante la etapa de diálogo para la activación. Se puede realizar mediante uno o varios talleres participativos con representantes de todos los tipos de actores. Estos talleres comprenden tres etapas: la presentación y discusión de los resultados del diagnóstico, que se puede entender como la devolución de su imagen a los actores o lo que se conoce

como el "efecto espejo"; la evaluación participativa tipo FODA del entorno, del sector y de la o las acciones colectivas y, un ejercicio de planeación con la definición de la misión, visión, objetivos, actividades y resultados. Esta etapa termina con la formulación de los primeros proyectos de "activación" de la concentración de AIR.

c. La tercera etapa, consistiría en el acompañamiento, seguimiento y evaluación de la puesta en marcha del plan de "activación" del SIAL.

Queserías rurales de Cajamarca

En el departamento de Cajamarca se ha identificado un SIAL alrededor de las distintas queserías rurales, donde se inició la investigación en 1999. Los trabajos realizados han permitido:

- Aplicar y enriquecer la nueva metodología de activación de los SIAL.
- Realizar un primer diagnóstico que permitió conocer la historia del departamento y del sector, sus etapas y crisis; identificar los distintos actores del sistema y sus territorios, así como los activos específicos, las articulaciones hacia atrás con los proveedores de queso, la comercialización y el consumo de los productos a nivel departamental y nacional, las instituciones vinculadas al sistema, el

perfil de los queseros y las características principales de las queserías; analizar y reforzar a la Asociación de Productores de Derivados Lácteos (APDL) y su marca colectiva y la calidad y el origen de los productos de Cajamarca. Adicionalmente, se demostró la importancia socioeconómica de este sector artesanal que permite generar un valor agregado consecuente gracias a la transformación de la leche en productos lácteos reconocidos en el mercado nacional.

- Realizar un Taller sobre las Queserías Rurales en el que se discutieron los primeros avances de la investigación realizada, contando con la participación de los actores del SIAL. Además, se realizó un proceso de planeación de las actividades que sirvió para reforzar la institucionalidad de la Asociación.
- Se ofreció ayuda para la elaboración del plan de acción para "activar" el SIAL y en la formulación de proyectos de desarrollo con el enfoque SIAL.

El departamento de Cajamarca está situado al norte del Perú, su superficie es de 33, 247,77 km² y está dividido en 13 provincias y 127 distritos. En 1993 contaba con 1, 259 808 habitantes, de la cual el 50% integraba la Población Económicamente Activa (PEA) y el 75% vivía en las zonas rurales. El 4.5% de la tierra se usaba para cultivos; el 19%, para pastos; el 25.5%, para producción forestal y el 51.1% eran tierras protegidas. Las actividades principales son la ganadería, el turismo y la minería. Esta última es la más importante económicamente por la presencia de la Mina Yanacocha, pues es una de las minas de oro más grandes y rentables del mundo.

El Sector Ganadero – Quesero en Cajamarca

En Cajamarca pueden distinguirse tres grandes etapas que marcan el desarrollo de los sectores ganadero y quesero:

- 1^a Desde el inicio del siglo pasado hasta el año 1947 se desarrollaron las grandes haciendas en la cuenca, como Polloc, La Colpa, Tres Molinos, entre otras; se importaron razas de ganado vacuno con el fin de mejorar la producción (Morena de los Alpes, Friesen Holstein, Brown Swiss), con lo que Cajamarca alcanza a ser la primera cuenca lechera del Perú.
- 2^a Entre 1947 y 1990, el sector lácteo se desarrolló con la llegada de PERULAC S.A., filial de Nestlé

(llamada después Industria Cajamarquina de Lácteos [INCALAC] y que hoy ha recuperado su nombre); la ganadería se extendió en toda la parte sur del departamento y se fortaleció con proyectos de mejoramiento genético realizados por Nestlé y la cooperación internacional. En 1975, se inició la actividad quesera artesanal a escala comercial desde los pueblos de Chugur, Agua Blanca y Asunción, la cual permitió ofrecer una nueva alternativa a los productores de leche, en especial a los pequeños ganaderos de las zonas aisladas de la sierra alta.

- 3^a De 1990 a la fecha, la crisis profundizada por las reformas estructurales del gobierno de Fujimori, el "Fujishock", generó desempleo y en repuesta, hay un auge de tiendas queseras y queserías en Cajamarca. En 1992, se iniciaron las operaciones de la minera Yanacocha, lo que dio un pequeño impulso a la actividad quesera, pero entre 1997 y 1998, llegó CARNILAC (del Grupo GLORIA S.A), y logró en poco tiempo obtener aproximadamente el 20% del acopio de la leche. En 1998, el fenómeno climático del Niño provocó grandes inundaciones y deslizamientos de tierra, partió la carretera principal de Cajamarca a la costa durante tres meses y generó fuertes pérdidas en la agricultura, la ganadería y la actividad quesera.

Actualmente, se percibe un gran malestar en Cajamarca contra la Minera Yanacocha por los problemas sociales y ambientales derivados de su actividad, que han generado una serie de protestas y paros departamentales, bloqueos de la carretera de ingreso a la región, así como manifestaciones y desconfianza en la calidad de los productos del departamento. Estas dificultades locales se agregan a las complicaciones socioeconómicas existentes a nivel nacional e internacional y crean un futuro incierto sobre la actividad quesera.

Actores y territorios

En Cajamarca existen aproximadamente 30,000 productores de leche, con familias de 5 personas en promedio, y poseen entre 4 o 5 vacas lecheras en producción. (Figura 2)

Para establecer los datos de producción de leche, se emplearon cálculos personales debido a la carencia de datos oficiales para establecer las cifras oficiales de producción. Estos datos se calcularon con base

en encuestas realizadas a los queseros y entrevistas con funcionarios de empresas lecheras e instituciones especializadas. De esta forma, se pudo calcular que para el 2001, la producción fue de alrededor de 500,000 litros de leche diarios, distribuidos de la siguiente manera:

- 200,000 litros acopiados por INCALAC (Nestlé),
- 80,000 litros por CARNILAC (Gloria),
- alrededor de 170,000 litros para las "queserías rurales", y
- aproximadamente, 50,000 litros para autoconsumo y terneraje

Los principales distritos productores de leche en 1999 fueron Cachachi (Cajabamba), Cajamarca, Baños del Inca y la Encañada (Cajamarca) y Cutervo (Cutervo).

