



INSTITUTO GALEGO
DE PROMOCIÓN
ECONÓMICA

INFORME
SECTOR ALIMENTACIÓN
ESTADOS UNIDOS

Antena IGAPE Miami - Abril 2024



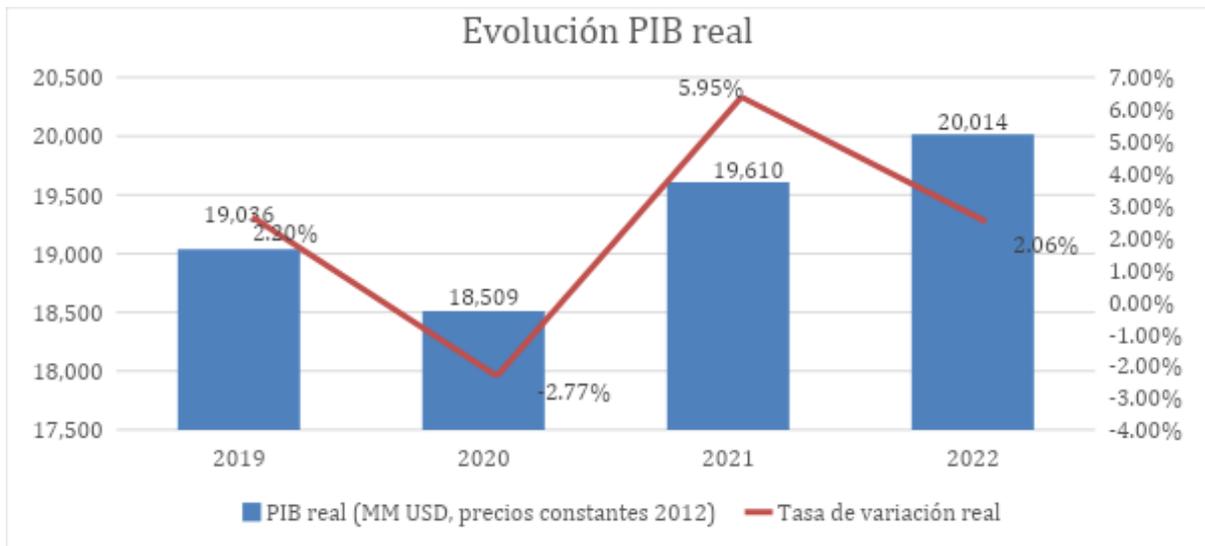
ÍNDICE

▪

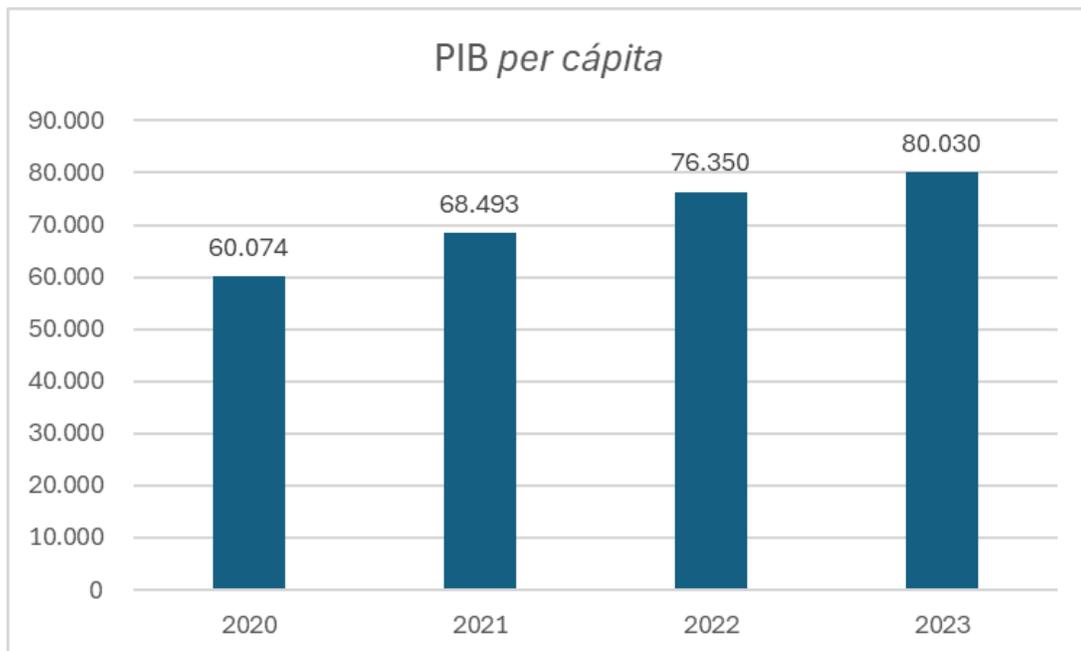
1. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ECONOMÍA ESTADOUNIDENSE	2
2. LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA GALLEGA	6
3. LEY CONTRA EL BIOTERRORISMO DE 2003	8
a. Etiquetado de productos agroalimentarios en EE. UU.	10
4. EL SECTOR DEL QUESO EN EE. UU.	14
5. EL SECTOR DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN EE. UU.	16
6. EL SECTOR DEL VINO EN EE. UU.	18
7. LA LOGÍSTICA EN EE. UU.	20
a. Importador	21
b. Distribuidor mayorista	22
c. Canal minorista	22
d. Canal HORECA	22
8. ASPECTOS REGULATORIOS MÁS IMPORTANTES DE LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS EN EE. UU.	23
a. Regulación y normativa destacada	23
9. FERIAS COMERCIALES O SECTORIALES	24
10. GRANDES EMPRESAS ESTADOUNIDENSES DEL SECTOR	25

1. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ECONOMÍA ESTADOUNIDENSE

Estados Unidos cuenta con una población de 334,8 millones de habitantes, con una renta per cápita de 80.030 USD en 2023, en Dólares corrientes. Se trata de un mercado maduro y competitivo que presenta una amplia oferta de productos, a la vez que una tradición muy consumista; el ciudadano norteamericano, con una tasa de ahorro negativa, es el que más consume del mundo. En lo referente a los datos de empleo, cuenta con un 62,3% de población activa (mayor de 15 años) y una tasa de paro del 3,4% en enero de 2023, tras haber alcanzado un 14,7% en abril del 2020¹.



