

De la agricultura a la especialización

Debates y estudios de caso en México

PATRICIA ARIAS / KATIA MAGDALENA LOZANO UVARIO
COORDINADORAS



Universidad de Guadalajara



De la agricultura
a la especialización

Debates y estudios de caso en México

De la agricultura a la especialización

Debates y estudios de caso en México

PATRICIA ARIAS / KATIA MAGDALENA LOZANO UVARIO
COORDINADORAS

Universidad de Guadalajara

2021

Esta publicación fue sometida a dictamen a doble ciego por pares académicos y financiada con el fondo federal PROINPEP 2020 Programa de Incorporación y Permanencia de los Posgrados en el PNPFC.

Primera edición, 2021

D.R. © Universidad de Guadalajara
Centro Universitario
de Ciencias Sociales y Humanidades
Coordinación Editorial
Guanajuato 1045
Col. Alcalde Barranquitas, CP 44260
Guadalajara, Jalisco, México

ISBN 978-607-571-076-1

Editado y hecho en México
Edited and made in Mexico

Índice

Introducción. Diversificación, especialización y espacialización PATRICIA ARIAS	9
El desarrollo local. Una revisión conceptual KATIA MAGDALENA LOZANO UVARIO	35
I	
La especialización manufacturera	
Nueva ruralidad, turismo y especialización territorial: el deshilado en Calvillo, Aguascalientes JORGE ALBERTO RODRÍGUEZ HERRERA	65
Sujetos de mezclilla. Especialización y precariedad tóxica en el suroeste de Tlaxcala PAOLA VELASCO SANTOS	103
El desmantelamiento de los oficios artesanos. La alfarería de Tlayacapan, Morelos PATRICIA MOCTEZUMA YANO	143
Especialización sectorial y desarrollo local: la industria mueblera en Ocotlán, Jalisco KATIA MAGDALENA LOZANO UVARIO LUIS HÉCTOR QUINTERO HERNÁNDEZ	163

De la industria al comercio. La moda en Zapotlanejo, Jalisco
ROSARIO COTA YÁÑEZ 187

Trabajo y producción especializada. Los tacos de canasta
de San Vicente Xiloxochitla, Tlaxcala
HERNÁN SALAS QUINTANAL
HÉCTOR DANIEL HERNÁNDEZ FLORES 205

II

La especialización pecuaria

La producción de queso en los Altos de Jalisco y sur de
Zacatecas. Una especialización dispersa
MARTHA MUÑOZ DURÁN 229

La producción porcina en La Piedad, Michoacán y los Altos
de Jalisco. Especialización y espacialización
IMELDA SÁNCHEZ GARCÍA 255

La avicultura en Tepatitlán, México. Un ejemplo de
especialización flexible
CÁNDIDO GONZÁLEZ PÉREZ
SALVADOR MARTÍN BARBA 275

III

La especialización manufacturera en la investigación social. Una
revisión bibliográfica
ALONDRA RODRÍGUEZ LÓPEZ 287

Sobre los autores 311

La producción de queso en los Altos de Jalisco y sur de Zacatecas. Una especialización dispersa

MARTHA MUÑOZ DURÁN

Figura 1
Doña Mary sacando la cuajada

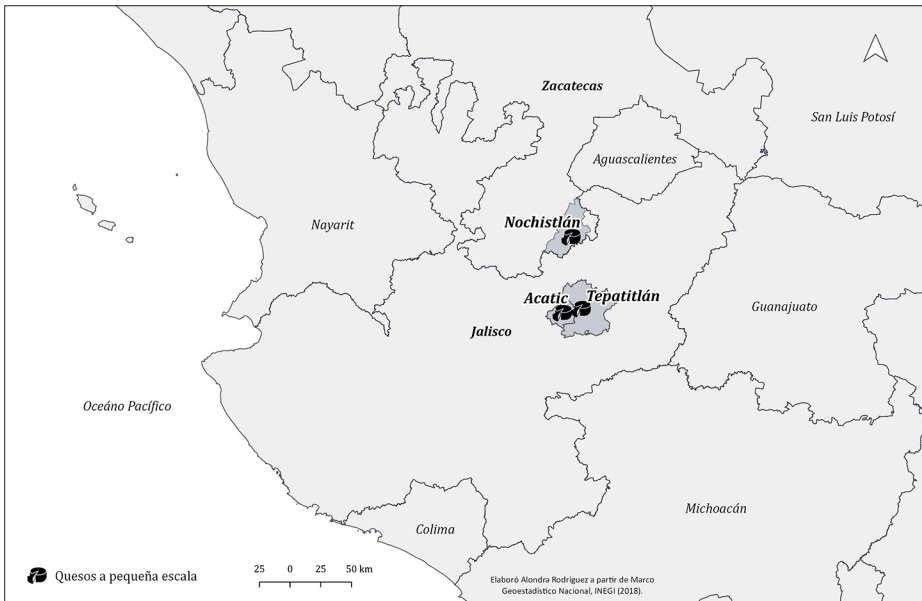


Fotografía de Martha Muñoz.

En la región Altos de Jalisco y sur de Zacatecas (a la que en lo sucesivo llamaré JalZac) se ha configurado una especialización dispersa de transformación artesanal de la leche en productos como queso, requesón, panela, jocoque, crema, dulces de leche y cajeta, en la que cada productor desarrolla sus estrategias de financiamiento, producción y distribución, con escasa cooperación con otros productores y sin apoyos gubernamentales.

Los lugares de investigación fueron los municipios de Acatic y Tepatitlán, Jalisco, y Nochistlán, Zacatecas, que, en términos económicos y culturales, forma parte de los Altos de Jalisco (figura 2).

Figura 2
Fabricación de queso a pequeña escala en los Altos de Jalisco
y sur de Zacatecas



Fuente: elaboró Alondra Rodríguez a partir de Marco Geoestadístico Nacional, INEGI (2018.)

Metodología y materiales

El trabajo se basa en estudios de caso de cuatro personas dedicadas a la producción de queso artesanal: dos en Nochistlán, Zacatecas, y dos en Jalisco —Acatic y Tepatitlán—; y de dos distribuidoras: la propietaria de una tienda de abarrotes y una revendedora, ambas en la ciudad de Tepatitlán. La información se recolectó mediante entrevistas presenciales y telefónicas y en recorridos de área. Algunas entrevistas se realizaron en

2014 y se actualizaron en febrero de 2019, otras se llevaron a cabo en enero y febrero de 2019.