A nivel de densidades, los distritos cuya productividad fue mayor a 2TM de leche por hectárea en 1999, fueron Chugur (Hualgayoc), Paccha (Chota), San Silvestre de Cochan (San Miguel) y Baños del Inca (Cajamarca)

El quesillo es el insumo principal del queso mantecoso, un producto típico y reconocido de Cajamarca. Es elaborado generalmente por

pequeños ganaderos de zonas lejanas (de altiplano) con tecnología tradicional y rústica. (Figura 3)

En Cajamarca existen aproximadamente 19,000 productores de quesillo, distribuidos de la siguiente manera: Cajamarca (6,000 productores), Chota (4,500 productores), Hualgayoc (3,000 productores), Celendin (2,200 productores), San Miguel (1,300 productores), Cutervo (1,100 productores) y Cajabamba (500 productores).

Como lugares de intercambio, se identificaron los mercados semanales de Chanta y Yanacancha, pequeños caseríos del Altiplano cajamarquino.

En Cajamarca se destaca la producción de tres tipos de quesos (Figura 2):

- a. el Andino tipo suizo (o Cajamarquino) producido por 157 productores en el departamento, localizados en Hualgayoc (73), Chota (21), Cajamarca (18), San Miguel (18) y Celendín (16).
- b. el mantecoso, elaborado por 98 productores, la mayoría en las zonas de Hualgayoc (34), Cajamarca (23), Chota (15), Celendín (13) y San Miguel (13).
- c. el fresco, producido por 205 productores, casi todos localizados en Hualgayoc (200).

FIGURA 2: PRODUCTORES DE QUESO: ZONAS PRINCIPALES DE PRODUCCIÓN DE DERIVADOS LÁCTEOS A NIVEL DE DENSIDADES

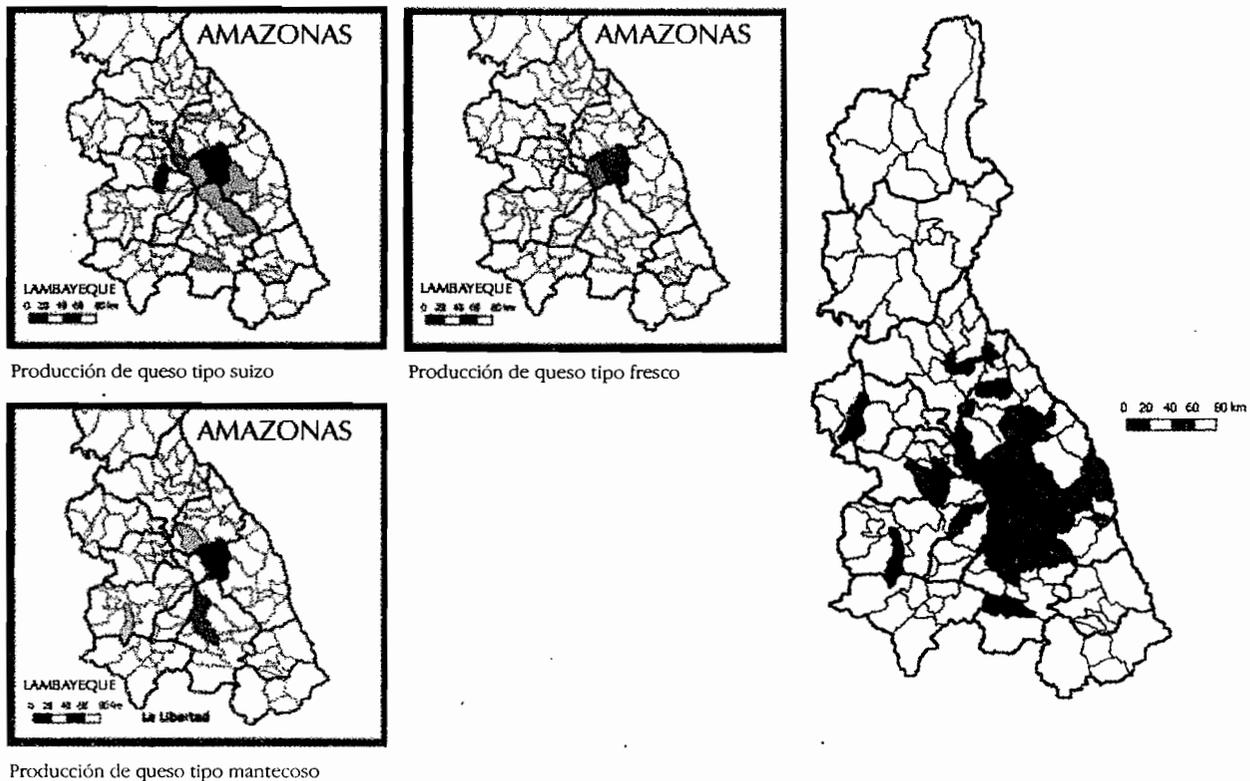
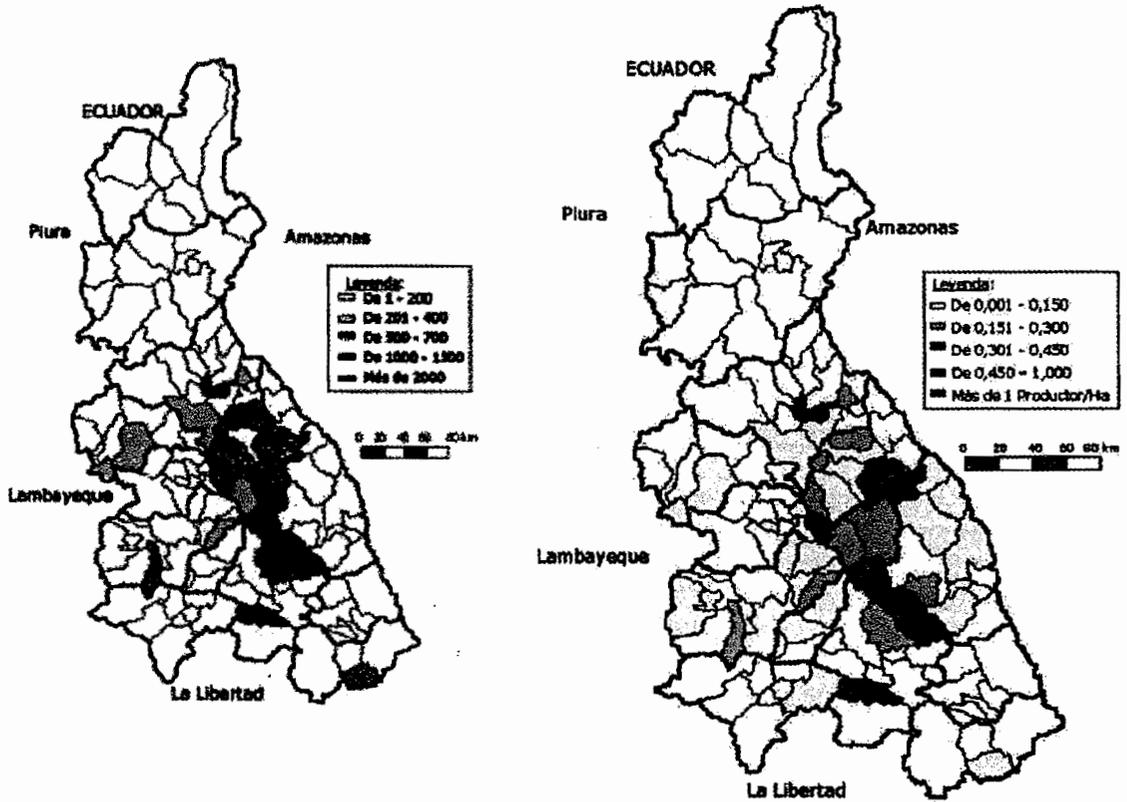