Fuente: Informe Económico y Comercial. Oficina Económica y Comercial de España en Washington

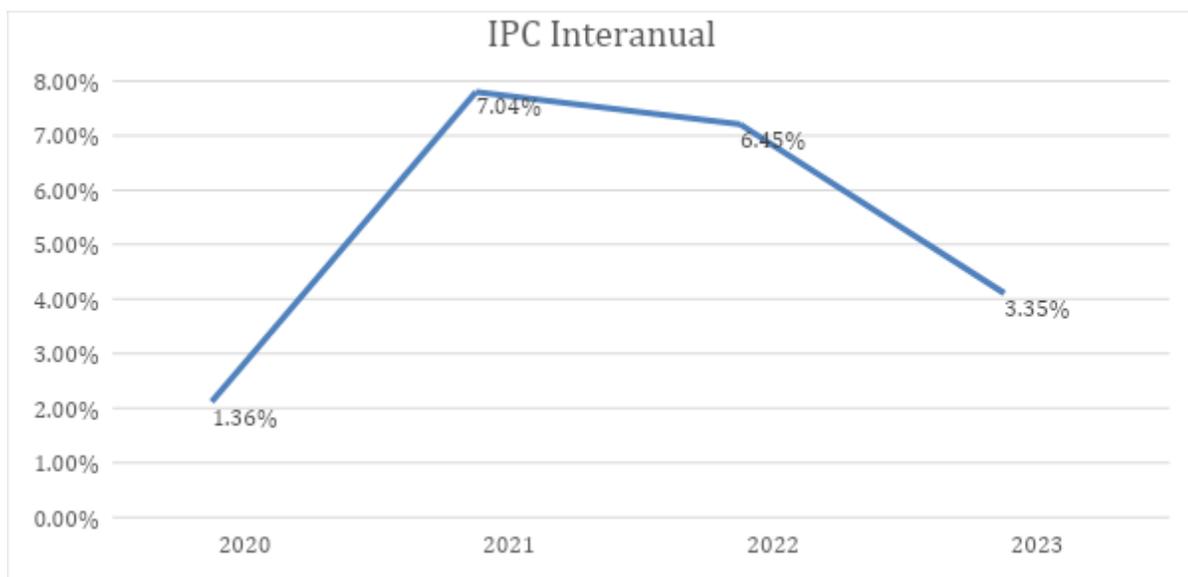


Fuente: Informe Económico y Comercial. Oficina Económica y Comercial de España en Washington

¹ Información extraída del Informe Económico y Comercial de Estados Unidos, actualizado a abril de 2023, elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Washington.

Es un mercado que presenta diversas particularidades, fruto de la composición de sus cincuenta Estados, que en ocasiones obliga a abarcar el mercado como un continente y no como un único país.

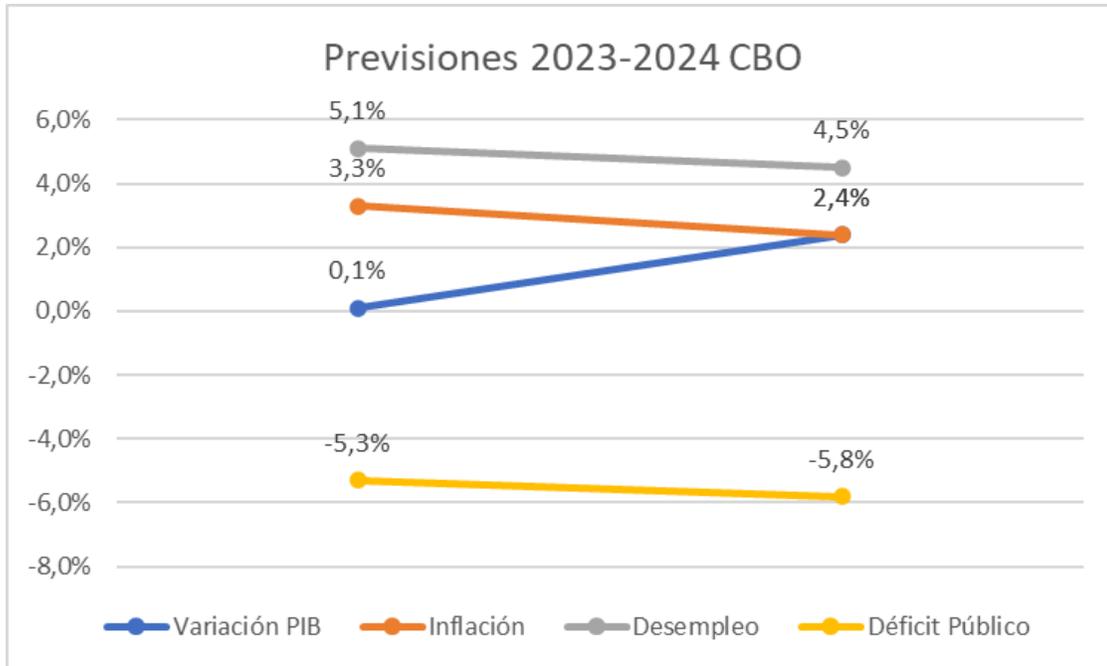
En lo que respecta al nivel de precios, la inflación sigue siendo la principal preocupación económica, aunque se está conteniendo, situándose la variación interanual en diciembre de 2022 del IPC en el 6,5%, ligeramente inferior al dato del año 2021. Sin embargo, la inflación subyacente, es decir, aquella que excluye los precios de la energía y los alimentos, repuntó respecto al año anterior. Como podemos ver en el siguiente gráfico, el IPC repuntó dramáticamente de un 1,36% hasta un 7,04% de 2020 a 2021, un 417,65% de aumento. A tenor de lo publicado por BBC World News², los atascos en las cadenas de suministro y la crisis energética son algunas de las causas que hicieron subir el precio de bienes y servicios en plena temporada de compras, siendo los precios de alimentos, gasolina, vivienda y vehículos de segunda mano los principales condicionantes de este crecimiento. Además, indica el artículo que la inflación se estaba acelerando a medida que la economía se recuperaba de los efectos de la pandemia de COVID-19, mientras aumenta el consumo de la población y persisten los cuellos de botella en las cadenas de suministro, afectando al flujo normal de los productos a nivel global.



