

arbórea en los eucaliptales provenientes de consorcios o convenios rescindidos. La ayuda puede ser de hasta el 75 % de la inversión en terrenos de la Red Natura 2000 y de hasta el 60 % en el resto.

En los terrenos públicos, la administración forestal ya ha iniciado la transformación de los eucaliptares, al ritmo que las posibilidades presupuestarias y condiciones del monte le permiten, habiéndose acometido hasta la fecha unas 4.600 ha.

5.2. Superficie forestal gestionada por los particulares

Como hemos visto, supera el 90% de la superficie forestal regional. Las normativas vigentes confieren a la administración un papel de control, supervisión y regulación de la gestión de los propietarios. Así, por ejemplo, la administración forestal autoriza los aprovechamientos forestales (cortas, podas, descorches, etc.), e informa los desbroces, y los cambios de cultivo.

En los últimos años se ha puesto en marcha una línea de ayudas a la gestión de estos particulares, popularmente conocida como "Subprograma II", y que en el recién iniciado programa operativo tiene continuidad, regulado a nivel autonómico por el mencionado Decreto 66/2001.

Las actuaciones que serán objeto de ayuda son: repoblaciones, restauraciones de la cubierta y apoyo a la regeneración natural; tratamientos selvícolas, incluidas las actuaciones lineales de prevención de incendios; transformaciones de eucaliptales rescindidos; plantaciones de especies de crecimiento rápido; obras de infraestructura preventiva contra incendios; redacción de proyectos y planes técnicos de ordenación y, por último, medidas de sensibilización y divulgación de técnicas forestales.

La cuantía de las ayudas varía según el tipo de actuación y según la localización del terreno, incrementándose si éste se ubica en terrenos de la Red Natura 2000 o si los trabajos se recogen en planes de ordenación aprobados por la administración.

14. POSICIONAMIENTO PARA CONSUMIDORES Y DETALLISTAS DE LOS PRINCIPALES TIPOS DE QUESOS

*Francisco Javier Mesías Díaz
Antonio Rodríguez de Ledesma
Miguel Escribano Sánchez
Francisco Pulido García*

1. INTRODUCCIÓN

La producción mundial de queso, según datos de la FAO, fue en el año 2000 de 15,8 millones de toneladas y la comunitaria de 6,4 millones de toneladas (41 % del total mundial). A la UE correspondió más del 77% de las exportaciones, dominando pues el mercado internacional de queso. En la UE destacan Francia y Alemania, que ocupan la primera y segunda posición con un 26 y 24%, respectivamente. La producción española de queso se situó entre 250.000 y 270.000 toneladas anuales.

El consumo de quesos ha mostrado una tendencia ascendente desde comienzos de la década de los ochenta. No obstante, países con fuerte tradición en el consumo de productos lácteos, como Francia, presentan incrementos en el consumo de quesos, incluso desde los años sesenta, aspecto éste que también se ha constatado en España. El mayor aumento en el consumo de quesos se ha registrado en los países de elevado nivel de consumo, aunque Portugal, cuyo consumo era de los más bajos de Europa, lo ha incrementado desde su adhesión a la UE. La expansión de la demanda de queso ha dado lugar al desarrollo y a la producción de quesos de imitación, comercializándose, con cierto éxito, productos similares a los quesos, quesos compuestos y quesos de imitación como ingredientes para hacer pizzas y para otros usos culinarios.

El consumo de queso en España se situó en 1998, según el MAPA, en 6,2 kg/habitante y año, de los que 2,2 kg corresponden a quesos curados y semicurados; 1,7

a frescos y 2,3 a otros tipos. De esa cifra el 87% se consumió en los hogares, el 12% en establecimientos de hostelería y restauración y el 1% en instituciones.

El cuadro 1 refleja la evolución del consumo total de queso en España entre 1992 y 1998 por tipos de queso y muestra cómo el gusto del consumidor de quesos ha ido variando en los últimos años, pues mientras el consumo de queso fresco ha aumentado, el de quesos curados y semicurados ha disminuido. Esto coincide con estudios que señalan que los consumidores se inclinan por productos con menor contenido en grasa. En los hogares tiene más importancia el consumo de queso fresco, que no tiene casi presencia en hostelería, mientras que los quesos fundidos ceden en las compras de los hogares a favor de las extracomunitarias.