FIGURA 3: PRODUCTORES DE QUESILLO: LOCALIZACIÓN Y DENSIDAD DE LOS PRODUCTORES DE QUESILLO

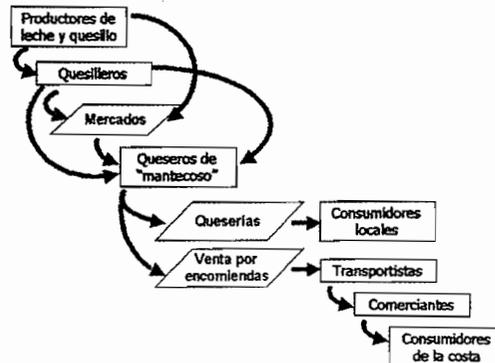


14

El queso mantecoso es uno de los productos principales "típico" de Cajamarca, es semifresco y su producción se divide en dos etapas: primero se elabora el quesillo o queso-premantecoso, producto de una cuajada natural, éste después se lava 48 horas, se sala y se pasa por un molino artesanal, dando como resultando una masa cremosa y agradable. Luego se les da forma utilizando moldes de madera y se colocan en un empaque para proceder a la venta.

La elaboración del quesillo, insumo principal del queso mantecoso, se realiza por los mismos productores de leche, que lo consideran como una forma de conservarla antes de su comercialización, dificultada por la lejanía de los caseríos donde habitan. (Figura 4)

FIGURA 4: SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DEL QUESILLO - QUESO MANTECOSO: FLUJOS Y ACTORES



Los principales problemas que han surgido en el circui de producción del mantecoso son: la mala calidad de la materia prima (el quesillo), los fraudes en la comercialización de la materia prima, la adulteración que sufre el producto en otras regiones del país y la aparición de productores informales del queso.

El queso Andino "Tipo suizo" o "Cajamarquino es un producto de los Andes que proviene de una cuajada de la leche previamente pasteurizada, se prensa con un poco de sal y se somete a un proceso de maduración de varios días. El saber-hacer y la tecnología vinieron de Suiza, de allí el nombre del producto. Sin embargo, el tratamiento particular en la producción (sabor y textura), que se da en Cajamarca, sugiere un nombre más acorde como: queso Cajamarquino.

El sistema comercial del queso andino Cajamarquino difiere con el del mantecoso en la calidad de actores y las formas de articularse. Aquí, los actores principales son los productores de leche y las que-serías rurales, que se vinculan a través de redes familiares o relaciones comerciales.

Los actores principales

Dentro del estudio se ha realizado una caracterización de los actores iniciales del sistema del queso

mantecoso: los productores de quesillo, quienes se diferencian de acuerdo a su localización en 2 pisos ecológicos distintos (Guegan, 2001):

1. Zona Jalca (más de 3400 msnm), con clima bastante frío y suelos poco profundos, que limitan el desarrollo de la agricultura. Es una región poco poblada, con chacras de gran extensión (20.7 ha y 9.7 vacas en promedio), producto de la aplicación de la reforma agraria, pero no aptas para la agricultura.
2. Zona Quechua (altitud inferior a 3400 msnm), posee un clima menos frío, hay mejores suelos y mejor vegetación. Es una zona relativamente poblada con pequeñas chacras (familiares) de 3.3 ha y 4.4 vacas en promedio y ganadería limitada.

15

En ambas zonas se han desarrollado tanto la agricultura como la ganadería, pero con un carácter distinto. De un lado la agricultura está ligada al autoconsumo y la ganadería es la actividad que juega un papel económico esencial como fuente principal de ingresos para los productores como medio de ahorro, ante lo cual se presentan dos alternativas: comercializar la leche directamente o venderla como quesillo. En la figura 5 se presenta un cuadro comparativo entre ambas opciones, tomando como referencia las ventas de leche a INCALAC.

FIGURA 5: COMPARACIÓN ENTRE LAS VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA VENTA DE LECHE A INCALAC Y LA PRODUCCIÓN DE QUESILLO

INCALAC	QUESILLO
<ul style="list-style-type: none"> - Precio fijo durante todo el año. - Precio más elevado que el quesillo tradicional (en su equivalente a leche). - Acceso a innovaciones y mejoras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conservación de leche. - Modos de venta adaptados a las condiciones de vida. - Pago al contado, semanal.
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de una producción mínima de 10 litros por día (o 15 litros cada 2 días). - Recolección en lugares distantes al domicilio. - Pago en la ciudad de Cajamarca cada quince días. - Falta de confianza con la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Precio muy variable durante el año. - Problemas de confianza en las relaciones con los compradores.