Dos de las microproductoras, doña Mary y doña Elida, procesan entre 20 y 120 litros de leche al día en temporada regular. Doña Chuyita es una pequeña productora que transforma entre 1 500 y 3 000 litros diarios; don Alejandro Hernández Cedillo es un productor mediano que procesa entre 4 000 y 5 000 litros de leche al día.

La clasificación en micro, pequeños y medianos productores es propia, pero se basa, como la de Villegas de Gante *et al.* (2014), en el volumen de materia prima transformada. Esos autores identifican tres categorías de productores: los pequeños, que procesan 2 000 litros o menos, los medianos, entre 2 000 y 20 000 litros, y los grandes, que industrializan más de 20 000 litros. Sin embargo, esa clasificación invisibiliza a muchos microproductores, y en este caso, a las productoras de las que trata este artículo. La categorización que hemos seguido nos ha permitido tomar en cuenta la enorme diversidad de las empresas productoras de quesos y otros productos lácteos.

Por especialización dispersa nos referimos a un patrón de fabricación de productos lácteos donde no existe una concentración de productores en un lugar —ciudad o localidad— determinado, sino que los establecimientos están diseminados en un amplio territorio, en este caso, JalZac, donde lo común es la abundancia, la producción lechera a muy diferentes niveles. Eso ha permitido a productores de muy distinto nivel desplegar estrategias desconcentradas de abasto y sobre todo de comercialización y ventas de productos que van desde microespacios rurales hasta grandes ciudades e incluso Estados Unidos. En prácticamente todos los municipios de JalZac existen pequeñas productoras que despliegan una gran variedad de formas de abasto, producción y comercialización de sus quesos.

Los lácteos en JalZac

Los Altos de Jalisco es reconocida como la segunda cuenca lechera del país, después de la Comarca Lagunera (Villegas de Gante *et al.*, 2014; Vázquez-Valencia y Aguilar Benítez, 2010). Desde la época colonial se sabe

que se elaboraban subproductos para prolongar la vida del excedente de leche de los bovinos, lo que dio lugar a una amplia variedad de recetas, plattillos y sabores que forman parte de la tradición culinaria regional: queso, panela, requesón, crema, mantequilla, jocoque, cajeta y una gran variedad de dulces (Rodríguez Gómez, 1996; Sánchez Almanza, 1994).

La producción lechera en los Altos de Jalisco se ha incrementado. Esto a pesar de que se ha señalado que la región no es apta para la producción de leche: los suelos y las condiciones climáticas no son adecuados; los sistemas de producción se consideran ineficientes debido al gran número de unidades productivas familiares no tecnificadas; y nunca se ha dejado de importar leche (Cervantes, 2001; Olmos Colmenero *et al.*, 2017).

La producción de leche en la región se incrementó y modificó desde la década de 1940 con la apertura de la empresa Nestlé en Lagos de Moreno, en los Altos de Jalisco, a la que siguió la instalación de otras plantas procesadoras: La Pureza, 19 Hermanos, Lechera Guadalajara, Lala y Alpura. Los productores tuvieron acceso a financiamiento formal, lo que permitió mejorar las razas de ganado y los sistemas de alimentación, la tecnificación de las ordeñas, contar con asistencia técnica sanitaria para mejorar la salud de los hatos y la asesoría para formar cooperativas (Villegas de Gante *et al.*, 2014; Vázquez-Valencia y Aguilar Benítez, 2010; Sánchez Almanza, 1994; Icazuriaga, 1977, 2002).

En la década de 1990, debido a la apertura comercial originada por el TLC, que abrió la puerta a la importación de lácteos, hubo una crisis en la industria lechera (Espinoza Ortega *et al.*, 2005; Olmos Colmenero *et al.*, 2017). En la actualidad, persiste una gran diversidad de procesadoras de leche en el espacio JalZac. Aunque existen productores altamente tecnificados, con recursos financieros y organizacionales, predominan las explotaciones familiares semitecnificadas que cuentan con terrenos muy pequeños y se basan en el trabajo de los miembros de los grupos domésticos que han tecnificado alguna parte del proceso, por lo regular, la ordeña. En general, en las explotaciones familiares existe un abanico de combinaciones y subcategorías (Olmos Colmenero *et al.*, 2017; Wattiaux *et al.*, 2012).

La especialización productiva

La especialización productiva se ha entendido como la concentración de alguna determinada actividad económica, por lo regular manufacturera, en un territorio específico. Desde la perspectiva de los *distritos industriales*, se ha señalado que la especialización depende del involucramiento de la sociedad, las instituciones y las autoridades locales; del uso y desarrollo de tecnología; del intercambio de conocimientos; y de la revalorización de la cultura regional. Un ejemplo de especialización cercano al de JalZac es el de la región de Parma en Italia, con el queso parmesano. En su mejoramiento y difusión concurrieron los productores, incluyendo los de pequeña escala, y los Gobiernos locales, que facilitaron la interrelación entre el sector agrícola y la agroindustria quesera, y hubo una revalorización y ampliación del consumo de ese tipo de queso, que dio por resultado el posicionamiento internacional de ese lugar de producción (Ligabue *et al.*, 2007; Fanfani, 1994).

En México, un caso de producción identificada con una región es el del queso Cotija, cuyos productores han luchado por el registro de la denominación de origen «queso Cotija». En ese esfuerzo han concurrido la asociación de productores, académicos y autoridades municipales con la finalidad de reactivar la producción y reivindicar una herencia cultural y patrimonial que pertenece a los rancheros de la sierra de JalMich (Jalisco y Michoacán). De ese queso se han resaltado sus componentes tradicionales, el anclaje en la cultura local y su importancia para la subsistencia de las familias que se dedican a producirlo, así como el rescate de una forma de elaborar el producto. Hasta la fecha, se ha logrado el registro de la Marca Colectiva Cotija, Región de Origen y se sigue buscando la denominación de origen (Barragán López y Huitzilihuitl Ovando, 2015; Barragán López, 1990, 2015).

Existen varias similitudes entre los quesos parmesano y Cotija: son quesos maduros o añejos, granulosos, elaborados con 100% de leche de vaca sin pasteurizar; de hecho, al Cotija se le ha llamado el parmesano mexicano. Ambos cuentan con un fuerte arraigo en sus tradiciones culinarias respectivas, se identifican con una región geográfica bien delimi-

tada y han sido revalorizados por sus atributos culturales y económicos. También hay diferencias. El queso parmesano es un producto central de la actividad lechera que se elabora en un marco regional con una amplia tradición de empresas interrelacionadas (*distrito industrial*), donde los pequeños y medianos productores son parte integral de las cadenas productivas y de comercialización, y cuenta con denominación de origen. El queso Cotija, en cambio, es un producto residual de la cría de becerros. Los pequeños y microproductores tienen dificultades para organizarse, integrar la producción y obtener financiamiento, y no han logrado el reconocimiento de la denominación de origen. En ese sentido, el queso que se fabrica en JalZac comparte similitudes con el Cotija.