Fuente: [Inflation.eu](https://inflation.eu)

En otro orden de cosas, el Congressional Budget Office (CBO) ha publicado en febrero de 2023 sus proyecciones macroeconómicas para los años 2023 y 2024. Entre otros, estimó un crecimiento del 0,1% del PIB para 2023, alcanzando el 2,4% en este 2024; respecto a la inflación, indicó un 3,3% para 2023, mientras que para 2024 bajaría casi un punto porcentual, hasta el 2,4%.

² Información extraída el 2 de febrero de 2024 de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-59239437>



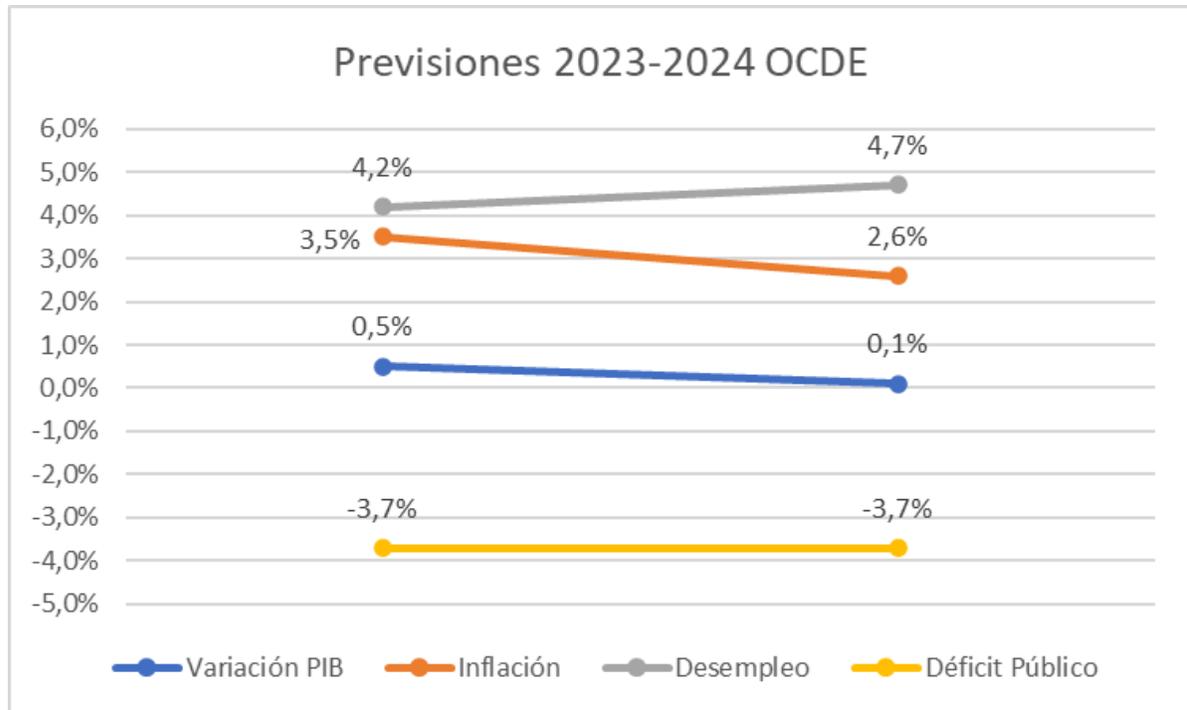
Fuente: Informe Económico y Comercial. Oficina Económica y Comercial de España en Washington

Por su parte, el Fondo Monetario Internacional (FMI) en abril de 2023, estableció unas previsiones de crecimiento del PIB del 1,6% para 2023 y de 1,1% para este año 2024, mientras que para la inflación sostuvo una previsión del 4,5% en 2023, descendiendo al 2,3% en 2024, entre otros indicadores.



Fuente: Informe Económico y Comercial. Oficina Económica y Comercial de España en Washington

Por último, en diciembre de 2022, la OCDE hizo una previsión más conservadora en lo que respecta al crecimiento del PIB, siendo del 0,5% en 2023 y 0,1% en 2024, mientras que para la inflación consideraron un 3,5% en 2023 y un 2,6% en 2024.



Fuente: Informe Económico y Comercial. Oficina Económica y Comercial de España en Washington

Por último, por hacer un breve comentario sobre el sector objeto de estudio en este informe, indica el Informe Económico y Comercial de EE. UU. previamente citado que Estados Unidos es el primer mercado mundial para productos biofarmacéuticos, con una cuota mundial estimada de un tercio, siendo al mismo tiempo el mayor mercado mundial de aparatos médicos, cuya industria está conectada con otras en las que el país norteamericano mantiene ventaja comparativa como la microelectrónica, telecomunicaciones o la propia biotecnología.

2. LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA GALLEGA

Según el informe “*Alimentación en España 2023*”, publicado por Mercasa³, el valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Galicia en 2022 alcanzó los 4.557 millones de euros, donde las producciones ganaderas (*Producción Final Ganadera, PFG*) contribuyeron con 2.940 millones de euros y las agrícolas (*Producción Final Vegetal, PFV*) con 1.558 millones de euros. Además, otras producciones y servicios aportaron cerca de 59 millones de euros. Los consumos intermedios, principalmente piensos y productos zoonosanitarios, experimentaron un aumento considerable en los precios.

La Renta Agraria de Galicia ascendió a 1.287 millones de euros, considerando los datos anteriores, subvenciones y amortizaciones. El subsector ganadero tiene un peso significativo sobre el agrícola, lo que hace que la evolución anual de la renta agraria dependa de las producciones cárnicas y lácteas.

En 2022, el sector ganadero, que representa el 60% de la PFA anual, experimentó un balance negativo debido al descenso en las producciones y al aumento de costos, a pesar de precios más altos. La producción de leche de vaca alcanzó los 2,97 millones de litros, un 1% menos que el año anterior, manteniendo a Galicia como la principal región productora en España, aportando el 41% del total nacional. Las producciones cárnicas experimentaron descensos en vacuno, aves, conejo y porcino, mientras que la carne de ovino aumentó.

En la agricultura, los precios más altos y, en muchos casos, mayores producciones, generaron un balance general positivo. La cosecha de patata aumentó un 31% y también lo hicieron algunas hortalizas como el tomate y el pimiento. La producción de kiwi aumentó un 13%, representando casi el 60% del total nacional. Sin embargo, la cosecha de castañas fue notablemente inferior, con un 41% menos que el año anterior.

En cuanto al vino, se produjeron algo más de 412.100 hectolitros, un 5% menos que en el año anterior. Las exportaciones agroalimentarias ascendieron a 4.135,6 millones de euros, representando el 6,2% del total nacional, con un aumento del 17,3% respecto al año anterior. En el caso de Galicia, el pescado fue un producto determinante en las exportaciones.

Por otro lado, siguiendo los datos de exportación publicados por el Instituto Gallego de Estadística (*IGE*), en la siguiente tabla se muestran los valores de las exportaciones a EE. UU. de los cuatro primeros apartados TARIC (*I. Animales vivos y productos del reino animal; II. Productos del reino vegetal; III. Grasas y aceites animales o vegetales, productos de su desarrollo, grasas alimenticias elaboradas y ceras de origen animal o vegetal; IV. Productos de las industrias alimenticias, bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, tabaco y sucedáneos*), el valor de las exportaciones totales al país norteamericano, así como la variación anual porcentual:

³ Puede leer el informe completo haciendo clic [aquí](#)



	2020	2021	2022	2023
APARTADO I	8.640,90	22.285,30	24.987,30	34.622,80
APARTADO II	8.003,50	13.811,10	16.884,90	16.842,90
APARTADO III	2.754,60	5.317,10	6.835,10	6.442,90
APARTADO IV	43.176,90	52.926,80	49.927,00	57.796,40
EXPORT. TOTALES	415.224,90	679.929,00	823.926,50	801.418,30
VARIACIÓN ANUAL	<i>N/A</i>	+ 63,75% vs 2020	+ 21,18% vs 2021	- 2,73% vs 2022

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos del Instituto Gallego de Estadística

Desglosando por apartados, podemos comprobar que en el caso del apartado I ha crecido exponencialmente desde 2020 hasta 2023 (*Aumento del 301%*), siendo remarcado el crecimiento interanual entre 2020 y 2021. En el caso del apartado II, el crecimiento en este período ha sido del 110%, duplicándose el valor en estos 4 años, así como en el apartado III, cuyo crecimiento ha sido del 134%. Finalmente, respecto al apartado IV, si bien el crecimiento ha sido menor (34% entre 2020 y 2023), destaca el dato de 2022, produciéndose una leve disminución en el valor de las importaciones. Este comportamiento también se ve en los datos del valor de importaciones totales, en los cuales ha ido en constante crecimiento en todo el período, salvo en el año 2023, que ha sufrido una disminución del 2,73%.

Finalmente, se debe indicar que, en 2022, la pesca fresca desembarcada alcanzó unas 146.000 toneladas en 62 lonjas, destacando especies como merluza, rape, gallo, almeja japonesa y jurel. En cuanto a la acuicultura, la producción descendió un 11,7% en volumen pero aumentó en valor hasta los 256,3 millones de euros. Los mejillones representaron más del 95% del volumen, seguidos de peces como rodaballo, lenguados y salmón.

3. LEY CONTRA EL BIOTERRORISMO DE 2003

A raíz de los atentados contra las Torres Gemelas en 2001, las autoridades estadounidenses desarrollaron una serie de normas con el objetivo de ofrecer mayor protección al consumidor estadounidense. Fruto de dicha iniciativa, nació la Ley Contra el Bioterrorismo (*FDA*), que recoge cuatro novedades con las que se pretende evitar ataques terroristas a través de la cadena alimentaria y evitar o controlar pandemias y epidemias a través de la cadena alimentaria. Estas cuatro novedades son:

- Registro de Instalaciones

La normativa requiere que todos los lugares que fabriquen, procesen, empaquen o almacenen alimentos destinados al consumo humano o animal, así como productos, subproductos, animales, vegetales y materias primas relacionadas con la preparación de alimentos que vayan a ser exportados a los Estados Unidos o que crucen en tránsito a un tercer país, deben registrarse adecuadamente.

El registro de estos establecimientos debe realizarse a través del sitio web www.fda.gov. Este proceso implica identificar los productos que se exportarán a los Estados Unidos, mencionar las marcas comerciales correspondientes y describir la actividad de los establecimientos registrados, entre otros detalles.