Fuente: Guegan, 2001

La fabricación del quesillo es el reflejo de una "tradicción" y un "saber-hacer" ancestral en la zona. Sin embargo, hay problemas de asimetría en las relaciones entre actores, dependiendo de los lugares donde se realiza la venta del producto:

- En su casa, a través de un acopiador, un productor puede:

- (1) obtener un precio mayor que el promedio del mercado por un quesillo de buena calidad, estableciendo relaciones de confianza, donde prima la "fidelización" entre él y el acopiador.
- (2) obtener un precio menor o igual al del mercado, porque el acopiador se aprovecha de su aislamiento, reflejándose una alta dependencia del productor y una relación de confianza débil entre ambos agentes.

- En el mercado (de Chanta o Yanacancha), en la plataforma reservada para el comercio del quesillo, aquí prevalecen las relaciones de poder en favor de los compradores (productores de queso o acopiadores) que fijan los precios y el peso final del producto. Hay también una débil relación de confianza entre ambos.

- En los alrededores del mercado, vendiendo a compradores habituales, aquí sí se ha producido una relación de confianza entre ambos, llegando incluso a establecer estrategias para mejorar la calidad y estableciendo el precio por mutuo acuerdo, por lo que se genera una relación "fiel" entre ambos.

En función de los tipos de productores y sus formas de comercialización, se han establecido tres criterios que permiten diferenciar a los productores de quesillo:

- El piso ecológico: quechua o jalca, donde la reforma agraria de los años 70 ha tenido fuertes repercusiones sobre la propiedad de la tierra.
- El número de vacas lecheras, en función de la superficie y calidad de los pastos que determinan en gran parte la elección en el uso de la leche.
- El razonamiento o la forma de pensar del ganadero, ligado principalmente a su ingreso agropecuario.

Estos criterios han permitido identificar siete tipos de productores (Guegan, 2001):

A. En la zona Jalca

- Tipo A1: grandes agro-ganaderos (de 10 a 15 vacas lecheras y de 60 a 120ha) que eligen sistemas ganaderos extensivos, dan prioridad a la perennidad de su actividad y escogen entre vender la leche a INCALAC o producir quesillo.
- Tipo A2: grandes agro-ganaderos (de 8 a 15 vacas, con parcelas en ambas zonas, en promedio 30ha). Tienen primero una estrategia de acumulación, seguida de una fase de estabilización de su propiedad y optan generalmente por vender la leche a INCALAC.

B. En la zona Quechua

- Tipo B: agro-ganaderos de mediana talla (de 5 a 8 vacas) con lógica de acumulación: buscan adquirir nuevas parcelas. Ellos eligen entre vender su leche a INCALAC o producir quesillo, depende de la cantidad de leche producida.
- Los tipos C (C1, C2, y C3) son pequeños agro-ganaderos con menos de 5 vacas lecheras que se diferencian según su grado de diversificación agrícola y tamaño de sus chacras. Producen principalmente quesillo, pero buscan completar sus ingresos con otra actividad. Estas explotaciones no tienen futuro debido a que son divididas por herencia y se vuelven insostenibles.
- Tipo D: grandes propietarios de tierras con un sistema de explotación intensivo (20 a 40 vacas, 20 a 40ha en una sola parcela sembrada de pastos mejorados). Venden su leche a INCALAC y su estrategia es la especialización ganadera. Sus utilidades netas son 15 veces mayores a las de los pequeños ganaderos de la zona quechua.

El caserío de Chanta está ubicado a 80 km de Cajamarca, 3800 msnm. Es una zona tradicional con fuerte presencia de capital social, existen rondas campesinas, mingas (sistemas de trabajo comunitario), comité de irrigación y clubes de madres.

Semanalmente se realiza un mercado agrícola donde se comercializan grandes cantidades de quesillo (aproximadamente 5T por semana, equivalentes a 50,000 litros de leche), se articulan campesinos, intermediarios o quesilleros (31 registrados), queseros y comerciantes.

En la negociación del quesillo se dan ciertas reglas de juego, en las que intervienen el peso, el precio, la confianza entre los agentes, y se forma un "círculo vicioso" por la desconfianza: los productores de

quesillo no mejoran la calidad porque los productores les roban peso o les pagan bajos precios, y los compradores no mejoran los precios o el peso por la mala calidad de quesillo que obtienen.

Queseros y empresas queseras

La ciudad de Cajamarca se ha transformado en los 10 últimos años en un gran mercado de productos lácteos, principal centro de "articulación lechera" del departamento de Cajamarca. Sus queseros, alrededor de 50, transformaron esta ciudad en una gran plaza comercial, gracias a su creatividad, sentido de los negocios y dinamismo. Son a la vez queseros-productores, negociantes y comerciantes. Juegan un papel o mas bien varios papeles importantes en todas las dimensiones queseras de la ciudad, pero también a nivel del desarrollo del departamento debido a sus relaciones fuertes atrás y adelante. Es la razón por la cual las fronteras existentes entre queseros-productores, queseros-negociantes y comerciantes de lácteos son difíciles de establecer tanto a nivel temporal como espacial. Mediante una encuesta a 42 de ellos, hemos podido conocer mejor quienes son, cuáles son sus estrategias y a qué aspiran.

En su mayoría (86%) los queseros son originarios del departamento de Cajamarca, y son descendientes de padres agricultores o ganaderos (64%). Son de mediana edad, 41 años en promedio, en su mayoría con familia (76% casados) y un promedio de 3 hijos; la mayoría cuentan con el apoyo del cónyuge para realizar las actividades de la empresa. Cuentan con instrucción superior (50% universitarios) y la mitad de ellos tienen ingresos por la realización de actividades distintas a la empresa quesera.

Su integración al sector de derivados lácteos es "reciente"; el 43% de los queseros inició sus actividades entre 1 y 10 años atrás. En particular los universitarios, que en su mayoría (53%) se incorporaron al sector durante los 10 últimos años, lo cual está relacionado con la búsqueda de fuentes de trabajo luego de los ajustes económicos que se dieron en la década de los 90. Se puede determinar que los más educados han empezado a desplazar a los otros en el oficio de quesero, volviéndolo elitista. Eso corresponde a la tendencia general del país por lo que, para hacer frente al desempleo, los profesio-

nales han empezado a aceptar trabajos que no corresponden a sus calificaciones.