La especialización en la producción de queso en JalZac no cumple con varios de los elementos de la perspectiva de la especialización productiva, en especial, en lo concerniente al involucramiento de actores sociales privados y públicos, tecnificación, cooperación y socialización del conocimiento. A pesar de lo anterior, se trata de una forma particular de especialización: muchas familias, antes y ahora, se han dedicado a la producción de queso y es una tradición que forma parte de un *saber-hacer* muy arraigado y compartido. En la actualidad, es un trabajo femenino que le permite a las mujeres contar con ingresos propios, aunque por lo regular los destinan a la sobrevivencia de sus hogares. Ante los buenos resultados económicos de la actividad quesera de las mujeres, los hombres han empezado a incursionar en ella.

Los quesos en JalZac, un asunto de mujeres

Desde que se tiene memoria, el queso ranchero de JalZac ha sido fabricado por mujeres, a diferencia del queso Cotija, que originalmente era elaborado por hombres. Esto tuvo que ver, quizá, con la ubicación de la engorda de vacas y becerros. En JalZac las ordeñas no estaban separadas de los hogares. En JalZac, los agostaderos eran pequeños y formaban parte del espacio dedicado a la siembra, donde estaban también las casas de los rancheros y sus familias. La ordeña se realizaba en los corrales, la le-

che se llevaba a la casa y, allí, eran las mujeres las que se encargaban de la elaboración de quesos.

El principal queso que siempre se ha elaborado es el ranchero, hecho con leche entera y cruda que va del establo al cuajado. El molido de la cuajada es un proceso distintivo y, por lo regular, son quesos frescos, también conocidos como quesos de aro por el molde que les da forma (Villegas de Gante *et al.*, 2016; Cervantes *et al.*, 2006). También se produce queso adobera. Las productoras se han negado a introducir la pasteurización por razones económicas, pero, sobre todo, porque sus quesos son apreciados justamente por sus sabores diferenciados. La gente de la región conoce y mantiene sus preferencias respecto a los quesos que consumen en sus hogares.

A pesar de la tendencia a la homogenización en las formas de producir y consumir, también ha crecido y se ha consolidado un mercado para mercaderías tradicionales y originales de ciertas regiones, el llamado «mercado de la nostalgia» (Domínguez-López *et al.*, 2011; Cervantes *et al.*, 2006; Bueno y Aguilar, 2003).

Los quesos son de los productos más demandados por el mercado de la nostalgia entre los migrantes en Estados Unidos y la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG). La demanda local de quesos aumenta cuando visitan sus comunidades de origen, pero ha surgido una modalidad de transportistas que se encargan de llevar quesos, entre otros muchos productos, a los paisanos en Estados Unidos. Los transportistas llevan personas, encargos de todo tipo y quesos, que entregan en negocios y hogares. En Nochistlán, Zacatecas, hay tres transportistas que viajan cada semana en sus camionetas, durante 18 horas, a Forword, Texas, donde existe una gran comunidad de paisanos. Ellos hacen paradas y entregas en ciudades y pueblos del trayecto, principalmente, en El Paso y San Antonio. Los destinatarios acuden a recibirlas a los lugares de paso de los vehículos o en el punto de llegada del conductor. Las entregas a domicilio tienen un cargo extra.

Aunque el principal negocio de los transportistas es el traslado de pasajeros, llevar y traer «encargos» es cada vez más frecuente. Lo que más se

lleva son quesos, en menor medida, pan, elotes, birria congelada, sillas de montar, alhajas, ajares de bautizo, tocados y velos de novia hechos a mano, botas vaqueras y trajes de charro y un largo etcétera. De regreso, las camionetas trasladan los encargos y regalos a los familiares de Nochistlán, en especial, electrodomésticos, máquinas y herramientas: computadoras, tabletas, televisiones, licuadoras, batidoras, ventiladores, aires acondicionados, lámparas, podadoras de pasto y taladros. Los encargos son pagados por los que los envían, que asumen el riesgo de que sean decomisados en la frontera o robados en el trayecto.

Por su parte, las tiendas de abarrotes de la ZMG son abastecidas, de manera cotidiana, de quesos provenientes de infinidad de pequeñas fabricantes de JalZac, ya sea por sus propietarios o por comerciantes dedicados a eso.

Doña Mary. La experiencia de tres generaciones

Doña Mary, ahora de 75 años, hizo y vendió queso durante casi toda su vida. Ella aprendió el oficio de su madre y esta de la suya. Doña Mary, a su vez, les transmitió el conocimiento a dos de sus hijas. Doña Mary procesaba el excedente de leche de las vacas que se ordeñaban en los corrales de su pequeño rancho: entre 20 y 60 litros diarios. Lo que doña Mary ha mantenido desde el tiempo de su abuela es el método de fabricación: hacer la cuajada, orearla y mezclarlas una vez a la semana y así producir un queso no tan fresco, de 200 o 600 gramos la pieza, con un grado mínimo de maduración: «un tipo de queso ranchero que hace muy buena hebra para las quesadillas», dice.

La venta de quesos la hacían los hombres: el abuelo, el padre y el marido de doña Mary, que iban cada domingo a Nochistlán, Zacatecas, a venderlos y comprar los avíos del hogar. El padre y el esposo de doña Mary «tenían entrego en los puestos del mercado».

En 1996, el esposo de doña Mary dejó de llevar quesos a vender porque no era fácil colocarlos:

Se soltó una competencia muy grande porque empezaron a traer queso barato de otro lado y también había más vendedores de queso porque una enfriadora de la Nestlé había dejado de comprar leche por nuestro rumbo, entonces mi esposo dijo que ya había que dejarnos de eso, pero yo le dije: ¿cómo? si de ahí comemos.

La fecha coincide con el aumento de las importaciones de leche propiciadas por el TLCAN (Espinoza Ortega *et al.*, 2005; Olmos Colmenero *et al.*, 2017). Doña Mary entonces se hizo cargo de la venta, con lo cual pudo disponer más libremente de sus ingresos y comprar lo que ella consideraba necesario: «Una se acostumbra a no pedir dinero», dice. A su marido le entregaba el 50 % de las ventas para la compra del forraje de las vacas.