No se cobra ninguna tarifa por el registro según la FDA, ya que es un proceso gratuito. Tampoco se emiten certificados de registro. Aquellos que necesiten demostrar su registro pueden hacerlo mostrando el registro almacenado en su cuenta ante la FDA.

Para registrar las instalaciones, la FDA requiere que la empresa exportadora designe un agente residente en los Estados Unidos, ya sea una persona física o jurídica. Este agente actuará como intermediario entre la agencia y la empresa extranjera en caso de que la comunicación directa no sea posible. Se sugiere que este agente no tenga intereses comerciales en las transacciones en los Estados Unidos y que esté familiarizado con las regulaciones de importación del país.

- Prior Notice (Notificación previa)

El Prior Notice es un documento obligatorio que debe acompañar a los envíos de productos alimenticios a Estados Unidos, que avisará a las autoridades aduanales americanas – donde también trabajan los inspectores del FDA- de que está llegando mercancía del sector a EUA. Sin el Prior Notice, la mercancía no entrará en el país. El trámite puede ser realizado a través de la propia intranet del FDA y no tiene ningún coste, pero debe ser realizado hasta cuatro horas antes de su llegada al país. Lo más recomendable es hacer la gestión en cuánto se tenga el envío programado y toda la información necesaria. Dicha información es la siguiente:

- Razón social y dirección de la empresa exportadora de los productos alimenticios.
- Número de registro FDA de la empresa que exporta.



- Persona de contacto con e-mail y número de teléfono tanto para el exportador como para el importador.
 - Nombre del porteador [FedEx, ups etc.] O bien del agente de transportes que hará el envío a América.
 - Puerto o aeropuerto de entrada en los EE. UU. acordándose de citar también el estado.
 - “tracking number” si se envía con porte urgente o bien número de “airway bill” si se envía con porte normal.
 - Número de vuelo y compañía aérea si se envía por vía aérea o bien nombre del buque y número del viaje si se envía por vía marítima.
- Mantenimiento del Registro de Instalaciones

A pesar de que sólo se requiere de un registro por establecimiento – salvo que haya cambios sustanciales, tales como un cambio de dirección del mismo-, estos deben de ser mantenidos a lo largo del tiempo. La Ley contra Bioterrorismo establece que todos los registros de instalación deben actualizarse con periodicidad bianual, en años pares en el periodo comprendido entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre.

Así pues, salvo que haya cambios futuros, el próximo mantenimiento de dichos registros deberá realizarse de forma obligatoria entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre de 2022. La única excepción es la del registro de nuevos establecimientos en el plazo ya mencionado, pero todos aquellos registros realizados entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de 2022 también tendrán que realizar el mantenimiento de los registros antes del 31 de diciembre del año indicado. El mantenimiento de las cuentas de FDA debe realizarla el titular de esta, actualizando toda la información necesaria.

El FDA no impone tasa alguna para la actualización de los registros, pero la omisión de esta gestión dentro del plazo establecido supone la cancelación de los registros en cuestión; hecho que obliga a la realización de un nuevo registro para poder exportar los productos manipulados en la instalación registrada.

- Detención Administrativa

La FDA puede retener administrativamente los alimentos si tiene pruebas o información creíble de amenaza para personas o animales en Estados Unidos. La orden de detención exigirá el traslado de los artículos alimentarios que correspondan a una instalación segura. La detención no puede superar los 30 días y será entregada al propietario, operador o agente encargado del lugar en el que se encuentre el artículo alimentario. En el caso de que el artículo en cuestión se encuentre en un medio de transporte, se entregará copia de la orden de detención al transportador y los artículos detenidos no serán entregados a sus importadores, propietarios o destinatarios. Sin embargo, sí podría aprobarse una liberación – condicional y limitada- del artículo para destruirlo, trasladarlo a unas instalaciones seguras, mantener la integridad y calidad del producto o cualquier otro propósito que el FDA considere adecuado.

En cualquier caso, las órdenes de detención pueden ser apeladas. Para productos perecederos, el plazo del recurso es de dos días naturales a partir de la recepción de la orden de detención; para alimentos no perecederos, se deberá presentar un aviso de intención de presentar un recurso y de solicitar una audiencia dentro de un plazo de cuatro días naturales y, presentar el recurso en el plazo de diez días a partir de la recepción de la orden de detención.

La FDA está obligada a confirmar o anular la detención en un plazo de cinco días naturales a partir de la presentación del recurso y haber ofrecido la posibilidad de que se celebre una audiencia informal.

El FDA puede prohibir la importación de alimentos a aquellas personas que hayan sido culpables de un delito grave relacionado con la importación de alimentos o que se haya visto involucrada en la importación de alimentos que representen una amenaza grave para la salud o muerte de personas o animales.

a. Etiquetado de productos agroalimentarios en EE. UU.

El FDA es la autoridad responsable de garantizar que los alimentos comercializados en EUA sean seguros, se encuentren en estado saludable y estén etiquetados adecuadamente y su regulación se encuentra recogida en la Ley Federal de Alimentos, Drogas y Cosméticos (*Ley D&C*) y la Ley Justa de Empaquetado y Rotulación. Esto se aplica tanto a los alimentos elaborados a nivel nacional y a los alimentos provenientes de países extranjeros.

Hay que distinguir entre el Panel frontal (*Panel principal o PDP*). El panel frontal de la etiqueta (*PDP*) es la parte de la etiqueta del paquete que, previsiblemente, será vista por el consumidor al momento de la compra. Muchos de los envases están diseñados con dos o más superficies diferentes que permiten exhibir el PDP.

Información que debe aparecer en el panel frontal de etiquetas, PDP:

- Declaración de identidad (nombre del alimento)

El nombre establecido por la ley federal. En caso de no existir, se debe utilizar como declaración de identidad el nombre común o usual del alimento, si éste tiene uno. Los nombres de marca no se consideran declaraciones de identidad y no deben ser prominentes de manera indebida, en comparación con la declaración de identidad. 21 CFR 101.3(b) y (d)

- Declaración de la cantidad neta

La cantidad neta debe expresarse en el sistema métrico decimal (*gramos, kilogramos, mililitros, litros*) y en el sistema métrico de los Estados Unidos (*onzas, libras, onzas líquidas*).