CUADRO 1: Evolución del consumo de queso en España en el período 1992-1998 (millones de kg)

Tipo de queso	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Frescos	65,9	57,5	59,3	61,2	63,4	61,6	67,3
Curados y semicurados	166,6	210,6	215,8	200,0	190,8	172,3	178,7
TOTAL QUESOS	232,5	268,1	275,1	261,2	254,2	233,9	246,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de "La alimentación en España" (MAPA)

La elaboración de quesos en Extremadura se realiza, principalmente, a partir de la leche de cabra y de oveja, ya que los de vaca no tienen casi significación en la producción de quesos. Al igual que a nivel nacional, la totalidad de la producción de leche de oveja se destina a la elaboración de quesos y, aproximadamente, el 90% de la de cabra.

Dada la importancia de los quesos de cabra en la producción total de queso de Extremadura, es destacable indicar el constatado aumento en la demanda de los quesos de cabra en la UE y en Estados Unidos. El queso de cabra ha incrementado sus ventas a expensas de otros tipos de quesos, particularmente los de mezcla de cabra y vaca, beneficiándose además de unos precios relativamente bajos. Por ejemplo, en Francia entre 1986 y 1996 el consumo aumentó un 35%, siendo el tipo de queso que más incrementó su producción, muy por encima de los quesos de vaca y de oveja. Esto se debe a la percepción del consumidor de que son quesos naturales y ecológicos, a la creciente demanda de "especialidades alimenticias" y comidas ecológicas (u orgánicas en la terminología anglosajona), con las que se identifica a los quesos de cabra y a la desconfianza por parte de algunos consumidores hacia los quesos de vaca.

El futuro de la producción quesera en Extremadura gira, sin lugar a dudas, sobre los elaborados con leches de cabra y de oveja. A pesar de que los quesos producidos con leches de dichas especies ganaderas tienen merecido reconocimiento por su calidad, a los efectos de situar la importancia económica de cada subsector, no conviene olvidar que la producción de leche de cabra es en Extremadura más de siete veces superior a la de oveja. Tampoco debería dejarse de lado la posibilidad de elaborar otros derivados lácteos de leche de oveja y de cabra, en función de las demandas del mercado.

Las producciones de calidad, y más aún si son de carácter natural y exentas de residuos químicos, tienen buenas perspectivas de futuro, por la favorable evolución de su demanda en los países desarrollados. Los quesos artesanos extremeños pueden aprovechar estas expectativas, siempre que se respeten las normas higiénico-sanitarias vigentes, así como que se mejoren y se amplíen las condiciones de su comercialización.

Los productos extremeños tradicionales se han consolidado, en parte, mediante el reconocimiento de sus particularidades y tipismo, accediendo a Denominaciones de Origen (Serena, Ibores o Casar). Otros, por el contrario, se encuentran en retroceso o en casi desaparición, como los de Gata-Hurdes, Quesaillas o Castilblanco.

En este trabajo se realiza un estudio del posicionamiento de los quesos extremeños utilizando el análisis factorial. Con ello se consigue ver la posición relativa de determinados tipos de quesos extremeños frente a algunos de sus competidores españoles y europeos, en función de ciertas variables.

Los datos utilizados proceden del Proyecto de Investigación nº SC94-062 "El mercado de los quesos extremeños: comercialización y consumo", del Programa Sectorial I+D Agrario y Alimentario del MAPA. El muestreo fue realizado a 215 detallistas y a 860 consumidores extremeños, con un error final para proporciones medias del 6,45% y del 3,34%, respectivamente, para un nivel de confianza del 95%.

En los cuadros 2 y 3 se relacionan los tipos de quesos y los atributos.