Doña Mary entregaba los quesos directamente en tiendas de abarrotes, fruterías y, sobre todo, oficinas: presidencia municipal, telégrafos y agua potable. Y dejó de hacerlo a domicilio. Se dio cuenta de que las mujeres ya no estaban en sus casas porque trabajaban, de manera que adaptó los días y horarios de venta a los de las oficinas, lo que le generó una gran clientela femenina.

Ella nunca recurrió a algún financiamiento formal o informal, ni para la fabricación de queso ni para la cría de ganado multipropósito —carne y leche—, su negocio se sustentó en su trabajo y el ahorro familiar. En alguna ocasión aprovecharon una oferta de becerros de registro a bajo precio que ofreció el Gobierno y también el programa Procampo. Debido a sus achaques, Doña Mary ya solo elabora quesos para autoconsumo, para mandar de regalo a sus parientes y amigos en Estados Unidos y para sus hijas.

Doña Chuyita. Una productora urbana

Doña Chuyita, de 55 años, radica en Nochistlán, Zacatecas, y desciende de una estirpe de queseras: su bisabuela, su abuela, su madre y sus tías lo hacían, pero en el rancho, con la leche de vacas que se alimentaban en potreros en tiempos de lluvia o rastrojo y maíz en las secas. Ella, en cambio, es quesera urbana. Comenzó a producirlos en 1986, cuando tenía 22 años.

Al principio eran para autoconsumo, con leche comprada, pero como vecinos y parientes le pedían que les vendiera, compró una vaca y después otras, hasta que su actividad resultó tan exitosa que su marido dejó de migrar a Estados Unidos para incorporarse al negocio.

Su esposo se dedicó a la producción de leche en potreros propios y rentados, pero evaluaron que era mejor comprar la leche. Desde 2005 producen queso con leche comprada a productores de ranchos de Jalisco y Zacatecas. Doña Chuyita procesa entre 1500 y 3000 litros diarios. La variación depende de las temporadas. Su temporada alta es cuando los migrantes radicados en Estados Unidos y los migrantes internos regresan: vacaciones escolares de primavera, verano e invierno; octubre, cuando se celebran las fiestas patronales; y enero, cuando se festeja a san Sebastián. La temporada baja son los meses de febrero, parte de marzo, mayo, junio y principios de julio. Pero ella produce quesos todo el tiempo. Cuenta con cuatro grandes refrigeradores donde almacena quesos para atender los pedidos de la temporada alta.

El principal producto que elabora doña Chuyita es queso ranchero y, en menor cantidad, panela y requesón. Ha incorporado tecnología como un molino eléctrico de gran tamaño, refrigeradores y cuajo embotellado. Pero los quesos son elaborados como los hacía su bisabuela: leche sin pasteurizar ni conservadores. De acuerdo con lo anterior, ella considera que su producto es tradicional. Reconoce que trabajar con leche pasteurizada le abriría las puertas de establecimientos comerciales reconocidos, pero no está dispuesta a hacerlo, porque perdería la gran clientela que ha generado con sus quesos artesanales. Desde 2017 cuenta con un local de venta enfrente de su hogar.

Los mejores clientes de doña Chuyita son los migrantes, tanto los que radican en Estados Unidos como los que viven en ciudades como Zacatecas, Aguascalientes, Guadalajara, Ciudad de México y Querétaro. Cuenta con varios sistemas de mercadeo: los migrantes que adquieren grandes cantidades de queso antes de partir a sus destinos; paisanos comerciantes que llevan quesos para revenderlos en sus tiendas de abarrotes en las ciudades donde viven; y los migrantes internacionales, en especial los que

viven en Texas, que son abastecidos vía combis, que cada semana los proveen de diversas mercancías del terruño. Doña Chuyita también tiene entregas regulares en cremerías y tiendas de abarrotes de Nochistlán.

Doña Chuyita se inició con muy poco capital, recurrió a sus ahorros de modista para comprar su primera vaca e invirtió parte de las remesas que enviaba su marido desde Estados Unidos. Nunca ha recurrido a créditos familiares o de instituciones financieras ni a apoyos gubernamentales. En la actualidad, en esa pequeña empresa trabajan ella, su esposo, dos hijas, un hijo y otros miembros de la familia. El negocio del queso ha sido la única fuente de sustento de su familia desde 1997, es decir, hace más de 20 años. De ahí salieron gastos e inversiones importantes: la carrera de arquitectura del hijo mayor, seguida de la construcción de una casa y su despacho, los estudios de chef de repostería de su hija, a la que dotaron de una pastelería-cafetería muy bien equipada y espacio para venta de café, la compra del terreno, la construcción de la fábrica y el local de venta de quesos.

Figura 2
Doña Chuyita haciendo quesos



Fotografía de Martha Muñoz.

Salubridad Municipal les ha advertido que si no pasteurizan la leche les pueden cancelar el negocio, situación que hasta la fecha han solucionado con pagos de multas y mordidas. Doña Chuyita y su esposo podrían acceder a un crédito para proyectos productivos y comprar la máquina pasteurizadora, pero han decidido no hacerlo. La clientela busca el queso que le gusta, con el sabor y textura que da la leche sin procesar. Seguirán así, dice, hasta que les cierren el negocio, lo cual por supuesto esperan que no ocurra.

Doña Elida. La herencia de la abuela

Doña Elida tiene 62 años y vive en Acatic, Jalisco. Aprendió a hacer quesos desde niña porque le ayudaba a su abuelita. Su madre no lo hacía porque su marido, el padre de doña Elida, no se dedicaba a la ganadería, porque trabajaba en granjas avícolas y porcícolas. «Mi madre trabajó también en granjas avícolas en la recolección de huevo, pero no mucho porque tenía que atender el hogar y cuidar a los hijos», dijo.

Doña Elida se casó en 1983 y desde entonces hizo quesos, requesón, jocoque y panela para autoconsumo, pero durante siete años (2012-2019) los fabricó para la venta. Ella se abastecía de leche del establo familiar, ya que su marido se dedicaba a la cría de ganado lechero y la ordeña. Ella procesaba 120 litros diarios, que eran la tercera parte de la producción del establo de su esposo, el resto lo entregaban a un fabricante de quesos de Acatic, al que actualmente entregan la totalidad de la producción.

