



Variedad y Accesibilidad del Queso



Mantener abiertas las opciones de proveedores

Debido a que los Estados Unidos es una nación de inmigrantes, es un punto de fusión de varias culturas. Muchas compañías de queso estadounidense han heredado sus habilidades para producir queso de los inmigrantes europeos que llegaron a Norteamérica con un sueño y sus mejores recetas de queso. Así es como comenzó la industria del queso en los Estados Unidos, hace casi dos siglos. Los productores de queso comenzaron elaborando quesos comunes de sus lugares de origen como “parmesano” y “feta” (sólo por nombrar algunos), y actualmente han continuado con esas tradiciones. Estos quesos se volvieron familiares y favoritos en los Estados Unidos desde hace mucho tiempo, y desde entonces se han ganado los corazones de muchas otras naciones. Sin embargo, actualmente se está generando una situación alarmante. Los nombres de algunos de los quesos más populares hechos por estadounidenses están siendo amenazados por el intento de la Unión Europea (UE) de exigir la pertenencia absoluta de tales nombres.

¿Por qué debería importarle eso?

Bueno, estos esfuerzos europeos amenazan con limitar las opciones de proveedores a nivel mundial, incluyendo a los Estados Unidos y otros países importantes que exportan productos lácteos. Si ésto llegara a ocurrir, los compradores internacionales de queso se enfrentarían a

un ámbito restringido de proveedores futuros, generando así costos más elevados. Esto podría incluso forzar a los compradores a alterar sus relaciones de importación actuales y los negocios que han estado desarrollando. Básicamente, esto tendría ramificaciones comerciales en la participación de mercado, las ventas del negocio y las ganancias de los compradores.



¿SABÍA
QUÉ?

- Estados Unidos es el país productor y exportador de LDP más grande.
- La producción del LDP excedió 1 millón de toneladas métricas en el 2015, un 25% arriba del 2010 y al mismo nivel que 2014.
- 9 compañías de EE.UU. (arriba del 50% de los proveedores del LDP de EE.UU.) han invertido en capacidad para polvo de baja espesa.
- 5 proveedores en los Estados Unidos han invertido en una nueva planta o en una expansión de su infraestructura de leche entera en polvo.



Muchas compañías estadounidenses se han unido en un esfuerzo internacional para detener estas excesivas indicaciones geográficas protegidas, es decir, los nombres de los productos relacionados con una región geográfica particular. Estas empresas están trabajando con aliados internacionales de aproximadamente una docena de países para combatir esta amenaza a las oportunidades de suministro mundial competitivo mediante el Consorcio para Nombres Comunes de Alimentos.

Es importante para el usuario final y los importadores que ofrecen quesos, carnes y otros productos de distintos países estar al pendiente de este asunto y apoyar los esfuerzos para hacer retroceder a la UE, debido a que los clientes reconocen y confían en los nombres de sus productos favoritos. Al permitir únicamente a las compañías europeas comercializar los quesos populares u otros productos con los nombres con los que los clientes están familiarizados se generaría menos variedad y menos competencia en el mercado, por lo tanto costos más elevados y otros impactos comerciales negativos para los compradores, y finalmente para los consumidores, dado que habría una variedad más limitada de opciones de abastecimiento.

Los productores estadounidenses no se oponen al concepto de las indicaciones geográficas (IG), las cuales protegen los nombres de los productos de especialidad tales como “Parmigiano Reggiano” de Parma, Italia, o “Gouda Holland”. Pero cuando compañías con derechos a estas IG intentan extender la protección a los nombres genéricos “parmesano,” “gorgonzola,” “asiago,” y “feta”—generalmente como palabras individuales dentro de las IG—se trata claramente de un exceso que está diseñado para disminuir la competencia.

La UE ha estado trabajando agresivamente en tratados de libre comercio para ampliar protecciones de IG de manera inapropiada, y en algunos casos, desafortunadamente, ha tenido éxito. Específicamente:

- **Corea:** Los productores de queso no europeo ya no pueden vender **asiago, feta, fontina, o gorgonzola** en Corea, al menos no con estos nombres. La restricción se debe únicamente a las demandas de la UE de acuerdo con el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Corea. Esta restricción ha tenido un impacto en los importadores coreanos al reducir significativamente la cantidad de países y compañías de los que se pueden surtir estos productos.

- **Singapur:** En sus negociaciones de TLC con la UE, Singapur accedió a proteger una larga lista de IG una vez que dichos términos hubieran sido revisados por las autoridades de Singapur. Esta lista incluye quesos de los que las compañías de Singapur han generado mayor demanda, pero previamente se desarrollaron relaciones con proveedores de países no autorizados por la UE



Mantener abiertas las opciones de proveedores

Nombres de quesos comunes



Feta



Gorgonzola

No controlar los esfuerzos de cualquier grupo por “poseer” los nombres genéricos, mermará y dañará las ventas de los importadores y de los usuarios finales de muchos alimentos populares en todo el mundo.

para vender dichos productos, por lo que están en riesgo de sufrir las restricciones impuestas. Por ejemplo, los importadores de queso feta danés y australiano pueden verse forzados a encontrar proveedores griegos nuevos y más caros de este queso en caso de que Singapur accediera a proteger el queso **feta** como IG, como parte de su TLC.