Ejemplo: Net contents 1 gal (3.79 L)

La declaración del sistema métrico decimal puede colocarse antes o después de la declaración del sistema métrico de los Estados Unidos, o encima o debajo de ésta. Cada uno de los siguientes ejemplos es aceptable:

- Net wt 1 lb 8 oz (680g)
- Net wt 1 lb 8 oz 680 g
- 500 ml (1 pt 0.9 fl oz)
- Net contents 1 gal (3.79 L)

El tamaño mínimo de letra de la declaración de cantidad neta depende del área del PDP:

Tamaño de tipografía mínimo	Área del panel de exhibición principal: El área del PDP rectangular o cuadrado en una caja es la altura multiplicada por el ancho. Para calcular el área del PDP de un envase cilíndrico, utilice el 40% del producto de la altura multiplicado por la circunferencia. 21 CFR 101.1
1/16 pulgadas (1,6 mm)	5 pulgadas cuadradas (32 cm cuadrados) o menos
1/8 pulgadas (3,2 mm)	Más de 5 pulgadas cuadradas (32 cm cuadrados) pero no más de 25 pulgadas cuadradas (161 cm cuadrados)
3/16 pulgadas (4,8 mm)	Más de 25 pulgadas cuadradas (161 cm cuadrados) pero no más de 100 pulgadas cuadradas (645 cm cuadrados)
1/4 pulgadas (6,4 mm)	Más de 100 pulgadas cuadradas (645 cm cuadrados) pero no más de 400 pulgadas cuadradas (2580 cm cuadrados)
1/2 pulgadas (12,7 mm)	Más de 400 pulgadas cuadradas (2580 cm cuadrados)

La declaración de cantidad neta se coloca en el área inferior que ocupa el 30% del panel de exhibición principal (PDP), por lo general en renglones paralelos a la base del envase.

El panel de información es, por su parte, el panel de etiqueta ubicado a la derecha del PDP, como se exhibe al consumidor. Si no se puede utilizar este panel debido al diseño y a la construcción del paquete el panel de información será el panel a la derecha de la etiqueta más próxima.

Información que debe aparecer en el panel de información:

- Nombre y dirección del fabricante, envasador o distribuidor:

A menos que el nombre mencionado sea el del fabricante, éste debe ir acompañado de una frase calificadora que establezca la relación de la firma con el producto (por ejemplo, "Manufactured for", "Distributed by")

La dirección debe incluir:

- Nombre de la calle. El nombre de la calle puede ser omitido si aparece en una guía telefónica o en un directorio de ciudades actuales.
- La ciudad o el pueblo
- El estado o el país, si reside fuera de los Estados Unidos: For a foreign manufacturer, the statement of the place of business shall include the street address, city, country, and any applicable mailing code. The street address may be omitted if it is shown in a current city directory or telephone directory.
- El código postal (o el código de correspondencia utilizado en otros países, a excepción de los EE. UU.)

Declaración de país de origen (alimentos importados):

La declaración del país de origen debe ser visible. Si el nombre y la dirección de una firma estadounidense se declaran como responsable de la distribución del producto, la declaración del país de origen debe aparecer cerca del nombre y la dirección, y ser al menos comparable en tamaño de letra. No se acepta poner Made in Galicia o Made in the UE.

Lista de ingredientes:

La lista de ingredientes en una etiqueta de alimentos es el listado de cada ingrediente en orden descendente de predominancia.

Debe de utilizarse siempre el nombre común para los ingredientes, a menos que exista una regulación que establezca un término diferente. Por ejemplo, utilice el término "azúcar" en lugar del nombre científico "sacarosa".

El agua agregada al preparar un alimento se considera un ingrediente. Esta, debe identificarse en la lista de ingredientes y debe mencionarse en orden descendente de predominancia según el peso. Si se elimina posteriormente toda el agua agregada durante la elaboración mediante el horneado o algún otro método, no es necesario declarar el agua como ingrediente.

Cuando se agrega al alimento un conservante químico aprobado, la lista de ingredientes debe incluir el nombre común o usual del conservante, y la función de éste al incluir términos como "conservante", "para retardar la descomposición", "inhibidor de moho", "ayuda a proteger el sabor" o "para promover la conservación del color".

"INGREDIENTES: bananas secas, azúcar, sal y ácido ascórbico para promover la conservación del color".

En cuanto a los alérgenos, la ley los define como: ingrediente que forma parte de los siguientes ocho alimentos o grupos alimenticios, o un ingrediente que contiene proteínas derivadas de la leche, el huevo, el pescado, los mariscos crustáceos, nueces de árbol, cacahuets, soja y trigo.

Puede acceder a la guía completa de etiquetado en el siguiente enlace. A continuación, se muestra un modelo de etiqueta aportado por el FDA, con los cambios obligatorios desde principios de 2020 y cuyo objetivo es ofrecer mayor información, y de forma más comprensiva, al consumidor. A pesar de que los cambios fueron propuestos hace algunos años, se permitió la convivencia de ambas etiquetas en el mercado, con la intención de ofrecer un periodo de adaptación a todos los productores.



La Nueva y Mejorada Etiqueta de Información Nutricional – Cambios Clave



La Administración de Medicamentos y Alimentos de Estados Unidos ha finalizado una nueva etiqueta de Información nutricional para los alimentos envasados que le facilitará tomar decisiones informadas sobre los alimentos que apoyan una dieta saludable. La etiqueta actualizada tiene un nuevo diseño y refleja la información científica actual, incluido el vínculo entre la dieta y las enfermedades crónicas.