¿Cómo podemos definir el comportamiento del quesero de Cajamarca? Cuando se les pregunta cuáles son sus principales motivaciones para haber elegido la quesería artesanal como actividad profesional, ellos señalaron:

- mantener un cierto nivel de vida para la familia (28%),
- tener un trabajo satisfactorio e independiente (24%),
- investigar otros procesos, hacer cambios e innovaciones (19%).

Sus motivaciones se alejan de la búsqueda de la elevación de sus ingresos, lo cual confirma las hipótesis de Julien y Marchesnay (1988) sobre el comportamiento de los pequeños empresarios, interesados más que todo en mantener un cierto nivel de vida sin tomar riesgos. Siguiendo su clasificación, los queseros pertenecen en su mayoría al tipo PIC (perennidad-independencia-crecimiento). Nosotros preferimos considerar al "quesero de Cajamarca" como un tipo de empresario "buen padre de familia".

Hay dos grandes tipos de empresas queseras:

- Muy pequeñas, que producen un solo tipo de producto (46%), generalmente es el queso mantecoso, con un mercado reducido, solo a nivel local, y que se contactan directamente con sus clientes, con medios de comunicación limitados (12% sin teléfono).
- Las medianas, con producción diversificada (33% entre 2 y 4 tipos de productos lácteos), con ventas de productos no fabricados por la empresa y clientes locales y nacionales en muchos casos con tiendas propias y tienen un mayor nivel de comunicación (teléfono, fax, correo electrónico).

En ambos casos, cuentan con pocos trabajadores (81% emplea entre una a tres personas), generalmente capacitados internamente. La producción se realiza con poca maquinaria (48% entre una o dos) y en un espacio de trabajo reducido (76% menos de 100 m²). El promedio de inversión en las empresas es de US\$ 20,000.

Se ha encontrado que las empresas queseras consideradas formales, tienen diversos grados de "formalización", pudiendo clasificarlas en cuatro gru-

pos, de acuerdo con su vinculación con las diversas autoridades:

- Grupo 1: cumplen con los requisitos mínimos de formalización para el funcionamiento básico de la empresa (estatus jurídico y registro en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria). Un 81% de las empresas pertenecieron a este grupo.
- Grupo 2: cumplen con requisitos que dan una confianza al consumidor y permiten una comercialización directa, como el registro sanitario y la licencia municipal. Formado por el 36% de las empresas.
- Grupo 3: se vinculan además con el sector financiero (cuenta bancaria), lo que permite mayor integración con sus clientes y proveedores. Un 26% de las empresas se pueden clasificar en esta categoría.
- Grupo 4: las empresas tienen una categoría más industrial, cuentan con el Registro de Producción Industrial y la marca registrada. Ninguna empresa se encuentra en este nivel, sin embargo un 19% están tramitando sus registros y podrían integrar a este grupo.

A nivel externo, las empresas cooperan entre ellas (59%) sobre todo se prestan maquinaria e intercambian información. Se relacionan en promedio con 12 proveedores y contactan a cuatro intermediarios para la comercialización de sus productos. A nivel

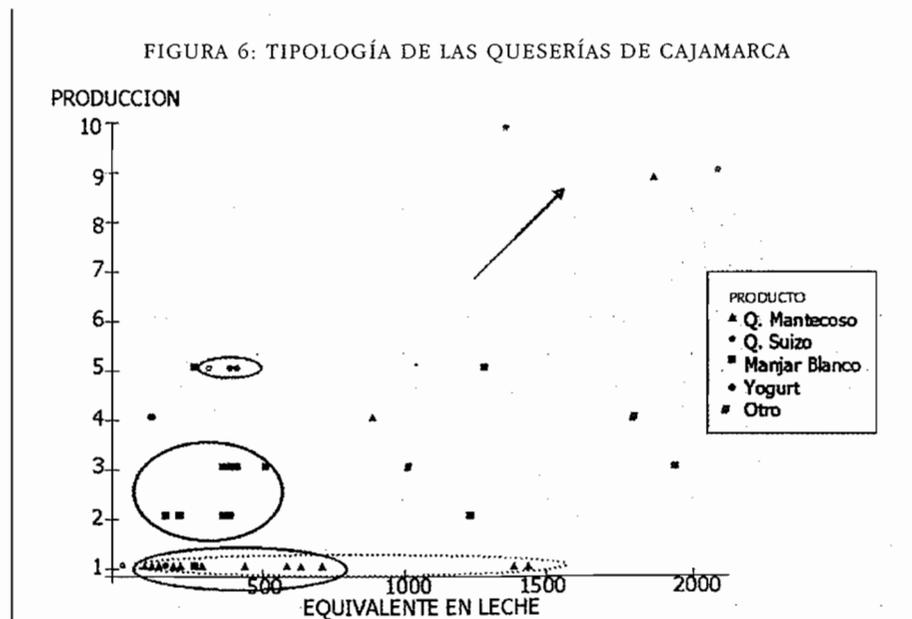
de mercados el 38% logra comercializar sus productos en Cajamarca, Lima y otros departamentos de la Costa, mientras que el 31% lo hace únicamente en el mercado.

Los queseros consideran como sus principales competidores a los productores informales de quesos y piensan que la mejor forma para enfrentarlos es elevar la calidad de los productos (88%) y no a través de la reducción de precios.

En los últimos tres años, el 43% de las empresas lanzó un nuevo producto (en general el yoghurt); la mayoría realizó cambios a nivel de organización y control de la producción (63%), tomando como base sus experiencias.

Los principales problemas que afectan al sector son la informalidad (12%), la baja calidad de la materia prima e insumos (11%) y la falta de créditos (10%).

Contrastando los datos sobre el número de productos fabricados, la cantidad de leche transformada y el producto principal, aparece una primera tipología de las queserías. Las queserías de nivel mediano son las tres señaladas con la flecha y se caracterizan por contar con una amplia gama de productos fabricados y con cierto volumen. (Figura 6)



Las pequeñas y muy pequeñas empresas se caracterizan por su especialización en un producto y conforman tres grupos:

- Las queserías de mantecoso: especializadas en mantecoso, pero de tamaño muy diverso. Las pequeñas con 200 a 300 litros de leche por día, las medianas con 500 a 700 y las grandes con 1500 litros.
- Las unidades de transformación de manjar blanco: tratan de diversificarse con uno o dos productos, como mantecoso y yogurt, y transforman de 250 a 550 litros de leche por día.
- Los productores de queso andino tipo suizo: son empresas recientemente instaladas en Cajamarca su unidad de producción se ubica en Tongod o Chugur y su tienda en la ciudad. Vemos así un proceso de migración de las actividades queseras hasta el centro de comercialización y de consumo. Se puede subrayar que dos de las empresas más importantes han seguido este proceso en los años 80.