El queso que hacía era totalmente artesanal, sin conservadores, la leche llegaba directamente del establo y la molienda la hacía a metate, igual que su abuela. A diferencia de doña Mary, que mezclaba cuajadas de diferentes grados de oreado y molía una vez por semana, doña Elida elaboraba un queso totalmente fresco, con la cuajada del mismo día. Así fabricaba dos tipos de queso, uno de 350 gr y otro de 175 gr, para atender distintos mercados:

el más pequeño lo compraban familias chicas, ajustaba para el almuerzo de dos personas, para unas quesadillas o para ponerle a los frijoles, en una comida se acababa; en cambio, el más grande lo compraban familias con más integrantes, porque el chiste de este queso es consumirlo recién hecho.

Tenía dos modalidades de venta: la principal eran las entregas directas a tiendas de abarrotes, fruterías, cremerías, carnicerías y, en menor medida, había personas que pasaban a comprarle a su domicilio.

El negocio de doña Elida era totalmente familiar: la ordeña, la elaboración de quesos y la venta eran realizados por integrantes de la familia. Finalmente, en 2019, lo dejó en parte, debido a cambios en la situación doméstica. Se sentía cansada y su hija dejó de ayudarla cuando empezó a trabajar como enfermera. No quiso contratar empleados porque asegura que el queso no tiene buen sabor cuando intervienen manos que no son aptas para elaborarlo:

Hay personas que no pueden hacer queso y no es cuestión de aprender, es que no tienen la mano para hacerlo, porque lo calientan demasiado y se cuece, así ya no sirve, la gente no lo compra, por eso dejé de hacer queso, no quise contratar a alguien que no lo iba a hacer bien, igual ya no iba a tener el mismo sabor y la gente iba dejar de comprar.

La explicación y retirada de doña Elida no son inusuales: las fabricantes ancianas no están acostumbradas a contratar personal y, ante situaciones que modifiquen la organización familiar tradicional, prefieren abandonarla.

Don Alejandro Hernández. Retomando tradiciones y saberes femeninos

Don Alejandro Hernández, de 40 años, dirige la Quesería Hernández, en la ciudad de Tepatitlán, Jalisco. Es hijo del fundador, don José Guadalupe Hernández, originario del rancho El Agrillo, del municipio de Arandas,

Jalisco, donde cultivaba la tierra y criaba ganado bovino, pero no hacía quesos. Su esposa los hacía para autoconsumo y venta.

En 1945, la familia migró a Tepatitlán. Don José buscó trabajo, pero finalmente se autoempleó como fabricante de quesos. La industria de lácteos en Santa María del Valle, una localidad cerca de allí, era un ejemplo a seguir en ese sentido, por lo que decidió intentarlo en Tepatitlán. Compraba leche en un establo, con la que elaboraba veinte quesos y solo volvía a comprar cuando los vendía: los ofrecía a domicilio, a los transeúntes y en el tianguis dominical que se instalaba en la plaza de Tepatitlán.

El negocio despegó cuando consiguió un cliente que vendía quesos en Guadalajara que le encargó 100 piezas. Desde entonces la fabricación de quesos se convirtió en el empleo y la fuente de ingresos para don José Guadalupe y su numerosa familia. En la quesería Hernández trabajan cuatro hermanos, seis sobrinos y dos primos de don Alejandro. Desde la muerte de don José Guadalupe, la dueña de la quesería es su viuda. Don Alejandro y sus hermanos le entregan a ella las cuentas y las utilidades que quedan después de pagar insumos, sueldos e impuestos.

La leche se consigue de tres maneras: uno, mediante pequeños productores que les entregan la leche en la quesería; dos, un *rutero*¹ recolecta leche de pequeños productores y la lleva a la quesería; y tres, la menos frecuente, personal de la quesería va a establos a comprar leche, lo que sucede solo cuando hay mucha demanda de quesos. No existen contratos, todos los convenios son de palabra. La empresa procesa entre 4500 y 5000 litros diarios y, cuando las ventas se elevan, compra 1000 litros adicionales.

Durante años, la mejor temporada de ventas era la cuaresma y todo el mes de abril. Actualmente, se han incrementado las ventas durante las vacaciones de verano e invierno, cuando llegan de visita los migrantes des-

¹ Persona que recolecta la leche de los pequeños productores. Es un trabajo que empieza muy temprano y el rutero recorre brechas y carreteras donde recolecta la leche de distintos productores en cántaras de aluminio de 40 litros que, al final de la ruta, se entrega en las queserías o enfriadoras. Un rutero gana entre 40 y 60 centavos por litro y suele recolectar entre 1000 y 10000 litros. Él paga a los productores cuando a él le pagan.

perdigados por Estados Unidos y todo el país. Dice don Alejandro: «a la Quesería Hernández han llegado migrantes con su maleta para llenarla de quesos».

El queso de los Hernández se elabora con leche sin pasteurizar que pasa directamente del establo a las tinas de cuajado. Como medida de inocuidad pide a los lecheros proveedores que presenten certificados de las pruebas de brucelosis y tuberculosis que se aplican a las vacas.

Don Alejandro, como Doña Chuyita, recibe frecuentes vistas de Salubridad, que le recomiendan pasteurizar la leche, pero no lo ha hecho. Él sabe que su franja de mercado prefiere los quesos tradicionales, hechos de manera artesanal, sin conservadores y con leche bronca. En la quesería Hernández se produce queso fresco, adobera, requesón y crema de suero (subproducto del queso que reprocesa para elaborar crema). Para hacer la crema, cuentan con una centrifugadora, pero el requesón se elabora poniendo al fuego el suero.

Los quesos se distribuyen y venden de diferentes maneras, la principal es la distribución en tiendas de abarrotes. La quesería cuenta con más de cien clientes de ese tipo en Tepatitlán y dos municipios de la región: Yahualica y Jalostotitlán. A las tiendas de Tepatitlán las surten por medio de repartidores en motocicleta; pero los clientes de Yahualica y Jalostotitlán recogen los productos en el expendio de la quesería. También venden de mayoreo a distribuidores independientes. Los quesos se venden en cremerías y fruterías. Una vez por semana, uno de los hermanos Hernández entrega productos en cremerías, abarroteras y cremerías ambulantes de Guadalajara. La fábrica tiene venta directa al público.