1. Porciones

El número de "porciones por envase" y el "tamaño de la porción" han aumentado y ahora están en letras más grandes y/o en negritas. Los tamaños de las porciones se han actualizado para reflejar lo que las personas realmente comen y beben en la actualidad. Por ejemplo, el tamaño de la porción para el helado era previamente 1/2 taza y ahora es 2/3 de taza.

También hay nuevos requisitos para ciertos tamaños de paquetes, tales como los que tienen entre una y dos porciones o son más grandes que una sola porción, pero se podrían consumir en una o varias sentadas.

2. Calorías

Las "calorías" ahora se indican en letras más grandes y en negritas.

3. Grasa

Las "calorías de la grasa" se han eliminado debido a que las investigaciones muestran que el tipo de grasa consumida es más importante que la cantidad.

4. Azúcares añadidos

Los "azúcares añadidos" en gramos y como un Porcentaje de valor diario (%VD) ahora es obligatorio en la etiqueta. Los azúcares añadidos incluyen azúcares que se agregan durante el procesamiento de los alimentos o se empaquetan como tales (por ejemplo, una bolsa de azúcar de mesa) y también incluyen azúcares

Etiqueta actual

Nutrition Facts

Serving Size 2/3 cup (55g)
Servings Per Container About 8

Amount Per Serving		Calories from Fat 72	
		% Daily Value*	
Calories	230		
Total Fat	8g	12%	
Saturated Fat	1g	5%	
Trans Fat	0g		
Cholesterol	0mg	0%	
Sodium	160mg	7%	
Total Carbohydrate	37g	12%	
Dietary Fiber	4g	16%	
Sugars	12g		
Protein	3g		
Vitamin A		10%	
Vitamin C		8%	
Calcium		20%	
Iron		45%	

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.

	Calories: 2,000	2,500
Total Fat	Less than 65g	80g
Sat Fat	Less than 20g	25g
Cholesterol	Less than 300mg	300mg
Sodium	Less than 2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate	300g	375g
Dietary Fiber	25g	30g

Etiqueta nueva

Nutrition Facts

1 **8 servings per container**
Serving size 2/3 cup (55g)

2 **Amount per serving**
Calories 230

Amount per serving		% Daily Value*	
Total Fat	8g	10%	
Saturated Fat	1g	5%	
Trans Fat	0g		
Cholesterol	0mg	0%	
Sodium	160mg	7%	
Total Carbohydrate	37g	13%	
Dietary Fiber	4g	14%	
Total Sugars	12g		
Includes 10g Added Sugars		20%	
Protein	3g		

3 **Total Fat** 8g 10%
Saturated Fat 1g 5%
Trans Fat 0g
Cholesterol 0mg 0%
Sodium 160mg 7%
Total Carbohydrate 37g 13%
Dietary Fiber 4g 14%
Total Sugars 12g
Includes 10g Added Sugars 20%

4 **Protein** 3g
5 Vitamin D 2mcg 10%
Calcium 200mg 15%
Iron 8mg 45%
Potassium 235mg 6%

6 * The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

Etapas de Transición a la Nueva Etiqueta de Información Nutricional
Compañías pueden y están imprimiendo la nueva y mejorada etiqueta de información nutricional; por lo tanto, encontrará dos versiones diferentes de dicha etiqueta. Esto significa que a nivel nacional, encontrará la etiqueta nueva en muchos productos.

de jarabes y miel y azúcares de jugos de fruta o vegetales concentrados. Los datos científicos muestran que es difícil satisfacer las necesidades de nutrientes mientras se mantiene dentro de los límites de calorías si consume más del 10 por ciento de su total de calorías diarias del azúcar añadido.

5. Nutrientes

Se ha actualizado la lista de nutrientes que son requeridos o permitidos en la etiqueta. La vitamina D y el potasio ahora son requeridos en la etiqueta, debido a que los estadounidenses no siempre consumen las cantidades recomendadas. Las vitaminas A y C ya no son requeridas, ya que las deficiencias de estas vitaminas son raras hoy en día. Se debe indicar la cantidad real (en miligramos o microgramos) además del %VD para la vitamina D, el calcio, el hierro y el potasio.

Los valores diarios para los nutrientes también se han actualizado con base en las pruebas científicas más recientes. Los valores diarios son las cantidades de referencia de los nutrientes a consumir o que no se deben exceder, y se utilizan para calcular el %VD.

6. Nota a pie de página

La nota a pie de página en la parte inferior de la etiqueta ha cambiado para explicar mejor el significado del %VD. El %VD le ayuda a entender la información nutricional en el contexto de una dieta total diaria.

Para obtener más información sobre la nueva etiqueta de Información nutricional, visite:
www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/Labeling/Nutrition/ucm385663.htm

enero de 2018

4. EL SECTOR DEL QUESO EN EE. UU.

En 2022, el valor del mercado del queso en Estados Unidos se ha estimado en 40.730 millones de dólares y 6,35 millones de toneladas. Se trata de un mercado cubierto sobre todo por producción local; Estados Unidos es el mayor productor de queso del mundo.

Por otro lado, siguiendo lo recogido por la Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios, con fuente los datos publicados por DATACOMEX-MINCOTUR, las exportaciones de productos lácteos totales en el año 2022 fueron de 1.453.560 toneladas, de las cuales 505.743 corresponden a exportaciones de queso (34,8%). De este total, se reportaron 133.883 toneladas de queso exportadas fuera de la Unión Europea, lo que supone un 38,8% del total de productos lácteos exportados fuera de la UE ese año.

Por otro lado, el valor de las exportaciones totales de lácteos fue de 1.363 millones de euros, de los cuáles 708,9 millones corresponden a exportaciones de queso exclusivamente (52% del valor total de exportaciones). Enfocándonos en las exportaciones fuera de la UE, el valor total fue de 451,2 millones de euros, de los cuales el 54% proceden de los quesos exclusivamente (243,5 millones de euros).