CUADRO 2: Tipos de quesos utilizados en el posicionamiento

- Ibores (IB)	- Manchego (MA)
- La Vera (LV)	- Gruyer (GR)
- Serena (SE)	- Cabrales (CB)
- Acehuche (AC)	- Camembert (CA)
- Tortas del Casar (TC)	- Queso de Burgos (QB)
- Hurdes (HU)	- Bola (BO)
- Quesailla (QE)	

CUADRO 3: Atributos para tipos de quesos

- Es natural (nt)	- Muy artificial (ar)
- Es barato (ba)	- Bastante caro (cr)
- Muy buen sabor (bs)	- No buen sabor (ns)
- Consumo ocasional (co)	- Consumo diario (cd)
- Es suave (su)	- Es muy fuerte (fu)
- Queso artesano (qa)	

2. POSICIONAMIENTO DE LOS TIPOS DE QUESO POR LOS CONSUMIDORES

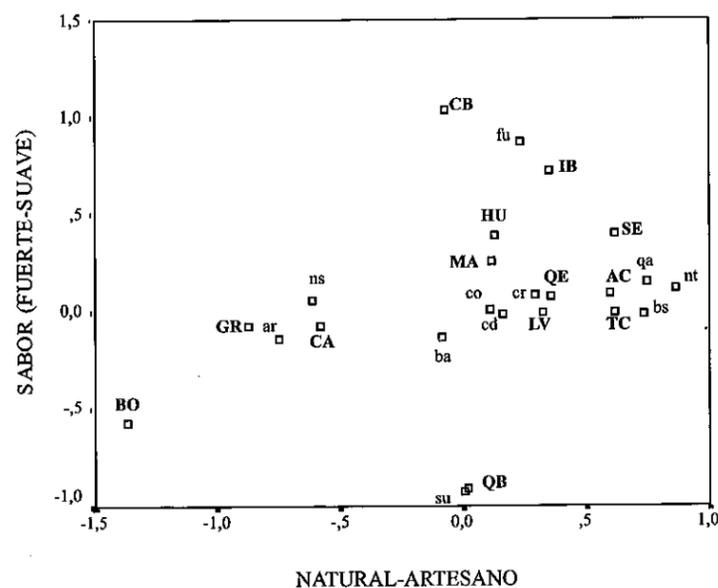
Para los tipos de quesos que aparecen en el cuadro 2, se pidió a los encuestados que indicaran si lo conocían y si lo habían comprado alguna vez. Si lo habían compra-

do alguna vez, debían puntuar del 0 al 10 cada uno de los atributos del cuadro 3, en función de que estuvieran de acuerdo o en desacuerdo con la asociación de dicho atributo con cada tipo de queso.

El conjunto de estos datos se ha utilizado para realizar un análisis factorial, con el que se obtuvo un mapa de posicionamiento de los diversos tipos de quesos, utilizando como ejes los factores resultantes del análisis factorial y como coordenadas para situar cada tipo, las puntuaciones que del mencionado análisis se dan a cada factor.

A continuación se representan las puntuaciones de forma gráfica, que constituirán los mapas de posicionamiento. En el gráfico 1 se reflejan los datos de las puntuaciones de cada variable para los dos factores principales NATURAL-ARTESANO y SABOR (suave-fuerte) y la de los distintos tipos de quesos estudiados.

GRÁFICO 1: Mapa de posicionamiento de consumidores para tipos de quesos NATURAL-ARTESANO/SABOR



Uno de los primeros aspectos que llaman la atención de este gráfico es la buena definición de los ejes en función de los atributos: en la zona central y en vertical fuerte (+) y suave (-) forman el eje Y, mientras que en horizontal el eje X viene dado por artificial y no buen sabor (-) y por queso artesano, buen sabor y natural.

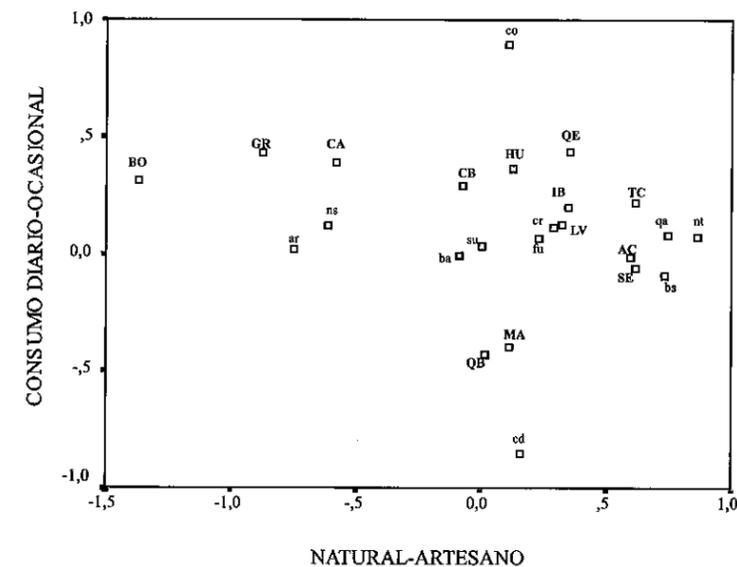
Esta buena definición de los ejes se observa también con los tipos de quesos: Cabrales y Queso de Burgos son prácticamente coincidentes con fuerte y suave, respectivamente. Con relación al sabor, los quesos extremeños estudiados -a excepción del queso de los Ibores, considerado como un queso fuerte- están en la zona central o un poco hacia la zona de los quesos fuertes.