- **Costa Rica:** Actualmente Costa Rica restringe el uso del queso **parmesano** sólo a productores italianos, a pesar de la antigüedad del uso de dicho término en Costa Rica, así como en cualquier otro lugar del mundo. Esta decisión ha impactado a los fabricantes locales de estos productos, quienes los han estado vendiendo en este país durante décadas, al igual que la llegada más reciente de proveedores de los Estados Unidos, lo que había ayudado a crear mayor demanda de este tipo de quesos mediante el incremento de la variedad de opciones de proveedores disponibles.

Los Estados Unidos, entre otros países, toma muy en serio el tema de la protección de nombres de alimentos comunes, en parte debido a su largo historial en la producción de muchos de estos quesos. El queso parmesano se ha producido en los Estados Unidos por más de un siglo, y las compañías estadounidenses han ganado gran cantidad de premios internacionales por sus quesos parmesano, feta y otros cuyos nombres ahora están en peligro. Los esfuerzos de la UE por restringir la competencia y las opciones de abastecimiento a nivel mundial contrastan enormemente con la tendencia global hacia mercados más abiertos y con mayor cantidad de opciones de variedad tanto para los compradores como para los consumidores.

No controlar los esfuerzos de cualquier grupo por “poseer” los nombres genéricos, mermará y dañará las ventas de cualquier producto alimenticio popular en todo el mundo. El Consejo de Exportación de Productos

Lácteos de los Estados Unidos (U.S. Dairy Export Council), representando a la industria de lácteos de los Estados Unidos, está enfocado en el impacto que esto podría tener en los mercados de queso internacionales, pero el problema tiene un riesgo particular, así como sucede con la carne, vino y otros sectores productivos:

- Muchos **productores y exportadores** se verán forzados a considerar el difícil y costoso esfuerzo de reetiquetar y cambiar la marca de los productos, afectando la capacidad de comercialización y disminuyendo el valor de sus marcas reconocidas internacionalmente, además de que se confundirá a los consumidores.

- **Los importadores y exportadores** de los quesos y marcas de quesos más importantes del mercado se encontrarán sometidos a acciones legales por importar quesos con nombres protegidos por la UE en países que no pertenecen a la UE, y perderán mercados valiosos que construyeron a través de los años para sus directivos extranjeros, y como consecuencia esto tendrá un impacto en el retorno de inversiones anteriores para la creación de marcas, así como sus ventas y ganancias actuales.

- **Los minoristas venderán** menor cantidad de sus productos favoritos y se enfrentarán a las preguntas y comentarios de los consumidores leales. Existirá menor variedad de los quesos más conocidos, y posiblemente menores márgenes de ganancia para los minoristas.

- **Los consumidores** ya no reconocerán productos que les eran familiares y estarán confundidos sobre sus productos y marcas favoritos. Habrá menos opciones en las tiendas y podrían generarse precios más elevados debido a la menor competencia dentro de una categoría de producto reconocido.





Variedad y Accesibilidad del Queso

Mantener abiertas las opciones de proveedores

¿Cómo puede ayudar Usted?

El Consorcio para Nombres Comunes de Alimentos (CCFN, por sus siglas en inglés) es una alianza independiente, internacional y no lucrativa que trabaja por detener los intentos de monopolizar los nombres (genéricos) comunes que se han vuelto parte del dominio público. El Consorcio busca fomentar la adopción de un modelo adecuado para proteger, tanto las indicaciones geográficas legítimas como los nombres de alimentos genéricos. El Consejo de Exportación de Productos Lácteos de los Estados Unidos y varias de las compañías productoras de queso más importantes de los Estados Unidos son miembros fundadores de la CCFN, junto con productores de Latinoamérica, Australia y otras regiones. Conforme los países han empezado a introducir sus políticas de IG, los productores de alimentos y minoristas de estos países se están interesando en la protección de los términos comunes.

La CCFN ha logrado con gran éxito, desde sus inicios en el 2012, hacer conciencia sobre este serio problema y actuar en contra de las amenazas para los nombres comunes.



Visite CommonFoodNames.com para conocer más acerca de la CCFN y su misión en la representación de los productores, compradores, usuarios finales y consumidores de todo el mundo.

Pedimos a las compañías relacionadas (tanto productoras como compradoras) unirse junto con la CCFN en el combate contra esta creciente amenaza a las opciones de suministro mundiales, ya sea formando parte de la CCFN o solicitando más información para facilitar la divulgación hacia sus propios gobiernos sobre esta preocupación comercial y de competencia. Cualquiera de los pasos a seguir puede iniciar comunicándose con la CCFN al correo electrónico info@commonfoodnames.com. ■

Indicaciones geográficas vs nombres genéricos



Parmigiano-Reggiano solo se produce en la región de Parma en Italia



El parmesano es un nombre genérico y se produce en varios países de todo el mundo



CONTÁCTENOS

- Para mayor información sobre esta amenaza, visite CommonFoodNames.com.
- Comuníquese con la CCFN al correo electrónico info@commonfoodnames.com para formar parte de la CCFN o solicitar más información para facilitarle la divulgación a sus propios gobiernos sobre esta preocupación comercial y de competencia.
- Los clientes también pueden comunicarse con USDEC. Para ubicar al representante de USDEC más cercano a Usted, visite ThinkUSADairy.org/global-presence.