Estos queseros, actores principales del sistema localizado, son generalmente pequeños artesanos, recién llegados al sector, con instrucción superior. Su principal fin es la perennidad de su actividad familiar y conservar su independencia. Están al centro de un sistema articulado con los productores de leche y de queso y con los comerciantes y consumidores, y juegan un papel motor en él. Manifiestan pesimismo en su futuro, en especial para el mantecoso, pero esperan mucho de los productos de moda, como el yoghurt y el mozzarella para las pizzas.

Los queseros tienen varias posibilidades para vender sus productos: la mayoría cuentan con tienda propia (71%), esta fórmula está creciendo; los otros venden en el mercado o a otros comerciantes. Pueden ha-

cerlo localmente o en la costa mediante un sistema de expedición o de intermediarios especializados.

Se estudio la estrategia comercial que aplican los queseros en sus tiendas tomando como referencia la herramienta de las cuatro P del "Marketing Mix" de P. Kotler, que se apoya sobre las variables de Precio, Productos, Plaza o Mercados y Promoción.

Para el estudio de las tiendas queseras, se consideró:

- Precio: las diferencias entre los precios promedios de los productos y los de venta
- Productos: número de productos lácteos vendidos en las tiendas
- Plaza: Tipos de mercados a los que accede el comerciante
- Promoción: nivel de inversión en la promoción

Como resultado del análisis de estas variables se identificaron cuatro grupos de tiendas (Figura 7) (Theeten, 2001):

- Grupo 1, con gran variedad de productos, y sus ventas se realizan en Cajamarca y en la costa. Hay una fuerte inversión en la promoción de sus productos, y éstos se comercializan con precios superiores al promedio del mercado. Se han identificado tres empresas.
- Grupo 2, con una menor cantidad de productos, venden sus productos en Cajamarca y a mayoristas en la costa; no invierten mucho en promociones y publicidad y sus precios son iguales al promedio. Se identificaron tres empresas.
- Grupo 3, ofrecen gran variedad de productos y sus ventas se realizan solo en Cajamarca; no realizan publicidad y sus precios son más bajos que el promedio. Hay cuatro empresas en este caso.
- Grupo 4, representa a las queserías, más pequeñas; con menor actividad comercial que el grupo 3 y mercado local, precios bajos y sin publicidad.

FIGURA 7: TIPOLOGÍA DE LAS TIENDAS DE CAJAMARCA EN FUNCIÓN DE SU MERCADEO

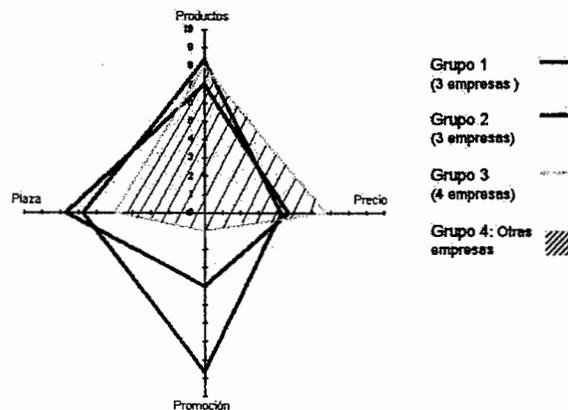
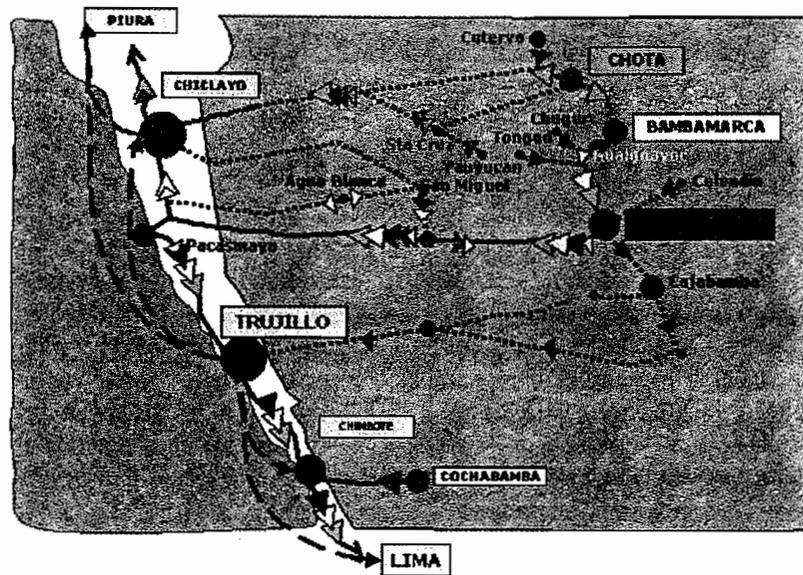


FIGURA 8: REDES DE COMERCIALIZACIÓN ENTRE LA SIERRA Y LA COSTA



20

Se han podido también establecer las redes de comercialización hacia la costa, se presentan en el gráfico 8 (Theeten, 2001):

Uno de los grandes problemas que enfrenta el sector de derivados lácteos de Cajamarca es la adulteración. El fraude más común es hacer dos quesos a partir de uno original, adicionando harina, principalmente de papa (conocido como "cremoso") y duplicando la etiqueta o vendiéndolos sin etiqueta a precios más bajos.

Esta falsificación es casi nula en Cajamarca, , pero se encuentra por lo general entre en los vendedores ambulantes. En la costa, esta acción es notoria; en Trujillo y Chiclayo, entre 10 y 30% de los quesos mantecosos de Cajamarca son mezclados con harina y en Chimbote, esta cifra llega hasta un 40%.

Consumo de los Productos Lácteos y Asociación de productores

El queso mantecoso y el yoghurt son los dos productos de Cajamarca más difundidos. En la costa, se consume mayor cantidad de productos lácteos que en otras regiones y entre éstos, el más consumido es el yoghurt. Todavía no se percibe la tendencia moderna de consumo de productos "light". Sin embargo, se prefieren los quesos con menos grasa, como el fresco y el arenoso.