Por lo que respecta al factor "NATURAL-ARTESANO", un primer aspecto curioso de este gráfico es que los tres tipos de queso no españoles incluidos en el posiciona-

miento (Bola, Camembert y Gruyer), son los que se encuentran más claramente definidos como quesos artificiales y con mal sabor, frente a Tortas del Casar, Acehuche y Serena que definirían, a juicio de los encuestados, lo que es un queso artesano, con buen sabor y natural. En el término medio aparecen tanto otros quesos extremeños (La Vera, Hurdes), como de fuera de la región (Cabrales, Queso de Burgos o Queso Manchego).

Dado que en este análisis se han obtenido 4 factores, de los que tan sólo el primero (natural-artesano) tiene fuerte significación, mientras que los otros tres explican porcentajes similares de la varianza (entre un 10 y un 15 %), puede ser de interés su representación, por ello se presentan a continuación los gráficos 2. (NATURAL-ARTESANO/CONSUMO DIARIO-OCASIONAL) y 3. (NATURAL-ARTESANO/PRECIO).

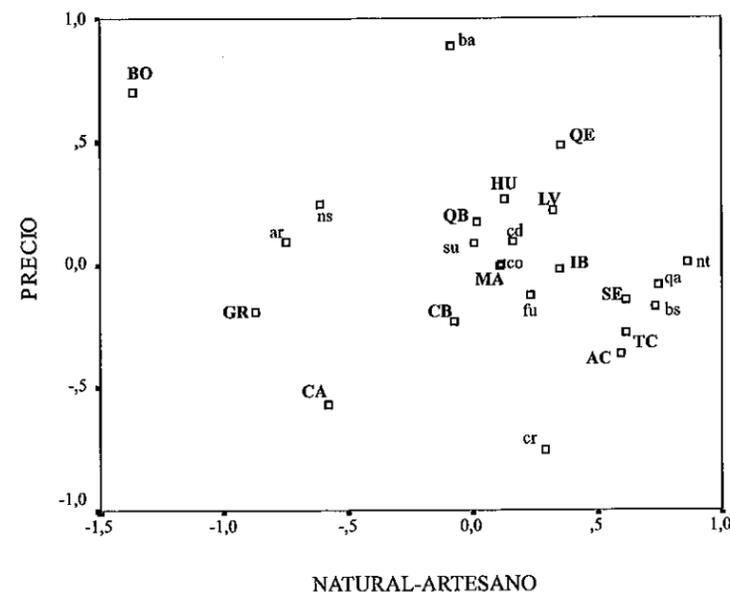
GRÁFICO 2: Mapa de posicionamiento de consumidores para tipos de quesos NATURAL-ARTESANO/CONSUMO DIARIO-OCASIONAL



En el gráfico de posicionamiento 2 (NATURAL-ARTESANO/CONSUMO OCASIONAL-DIARIO) se encuentran dos tipos de quesos claramente percibidos como de consumo diario: Queso de Burgos y Manchego. En el extremo opuesto se encuentran los quesos de origen no español y algunos de los extremeños menos conocidos, como las Quesailas y el Queso de Hurdes. El resto se encuentran en la zona media. Estos resultados pueden indicar que la percepción de un queso como de consumo diario u ocasional viene dada, en gran medida, por el grado de conocimiento que del mismo tenga el consumidor. Así, tipos peor situados en relación con la calidad pero muy conocidos son los mejor situados en consumo diario.