La Quesería Hernández no se ha beneficiado de ningún programa de gobierno ni ha contratado créditos bancarios. La cooperación con otros productores solo ocurre en forma de traspaso de leche sin procesar entre empresas queseras del mismo nivel cuando bajan las ventas, por lo regular en los meses de mayo y junio. El que traspasa leche absorbe la diferencia de precio. Es una forma de reciprocidad sin contratos. Los productores están dispuestos a absorber la materia prima de otros por solidaridad y

por la certeza de que algún día ellos se pueden encontrar en circunstancias similares y requerir ayuda para seguir en el negocio.

Varios utensilios —una revolvedora y un molino eléctrico— han sido diseñados por ellos mismos. Las tinas de cuajado son de acero inoxidable y las ha fabricado un tornero local, de acuerdo a las especificaciones que ellos le han hecho.

Aunque existen fábricas de quesos grandes y bien organizadas, el futuro de las medianas queseras tradicionales se ve prometedor porque el consumidor mantiene una clara preferencia por quesos que se elaboran con leche sin pasteurizar y sin conservadores, de acuerdo con costumbres ancestrales, a pesar de que las normas oficiales no reconocen la riqueza gastronómica y cultural de estos productos.

La distribución de los quesos

Las tiendas de abarrotes son, en todas partes, los principales centros de distribución de los quesos artesanales. La tienda de abarrotes es la más próxima a los hogares en pueblos, barrios, colonias y fraccionamientos. Por lo general, existe una tiendita en cada esquina, a mitad de las manzanas o en las cocheras de las casas. A ellas se acude a comprar lo que se olvidó, se acabó o no se tuvo en cuenta al hacer el mercado semanal o quincenal. Es el lugar donde se abastecen las familias que no cuentan con un salario regular, sino con un jornal que un día llega y otro no, donde es posible comprar lo que sea en cantidades mínimas. Una cualidad que puede distinguir a una abarrotera es, precisamente, la calidad y variedad de quesos artesanales que maneja.

Doña Sarita, de 56 años, es propietaria, desde 2007, de una miscelánea en la ciudad de Tepatitlán. Ella compra quesos a tres proveedores artesanales y dos industriales. Dos pequeñas fabricantes la abastecen de quesos artesanales; el otro se lo entrega el repartidor de una quesería de Tepatitlán. Uno de los quesos industrializados es el de la marca Navarro, muy conocida, que es elaborado con leche pasteurizada; el otro es un queso procesado con grasa vegetal. Cada tipo de queso tiene una franja de mercado bien definido: los quesos artesanales, en especial la adobera y el

queso fresco o ranchero, son los más demandados por todos los clientes, tanto que, en ocasiones, cuando se agotan, no se puede conseguir más; la panela y el requesón se venden menos y sus niveles de ventas son similares a las de los quesos pasteurizados.

El queso industrializado de leche pura es comprado por gente de mayor poder adquisitivo. El queso industrializado con grasa vegetal se vende en dos presentaciones: blanco y amarillo para fundir. Lo adquieren personas de escasos recursos para los lonches escolares de niños. La crema natural tiene mucha demanda, la que doña Sarita vende se elabora con leche sin pasteurizar y llega a vender 20 litros semanales. Además, suele tener entre tres y cinco vasitos de marcas comerciales.

Doña Pachita, de 53 años, es originaria de Tepatitlán. Desde el año 2000 compra quesos sin pasteurizar en queserías tradicionales y luego los vende casa por casa. Inicialmente, solo vendía en fraccionamientos alejados del centro de la ciudad de Tepatitlán, pero ha ampliado su espacio de negocio: ahora abastece a clientas en oficinas y locales comerciales del centro, en fraccionamientos y colonias de reciente creación, donde todavía escasean las tiendas y dos días a la semana sale a vender al municipio vecino de Jalostotitlán. Hasta 2013 hizo sus recorridos a pie, pero en ese año su esposo se sumó a la venta de quesos y desde entonces se trasladan en su vehículo. Con los ingresos que perciben cubren todos los gastos familiares.

En general, señalan los abarroteros, se venden veinte quesos artesanales por uno industrializado. Los más demandados son los quesos chicos o el adobera en rebanadas por tres razones: los hogares son cada vez más pequeños; la situación económica de muchos es precaria; y porque los médicos han recomendado a la población reducir el consumo de lácteos por su alto contenido de grasa.

Una actividad generalizada que representa una excelente venta de lácteos en las tiendas de abarrotes es la elaboración de lonches y sándwiches, sobre todo en los establecimientos que están cerca de escuelas, centros de trabajo, hospitales y cruces de caminos. Esos lonches de quesos y crema artesanales son muy apreciados en las tiendas de abarrotes de Guadala-

jara, Tepatitlán y Nochistlán, tanto que en muchos casos han llegado a convertirse en la principal fuente de ingresos de las misceláneas (Arias, Sánchez y Muñoz, 2015).

Conclusiones

Los lácteos a la manera alteña

A diferencia de los quesos parmesano y Cotija, en torno a los cuales se han asociado productores, académicos y Gobiernos locales, entre los productores de queso artesanal de la región JalZac no existe algo similar (Barragán López y Huitzilihuitl Ovando, 2015; Barragán López, 2015; Ligabue *et al.*, 2007; Fanfani, 1994). Entre los alteños la asociación y cooperación no son frecuentes.

Otra diferencia con el queso Cotija es que este último era elaborado por hombres, en tanto que el queso ranchero de la región JalZac, desde que se tienen noticias, lo han hecho las mujeres. Los rancheros de la parte colindante entre Jalisco y Michoacán (JalMich) se vieron en la necesidad de buscar la manera de preservar la leche que sus vacas producían en temporada de lluvias, porque pastaban sus rebaños en agostaderos de temporal, lejos de sus hogares. Por tal motivo, ellos mismos fabricaban el queso y lo almacenaban en cuevas desde que iniciaba el pastoreo, en los primeros meses de lluvia, hasta que terminaba la temporada, por lo general, entre los meses de julio a octubre (Barragán López, 1990).

En cambio, en JalZac los agostaderos, también de temporal, eran de extensiones pequeñas, junto a las tierras de siembra y las habitaciones de los rancheros y sus familias, por lo que la ordeña se realizaba en los corrales anexos. La leche se llevaba a la casa y eran las mujeres las que se encargaban de la elaboración de quesos. En JalZac los hombres incursionaron en la fabricación o la comercialización de quesos cuando se dieron cuenta de que se podía vivir de esa actividad, es decir, que podía convertirse en la base del sustento de sus hogares. Como se muestra en este artículo, la actividad quesera permitió que los hombres dejaran de ser agricultores y de migrar a Estados Unidos, les permitió insertarse en una actividad por

cuenta propia cuando migraron de los ranchos a las ciudades de la región. De esa manera, ellos se apropiaron de los saberes y redes femeninas asociados a la elaboración de quesos.