En los últimos cinco años, la recesión ha afectado el consumo de lácteos en la costa. El 70% de las personas han disminuido o cambiado su consumo a productos de menor precio. Las clases socioeconómicas B y C² han reducido su consumo en 40%.

El 56% de los consumidores de productos lácteos de Cajamarca, cree que son de buena calidad, aunque solo un 33% están seguros de su origen, y el 93% sabe que a veces los quesos son falsificados y mezclados con harina.

En la costa, el 91% de las personas afirma "consumir" productos de Cajamarca, pero no conocen las distintas regiones productoras de este departamento.

La Asociación de Productores Lácteos se creó el 27 de septiembre de 1999, contando inicialmente con 36 asociados, como una acción colectiva que buscó defender el nombre del "queso de Cajamarca" y para enfrentar la producción informal dentro y fuera del departamento. Entre sus principales logros se destacan: el mejoramiento de la calidad de los productos de sus asociados, la búsqueda de nuevos mercados a través de la formulación de proyectos y negociaciones, la realización de quince actividades conjuntas y la participación en diez actividades de capacitación, algunas elaboradas especialmente para la APDL, y el registro de su marca colectiva.

2 En el Perú se consideran cuatro clases socioeconómicas, en las cuales la B representa la media alta y C la media.

Actualmente, la APDL se encuentra en una fase de transición, ya superó los problemas iniciales de su constitución. Los principales retos que debe afrontar son la heterogeneidad de sus miembros, la falta de planificación de sus objetivos y metas y cambiar la mentalidad de algunos asociados que buscan su beneficio propio. Dicho comportamiento es conocido como el de "free rider" (pasajero clandestino), mediante el cual un socio de una acción colectiva quiere sacar su propio provecho sin aportar.

El 91% de los miembros percibe desconfianza al interior de la asociación y solo 9% cree que si existe confianza. A nivel externo, la reputación de la asociación es mala (78%) por la falta de continuidad en las acciones iniciadas.

Conclusiones

- La importancia de la historia en el proceso de estructuración de la concentración de las actividades queseras. Se han podido identificar etapas bien marcadas del proceso: la colonización, la crisis de los obrajes, la constitución de las haciendas lecheras, la llegada de las empresas transnacionales lecheras, el papel de la cooperación extranjera junto con los procesos endógenos de saber-hacer y de innovaciones alrededor de los quesos tradicionales.
- El territorio quesero: es muy extendido geográficamente, con áreas enclavadas que marcan identidades socioculturales fuertes. Se lograron identificar cuatro zonas queseras bien definidas y nos interrogamos sobre la existencia de un SIAL o de cuatro, pero tomando en cuenta que están relacionados entre sí y articulados a la ciudad de Cajamarca, como nodo principal del sistema, podemos afirmar que es solo un territorio quesero.
- Las características de los queseros de Cajamarca: el comportamiento se define como "buenos padres de familia", instrucción educativa superior, diferentes formas de vincularse a los mercados, poco formalizados y estrategias individuales y dificultades para articularse entre ellos.
- Sobre la APDL: careció de capital social al inicio y después no ha logrado consolidar una forma de coordinación adecuada, se ha dado solo un proceso de unión para excluir a los informales del sector.
- Sobre los productores de quesillo: Existe una fuerte identidad sociocultural, gran capital social de "proximidad" (bonding) y una ubicación geográfica aislada.

Podemos concluir que la concentración de queserías rurales de Cajamarca es un SIAL: se ha comprobado la existencia de un territorio articulado con actores y productos, típicos y de gran tradición, y con un saber-hacer local reconocido. Este SIAL ha entrado en el proceso de activación con acciones colectivas incipientes, pero prometedoras, y se ha podido comprobar la realidad de los fenómenos de "cooperación-competencia" a nivel horizontal, pero con fuertes asimetrías, sobre todo de información, (Akerlof, 1970; Stiglitz, 1998) en las relaciones verticales de los actores.

Por otro lado, consideramos que el SIAL se puede mejorar en el aspecto de la comercialización, pero resulta necesario el diálogo entre compradores y productores para fomentar la confianza entre ambos. En este sentido, el capital social de la comunidad rural puede ser un motor para la creación de asociaciones y favorecer así la representatividad de los productores.

Se ha podido confirmar que la puesta en marcha de "acciones colectivas" en un SIAL permite transformar sus "ventajas pasivas" en "activas". Sin embargo, a raíz del caso presente, se puede afirmar que la creación de una asociación y la obtención de una marca colectiva son condiciones necesarias, pero no suficientes para tener un resultado efectivo. En realidad, debe un verdadero proceso de "activación" en el cual los actores se involucren de manera participativa, olvidándose de sus estrategias individuales.

Dentro del SIAL, el reto que enfrentan los actores es hacer funcionar las acciones colectivas para enfrentar las dificultades originadas por: la competencia de las empresas transnacionales, tanto en la compra de la leche como a nivel de la comercialización (productos nacionales como importados); el incremento del fraude y de las adulteraciones; el aumento del número de competidores y la crisis. Por ello, las acciones colectivas deberían orientarse con prioridad a fortalecer y aprovechar los recursos específicos de la zona: el turismo, los pastos excelentes para la producción de quesos, los productos de larga tradición y buena calidad, la imagen del "buen queso de Cajamarca", la valoración del saber-hacer locales y permitir así responder eficientemente a las expectativas de los consumidores: buenos productos a precios accesibles.