Finalmente, por lo que respecta al precio, tipos de quesos extremeños mejor situados en calidad son percibidos como quesos caros, mientras que otro núcleo en el que se incluyen las Quesailas, Queso de Hurdes y Queso de la Vera se situarían en la zona de

GRÁFICO 3: Mapa de posicionamiento de consumidores para tipos de quesos NATURAL-ARTESANO/PRECIO



barato. Estos últimos, no obstante, probablemente deban su posición al escaso conocimiento por parte de los consumidores, al igual que pasaba con el tipo de consumo (diario-ocasional). Los quesos de consumo más frecuente (Manchego y Queso de Burgos) son percibidos a la vez como quesos baratos, lo que puede servir de pauta para aquellas empresas del sector que quieran reposicionarse.

En conjunto, puede decirse que los quesos extremeños estudiados se clasifican a efectos de este análisis en dos grupos en función del grado de conocimiento por el consumidor. Por un lado las Quesailas, Queso de Hurdes y de la Vera, poco conocidos y por ello situados generalmente en las zonas intermedias de los ejes. Y por otro lado los quesos de Ibores, Tortas del Casar, de la Serena y de Acehuche, fuertemente posicionados como productos naturales y artesanos, de sabor fuerte y bueno, caros, y por eso mismo de consumo más ocasional que diario. Estos quesos tienen un fuerte potencial que deben aprovechar, limando a la vez las "asperezas" que se derivan de su posicionamiento en el mercado.

3. POSICIONAMIENTO DE LOS TIPOS DE QUESO POR LOS DETALLISTAS

Análogamente a lo que se ha realizado para los consumidores, se presentan a continuación los análisis de posicionamiento de los tipos de quesos extremeños, obtenidos a partir de preguntas sobre tipos de quesos y atributos, incluidas en la encuesta que se llevó a cabo entre detallistas de queso de Extremadura.

Para realizar este análisis se partió de una pregunta en la que se presentaban a los detallistas los tipos de quesos recogidos en el cuadro 2, para los que se les pedía inicialmente que indicaran si lo conocían y si lo habían vendido alguna vez. Si lo habían vendido alguna vez, debían puntuar del 0 al 10 cada uno de los atributos de el cuadro 3, en función de que estuvieran de acuerdo o en desacuerdo con la asociación de dicho atributo con cada tipo de queso.

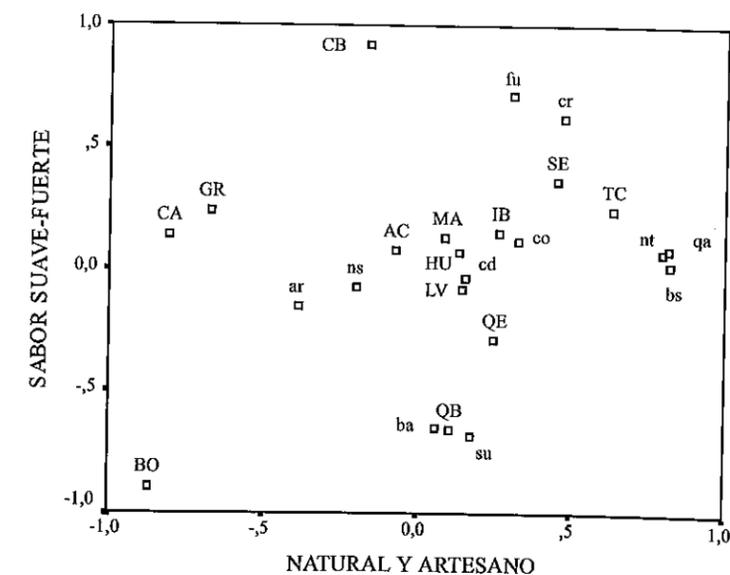
Los datos recabados fueron utilizados para realizar un análisis factorial con el fin de obtener un mapa de posicionamiento de los diversos tipos de quesos. Los ejes son los factores resultantes del análisis factorial y las coordenadas para situar cada tipo las puntuaciones que del mencionado análisis se dan a cada factor.

Se analizan conjuntamente todos los datos correspondientes a los diferentes tipos, siendo las columnas las puntuaciones a las 11 características, y las filas las respuestas de los encuestados a cada tipo. Así se obtiene una única matriz de 11 columnas x 13 veces el número de encuestados.