En el negocio de los lácteos en JalZac existen desde consorcios transnacionales, nacionales y regionales hasta asociaciones de productores que operan con procesos altamente tecnificados, tienen acceso a financiamientos y han desarrollado cadenas de distribución perfectamente estructuradas. Pero persisten fabricantes, en especial mujeres, que se mantienen como pequeñas fabricantes: son micro y pequeñas productoras que procesan una enorme cantidad de insumos dispersos y elaboran una gran variedad de productos lácteos, en especial, quesos, que, a través de redes de distribución combinadas, llegan a lugares cercanos y lejanos.

Aunque, las redes de distribución son creadas de manera individual y son muy diversas, al final, resultan bastante similares. Entre los productores de queso artesanal de JalZac no encontramos iniciativas ni proyectos colectivos, tampoco que recurran a programas o préstamos gubernamentales para sus negocios lecheros. Lo que se advierte es el ahorro, la capitalización paulatina, la reinversión de utilidades y el trabajo personal y familiar arduo que no se retribuye de manera directa, pero se convierte en un apoyo crucial para los negocios o educación de los hijos e hijas.

Un problema común de los productores de quesos artesanales es la pasteurización. La Norma Oficial Mexicana NOM-243-SSAI-2010 exige que todo el queso que se produzca en territorio nacional se elabore con leche pasteurizada. En la realidad la norma no se ha cumplido. En lugar de reconocer la tradición, riqueza cultural y gastronómica de los quesos artesanales y buscar la manera de mejorar la calidad y eliminar los factores de riesgo sanitario, la prohibición se plasma en amenazas y multas a los productores.

Por contraste, en los últimos años, el crecimiento del mercado de la nostalgia y el interés por la producción artesanal asociada a territorios específicos con atributos particulares han redimensionado y valorizado los quesos y productos lácteos de JalZac, región de antigua tradición leche-

ra (Domínguez-López *et al.*, 2011; Cervantes *et al.*, 2006; Bueno y Aguilar, 2003).

En la actualidad, el más dinámico es el mercado de la nostalgia, cuya función es abastecer a migrantes, internos e internacionales, con productos con fuertes reminiscencias de un pasado idealizado de sus lugares de origen, es decir, de productos que además de sabores, colores y texturas anclados en la memoria, tienen una carga cultural, emocional y simbólica (Romero Vivar y Monterde Valenzuela, 2014; CEPAL, 2003). Gracias al cambio de patrón migratorio entre México y Estados Unidos, es decir, el establecimiento a largo plazo de los migrantes en los lugares de destino (Durand y Massey, 2003), los migrantes que no van a regresar a vivir a sus localidades, como sucedía antes, se han convertido en una gran oportunidad de negocios. Uno de los productos más valorados en el mercado de la nostalgia en Estados Unidos es el de los quesos mexicanos (González Córdova *et al.*, 2016), pero también entre los migrantes internos, los alteños y sus descendientes, que viven en diferentes ciudades y localidades de todo el país y añoran los quesos de sus terruños. Los migrantes, como se ha visto, se han convertido en grandes consumidores de quesos cuando visitan sus lugares de origen.

Así, el mercado de la nostalgia se ha convertido en una oportunidad de negocios que ha dado lugar al surgimiento de un sector de comerciantes dedicados a atenderlo. Se trata de comerciantes que, en sus camionetas, viajan hasta Estados Unidos llevando y trayendo productos, y que se trasladan a las zonas metropolitanas a abastecer a las tiendas de abarrotes que se instalan siguiendo los desplazamientos de la población hacia nuevos asentamientos y lugares de trabajo. En sus visitas a sus lugares de origen, los migrantes que son dueños de tiendas de abarrotes reciben los pedidos de quesos, lácteos y otros productos que llevan a vender a sus establecimientos en las ciudades.

Aunque las tiendas de abarrotes son la principal vía de venta de los quesos, se ha dinamizado su venta en cremerías, tortillerías, carnicerías y fruterías, donde la clientela acude de manera cotidiana en busca no solo de productos, sino de alimentos semipreparados o fáciles de procesar. Es

cada vez más frecuente que las carnicerías, además de carne, vendan tortillas, frijoles, salsas y nopales preparados, arroz y quesos, que ayudan a armar rápidos menús domésticos. Muchos establecimientos comerciales reciben quesos artesanales y lácteos de tal o cual rancho, localidad o pueblo, por lo cual llegan a ser muy reconocidos. Para la clientela representa comodidad, ahorro de tiempo y buenos precios. La demanda, expansión y variedad de sistemas de comercialización y ventas garantizan la persistencia de la producción de quesos artesanales en JalZac.

Sin embargo, hay que dar cuenta de algunos cambios. Se ha modificado la articulación entre la producción de leche y la fabricación de lácteos en los ranchos que predominó en JalZac hasta la década de 1970. La leche se producía en los ranchos donde se criaba ganado de doble propósito — carne y leche—, y la fabricación de quesos era la manera de aprovechar los excedentes de leche de las ordeñas domésticas, tanto para consumo de los hogares como, en menor medida, para la venta. En la actualidad, las y los que han incursionado en la producción de queso artesanal viven en las ciudades, ya no dependen del abasto familiar de leche y se han concentrado en la fabricación de quesos. Cuando una pequeña empresa empieza a prosperar, tiende a abandonar la ordeña doméstica y comprar la materia prima a otros productores. Esto tiene que ver, conforme se ha señalado, con que el éxito de una fabricante de quesos suele llevar a que se integren al negocio el marido y otros familiares, y este se convierta en la base del sustento económico de varios hogares.

Como se ha mostrado, en JalZac hubo un proceso de reincorporación de mujeres a la producción de quesos. Si bien esta forma parte de una muy antigua tradición laboral femenina, hubo una generación de mujeres que dejó de hacerlos. Al parecer, tuvo que ver con el surgimiento de otras opciones de empleo en la región: granjas avícolas y porcícolas e industria de la confección (Arias, Sánchez y Muñoz, 2015, 2019). Pero la revalorización de los productos artesanales y el creciente mercado de la nostalgia hicieron que las mujeres que conocían el oficio retomaran la producción de quesos.