Referencias

- AKERLOF, G. 1970. The market for «Lemons»: quality uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal Economics*. 84:488-500.
- BECCATINI, G. 1979. Dal settore industriale al distretto industriale. *Rivista de economia e politica industriale*, 5(1): 7-21.
- BOUCHER, F. 2000. Agroindustria Rural en el Horizonte del 2000. Serie Documentos de Trabajo PRODAR 9. Lima.
- BOUCHER, F.; ET AL. 2000. Globalización y Evolución de la Agroindustria Rural en América Latina: Sistemas Agroalimentarios Localizados. Serie Documentos de Trabajo PRODAR Lima.
- BOUCHER F., GUEGAN M., 2001. Dossier SYAL, le cas des fromageries rurales de Cajamarca, dans le nord du Pérou. En cours d'édition. France.
- 22 CAPECCHI, V. 1987: Formation professionnelle et petite entreprise: le développement industriel à spécialisation flexible en Emilie-Romagne, *Revue formation et emploi*, 19 (Jul-Sept): 3-18.
- COLLETIS, G., PECQUEUR, B., 1993. Intégration des espaces et quasi intégration des firmes: vers de nouvelles rencontres productives? *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 3: 19.
- GUEGAN M. 2001. Diagnostic agro-pastoral orienté vers la valorisation des produits laitiers. Zone de Chanta et Yanacancha, Nord Pérou. Mémoire en vue de l'obtention du Diplôme d'Agronomie Tropicale. CNEARC, Montpellier, France.
- JULIEN, P.; MARCHESNAY, M. 1988. *La petite entreprise, principes d'économie et de gestion*. Collection Vuibert gestion. Librairie Vuibert, Paris.
- MCCORMICK, D. , 1999. African Enterprise Clusters and Industrialization: Theory and Reality. *World Development*. 27 (9): 1531-1551.
- MUCHNICK, J.; SAUTIER, D., 1998. Systèmes agro-alimentaires localisés et construction de territoires. Proposition d'action thématique programmée. CIRAD. Paris.
- PECQUEUR B. 1992. Du territoire à la territorialité, communication au séminaire de Grenoble "Industrie et territoire", IREP/D, Francia.
- PORTER, M. , 1998. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, USA., (nov-Dec): 77-90.
- REQUIER-DESJARDINS, D., BOUCHER F., CERDAN C. 2002. Globalization and the evolution of production systems: Rural Food-Processing and Localised Agri-Food Systems in Latin-American Countries, accepté à *Entrepreneurship and Regional Development*, à paraître.
- REQUIER-DESJARDINS, D., 1998-1. El Concepto económico de proximidad: impacto para el desarrollo sustentable. Web dea Destin-C3ED/UVSQ. Saint Quentin en Yvelines, France.
- REQUIER-DESJARDINS, D. ,1998-2. Globalización y evolución de la Agro-Industria Rural en los países andinos: un enfoque sobre los sistemas agroalimentarios localizados. Web D.E.A. Destin-C3ED/UVSQ. Saint Quentin en Yvelines, France.
- REQUIER-DESJARDINS, D., 1999. Agro-industria rural y sistemas agroalimentarios localizados: *Cuales puestas*. In www.prodar.org X - Aniversario. PRODAR.
- SCHMITZ, H. ,1999. Global Competition and Local Cooperation: Success and Failure in the Sinos Valley, Brazil. *World Development* Vol. 27 No. 9. The American University, Washington, USA. pp. 1627-1650.
- SCHMITZ, H. , 1997. Collective efficiency and increasing returns. Discussion paper n° 50. Institute of Development Studies. Angleterre.
- STIGLITZ J. 1998. La información imperfecta en el mercado de productos, *Microeconomía*, 2ª ed.. Ariel, Barcelona.
- THEETEN L. 2001. Étude de la commercialisation des produits laitiers de Cajamarca sur la côte proche (Chiclayo et Trujillo). *Mémoire en vue de l'obtention du diplôme d'Ingénieur en Agronomie Tropicale*. Cnearc, Montpellier, France.

EL PROCESO DE DESINTEGRACIÓN DE GRUPOS LECHEROS EN LA REGIÓN DE LOS ALTOS DE JALISCO, MÉXICO. CONTRADICCIONES Y TENDENCIAS

FERNANDO CERVANTES E., ADOLFO ÁLVAREZ M. Y SANDRA L. PÉREZ S.

CIESTAAM, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO, MÉXICO

MAESTRÍA EN CIENCIAS AGROPECUARIAS, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA.

DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO.

fcervan@taurus1.chapingo.mx



Resumen / Abstract / Résumé

23

A partir de 1998, las empresas procesadoras de leche en México han instrumentado un notable proceso de debilitamiento y eventual disolución de grupos de productores organizados para el enfriamiento en común de la leche. Persiguen con ello tres objetivos básicos: proveerse de una materia prima de mejor calidad para el proceso industrial; favorecer la selección de los productores más eficientes y mejor adaptados a sus necesidades; y reducir, aún más, el poder de negociación de los ganaderos. La industria ha tenido éxito en su estrategia en la región de Los Altos de Jalisco, ya que entre 1998 y 2002; en la zona norte se disolvió el 44% de los grupos existentes y, de los que restan, se han separado más de la mitad de los socios. La mayoría de los que dejaron la organización han abandonado la actividad y otros se han insertado en canales comerciales informales, pero con opciones de desarrollo muy limitadas. UAM, ©2002

Since 1998, processing milk industry in Mexico has suffered a weakening process. Organized milk producers groups are also dissolving and milk processing at large scale is disappearing. Because of this, new groups have emerged and they have three main objectives: to obtain a better quality raw material for industrial processing, to favor selection of more efficient producers and better adapted to their needs, and, to reduce the lobbying power of the ranchers. The industry strategy of this has been a success in the region of Los Altos, Jalisco. During 1998 and 2002, 44% of the groups dissolved in the northern area and the remained groups have lost more than the half of the partners. The majority of those who have left the organization have also quit the milk industry, some others have joined the informal sectors but with limited options for development.

À partir de 1998, les entreprises mexicaines transformatrices de lait ont vécu un sensible processus d'affaiblissement et une tendance à la dissolution de regroupements de producteurs organisés pour le refroidissement collectif du produit. Ce fait résulte de trois objectifs fondamentaux: pourvoir le processus industriel d'une matière première de meilleure qualité; favoriser la sélection des producteurs les plus rentables et les mieux adaptés aux nécessités industrielles; et continuer à réduire le pouvoir de négociation des éleveurs. L'industrie a réussi sa stratégie dans la région de « Los Altos de Jalisco »; en effet, entre 1998 et 2002, la zone nord a vu se réduire de 44% les associations existantes. Quant aux groupes restants, la moitié de leurs membres a disparu. La majeure partie des éleveurs qui ont quitté l'organisation a abandonné l'activité, les autres ont adhéré à des circuits commerciaux informels, aux options de développement très limitées.

Palabras claves:
productores de leche
desintegración de grupos
industria lechera
Altos de Jalisco

Keywords:
milk producers
group disintegration
milk industry
Altos de Jalisco

Mots clefs:
lait
désintégration de groupes
industries
Altos de Jalisco