En los gráficos 4 y 5 se reflejan estos datos, que constituyen los mapas de posicionamiento, representándose las puntuaciones de cada variable y de los distintos tipos de queso estudiados. Se generan dos gráficos, correspondientes a los cruces del factor principal (el que explica mayor porcentaje de la varianza, es decir, natural y artesano) en abscisas, con los factores de menor carga en ordenadas: sabor fuerte-suave y consumo diario-ocasional.

La interpretación del factor producto artificial y de mal sabor, hace que este factor sea prácticamente el opuesto de natural y artesano, por lo que la representación en un gráfico de ambos daría lugar a un eje diagonal desde el punto más positivo del eje de abscisas (producto natural y artesano) hasta el punto más positivo del eje de ordenadas (producto artificial y de mal sabor). Esto no aportaría ninguna información adicional al estudio, por lo que dicho gráfico no se incluye.

GRÁFICO 4: Mapa de posicionamiento de detallistas para tipos de quesos NATURAL-ARTESANO/SABOR FUERTE-SUAVE



Para una correcta interpretación del gráfico 4 hay que indicar que el atributo sabor viene dado por "fuerte", en el lado positivo del eje de ordenadas y por "suave" en el lado negativo. En el eje de abscisas, "natural y artesano" se localizan en el lado positivo.

Los dos ejes están bien definidos, como puede apreciarse de la situación de los atributos natural (nt), artesano (qa) y buen sabor (bs) en el extremo positivo del eje de abscisas, enfrentados a artificial (ar) y no buen sabor (ns), situados sobre el mismo eje pero ya en la zona negativa. Esto es aún más claro en el caso del sabor, ya que tanto fuerte (fu) como suave (su) se encuentran prácticamente en los extremos opuestos del eje.

Algunos aspectos interesantes del gráfico 4 son el posicionamiento del Queso de Burgos como queso suave por excelencia, frente al Cabrales como queso fuerte, ambos en una zona neutra por lo que respecta a natural. Los quesos no nacionales incluidos en el estudio son claramente los peor posicionados con relación a la calidad, encontrándose en el extremo del eje de abscisas tanto el queso de Bola como los de Gruyer y Camembert.

En los tipos de quesos extremeños estudiados se detectan dos grupos. Por un lado la Torta del Casar y el queso de La Serena, posicionados como quesos naturales, artesanos y de buen sabor, aunque con tendencia hacia sabor fuerte, especialmente el de La Serena, que además es el peor posicionado de los dos en calidad. El otro grupo, que engloba a los quesos de La Vera, Ibore, Acehuche, Hurdes y Quesailas se encuentran en una zona central neutra en torno al Manchego, es decir, productos medios en calidad y en sabor.

Este mismo mapa de posicionamiento, pero en el estudio realizado a consumidores, mantenía los principales aspectos descritos anteriormente, pero se observa un mejor conocimiento de los quesos extremeños, ya que el queso de Acehuche se posiciona claramente junto a las Tortas del Casar y el queso de La Serena como queso natural, artesano y de buen sabor. Además, el queso de los Ibore también se diferencia del grupo central en torno al Manchego en el que lo sitúan los detallistas, posicionándose como un queso de calidad pero con sabor fuerte.

Con relación al gráfico 5, es de destacar la enorme dispersión que presentan los tipos de queso estudiados. Así, únicamente el Queso de Burgos aparece claramente posicionado como queso de consumo diario, frente a dos quesos extremeños, Hurdes y Quesailas, que aparecen en consumo ocasional.

Este claro posicionamiento de dos tipos de quesos poco conocidos (como demuestra su posicionamiento en otros gráficos en zonas intermedias, cercanas al queso manchego) indica, obviamente, el poco conocimiento de estos quesos, pero también que el factor consumo diario-ocasional es poco relevante para los detallistas, al ser quizás un aspecto más considerado por los consumidores.

El posicionamiento de los tipos de quesos extremeños por los detallistas ha revelado la magnífica situación con relación a la calidad que tienen las Tortas del Casar y el Queso de la Serena. Son considerados productos naturales, artesanos y con buen sabor. Por contra, los quesos de tipos no nacionales incluidos están posicionados claramente como productos de baja calidad, artificiales y de mal sabor.

GRÁFICO 5: Mapa de posicionamiento de detallistas para tipos de quesos NATURAL-ARTESANO/CONSUMO DIARIO-OCASIONAL