No obstante, la permanencia de ellas en el negocio se ve afectada por la edad, salud y modificaciones en sus condiciones domésticas. Las productoras ancianas, aunque les vaya bien, son reacias a modificar sus maneras tradicionales de trabajar y, ante cualquier cambio en sus hogares o vicisitud en el negocio, prefieren abandonar la producción. Las jóvenes, por su parte, se muestran poco interesadas en continuar con el oficio y negocio de sus madres queseras. Para las jóvenes, la quesería no es valorada en términos sociales y existen otras actividades y empleos que les resultan más atractivos, aunque no sean tan rentables.

Referencias

- Arias, Patricia, Sánchez, Imelda y Muñoz, Martha. (2019). Debajo del radar. Los trabajos femeninos en los Altos de Jalisco. *Carta Económica Regional*, vol. 123, núm. 31, pp. 5-34.
- Arias, Patricia, Sánchez, Imelda y Muñoz, Martha. (2015). *Quehaceres y obras. El trabajo femenino en los Altos de Jalisco*. Guadalajara: Arquitectónica.
- Barragán López, Esteban. (1990). *Más allá de los caminos. Los rancheros del Potrero de Herrera*. Zamora: El Colegio de Michoacán.
- Barragán López, Esteban. (2015). Las denominaciones de origen en México. El queso Cotija: entre confiscación y valorización patrimoniales. *Carta Económica Regional*, vol. 27, núm. 115, pp. 114-135.
- Barragán López, Esteban y Huitzilihuitl Ovando, Pedro. (2015). *Gestión cultural de un producto artesanal. Queso Cotija región de origen*. Ponencia presentada en el 2.º Encuentro Nacional de Gestión Cultural, en Tlaquepaque, Jalisco, México.
- Bueno, Carmen y Aguilar, Encarnación (coords.). (2003). *Las expresiones locales de la globalización: México y España*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana, Miguel Ángel Porrúa.
- Cervantes Escoto, Fernando. (2001). *Modernización de la ganadería lechera familiar en los Altos de Jalisco. Problemática y perspectivas*. Tesis de Doctorado. Chapingo: Universidad Autónoma Chapingo. Recuperación.

- da de <<http://ciestaam.edu.mx/tesis/modernizacion-la-ganaderia-lechera-familiar-en-los-altos-jalisco-problematica-perspectivas>>.
- Cervantes, Fernando, Villegas de Gante, Abraham, Cesín, Alfredo y Espinoza, Angélica. (2006). *Los quesos mexicanos genuinos: un saber hacer que se debe rescatar y preservar*. Trabajo presentado en III Congreso Internacional de la Red *SIAL* “Alimentación y Territorios”, en Baeza, Jaen, España. Recuperado de <http://lactodata.info/docs/lib/escoto_cervantes_los_quesos_mexicanos_2006.pdf>.
- Comisión Económica Para América Latina y el Caribe. (2003). *Pequeñas empresas, productos étnicos y de nostalgia: oportunidades en el mercado internacional los casos de el salvador y México*. Ciudad de México: Naciones Unidas. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4931/so43182_es.pdf?sequence=1&isallowed=y>.
- Domínguez-López, Aurelio, Villanueva-Carvajal, Adriana, Arriaga-Jordán, Carlos y Espinoza-Ortega, Angélica. (2011). Alimentos artesanales y tradicionales: el queso Oaxaca como un caso de estudio del Centro de México. *Estudios Sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, vol. 19, núm. 38, pp. 166-193.
- Durand, Jorge y S. Massey, Douglas. (2009). *Clandestinos*. Zacatecas: Universidad Autónoma de Zacatecas, Miguel Ángel Porrúa.
- Espinoza-Ortega, Angélica, Álvarez-Macías, Adolfo, del Valle, María del Carmen y Chauvete, Michelle. (2005). La economía de los sistemas campesinos de producción de leche en el Estado de México. *Técnica Pecuaria en México*, vol. 43, núm. 1, pp. 39-56.
- Fanfani, Roberto. (1994). Agricultural change and agro-food Districts in Italy. En Symes, David y Jansen, Anton J. (eds.), *Agricultural restructuring and rural change in Europe* (pp. 87-99). Wageningen: Agricultural University.
- Icazuriaga Montes, Carmen. (1977). La ciudad de Tepatitlán: su origen y desarrollo como centro urbano. *Controversia*, vol. 1, núm. 3, pp. 22-46.
- Icazuriaga Montes, Carmen. (2002). *La ciudad y el campo en Tepatitlán*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

- Ligabue, Loredana, Vetturini, Bárbara y Venacio, Leandro. (2007). El desarrollo de los distritos industriales en la Región Emilia-Romagna (Italia): Políticas de apoyo que explican el desarrollo de la pequeña y mediana empresa. Lecciones de un proyecto nacido “desde abajo”. *Revista OIDLES*, vol. 1, núm. 1. Recuperado de <<http://www.eumed.net/rev/oidles/01/Ligabue.htm>>.
- Secretaría de Gobernación. (2010). Norma Oficial Mexicana NOM-243-SSA1-2010, Productos y servicios. Leche, formula láctea, producto lácteo combinado y derivados lácteos. Disposición y especificaciones sanitarias. Métodos de Prueba. *Diario Oficial de la Federación*. Recuperada de <http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5160755&fecha=27/09/2010>.
- Olmos Colmeneros, José de Jesús, Ramírez Vega, Humberto, Heredia Nava, Darwin y Gómez Rodríguez, Víctor Manuel. (2017). Retos y oportunidades para los sistemas de producción de leche de la región Altos de Jalisco. En Leal Moya, Irma Leticia (coord.), *Diagnóstico de la Región Altos Sur de Jalisco* (pp. 337-346). Guadalajara: Centro Universitario de los Altos.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe. (1996). Sólo es cuestión de calidad: Leche y globalización en los Altos de las últimas décadas. En González, Cándido (coord.), *Los Altos de Jalisco al fin de siglo* (pp. 127-136). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Romero Vivar, Natalia Guadalupe y Monteverde Valenzuela, María de los Ángeles. (2014). El mercado de la nostalgia: una oportunidad de exportación para las empresas familiares del municipio de Hermosillo, Sonora México. *Global Conference on Business and Finance Proceeding*, vol. 9, núm. 2, pp. 737-747.
- Sánchez Almanza, Adolfo. (1994). *El Centro Occidente de México, desarrollo regional, economía y política*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Vázquez Valencia, Roberto y Aguilar Benítez, Ismael. (2010). Organizaciones lecheras en los Altos Sur de Jalisco: un análisis de las interacciones productivas. *Región y sociedad*, vol. 22, núm. 48, pp. 113-144.