Esta información nos permite concluir que en el año 2022 el mayor aporte económico en la exportación de lácteos proviene del queso, si bien supone sólo un tercio en peso de las exportaciones totales, supera la mitad del valor total de exportaciones, no sólo a nivel mundial, pero también en exportaciones intra y extracomunitarias. A continuación se muestra una tabla con los valores de los principales productos lácteos exportados fuera de la UE, ordenados por valor económico:

PRODUCTO	TONELADAS EXPORTADAS	VALOR EXPORT.	DIFERENCIA VALOR VS 2021
Queso	133.883 toneladas	243.543.000 €	+ 18,35%
Nata	81.809 toneladas	61.050.000 €	- 0,01%
Leche concentrada	38.819 toneladas	43.016.000 €	- 0,07%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por la Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios

También extraemos que, de las tres principales partidas exportadas dentro del sector lácteo fuera de la UE, el queso ha sido el único con un aumento significativo en valor, mientras que los dos siguientes han tenido valores similares a 2021.

Respecto al comercio bilateral entre España y Estados Unidos, España ocupa la decimotercera posición como exportador de queso a Estados Unidos, y los quesos españoles más conocidos en Estados Unidos son, principalmente, el queso manchego, y por el otro lado, el queso de Murcia al vino, a continuación representados.



Los principales competidores europeos del sector son Alemania, como principal exportador, seguido a bastante distancia por Holanda, Italia y Francia, respectivamente.

A pesar de esta posición, existen oportunidades para el queso de origen español, que es muy valorado por el consumidor estadounidense, pero requiere de promoción e inversión para incrementar tanto su posicionamiento como sus ventas en Estados Unidos.

Tradicionalmente, los quesos españoles se han posicionado en el canal minorista como producto gourmet, en tiendas de especialidad y han sido consumidos por españoles expatriados o americanos de alto poder adquisitivo y conocimiento de la gastronomía española. Actualmente, los competidores italianos están accediendo a supermercados y dirigiéndose al consumidor medio, con menor conocimiento del producto europeo. Es por ello por lo que tiene interesante potencial la promoción de queso español en estos establecimientos.

5. EL SECTOR DE LAS CONSERVAS DE PESCADO EN EE. UU.

Se trata de un sector muy amplio en el que influyen diversas variables tales como la especie, el país de origen y el segmento en el que se quiere competir. Para el caso de pescados y mariscos españoles, deben estudiarse bajo la categoría de productos gourmet y étnico dado, que en general, no pueden competir con las empresas conserveras cuyo producto procede del sudeste asiático y con un precio muy inferior al de productos de origen español.

Estados Unidos se ha convertido en 2023 en uno de los principales destinos de las exportaciones de conservas de marisco procedentes de España a países extracomunitarios, junto al Reino Unido y Marruecos. Además, se consumen cerca de un millón de toneladas de conservas de pescado y marisco, cifra que sigue en ascenso en los últimos años y que consolida al país como uno de los mayores mercados para este tipo de productos.

En cuanto a la competencia local, cabe mencionar que Estados Unidos produce, aproximadamente, la mitad de lo que importa. De hecho, en los últimos diez años, su producción ha descendido un 17,5% en volumen y un 7% en valor. Su oferta local está muy limitada en variedad a tres especies: atún (67%); salmón (9%) y almejas (20%).

A nivel de la UE, España se sitúa como el primer exportador a nivel comunitario, con un peso del 19,4% en términos de valor en la exportación de conservas desde la UE, seguida por Alemania (14,8%), Polonia (13,8%) y Países Bajos (13,6%). En relación con las conservas de marisco, la exportación en 2022 fue de 222.920 toneladas, un 1,67% menos que el año precedente. Sin embargo, el valor de dichas preparaciones en 2022 fue de un 10,73% más que en 2021, alcanzando los 1.260 millones de euros.

Como hemos visto, EE. UU es el mayor importador de las conservas de marisco españolas. Destaca especialmente como el principal importador de conservas de pulpo (35,3%) y el segundo de conservas de sepia (22,6%) solo por detrás de Francia.

Pese a no ser un producto de conserva, tampoco nos podemos olvidar de que, en el marisco congelado, el principal mercado extracomunitario es EEUU, donde en 2021 se ha producido un extraordinario aumento de un 192% hasta los 89,7 millones de euros. El 86,4% de la exportación a Estados Unidos es de pulpo congelado. La subpartida de sepias y globitos, calamares y potas congelados es la más importante en valor en 2021 con 417,2 millones de euros y 94.188 toneladas. El segundo producto en importancia en valor es el pulpo congelado, con una exportación de 354,6 millones de euros y 37.382 toneladas.

Por último, en lo que respecta a las regulaciones específicas para conservas, estas necesitan de registros adicionales – motivados por los casos de botulismo surgidos en los años 70 en EUA y atribuidos al proceso de elaboración de los productos acidificados y de baja acidez-, además del registro de instalación, mencionado en el apartado 3.

La FDA diferencia entre Low Acid Canned Foods (LACF) y alimentos acidificados (AF), contenidos en envases cerrados herméticamente. Los LACF son aquellos que han recibido un tratamiento para alcanzar la esterilización comercial, envasados en contenedores herméticamente cerrados, con un PH de equilibrio $> 4,6$ y actividad de agua $> 0,85$ y que normalmente se almacenan y distribuyen bajo condiciones de no refrigeración. Ejemplo de ello son las conservas de sardina en aceite o conservas de atún.

Los AF, por su parte, son alimentos de baja acidez a los que se ha añadido ácido con el fin de reducir su pH hasta un pH de equilibrio $\leq 4,6$, tienen una actividad de agua $> 0,85$ y son almacenados o vendidos en condiciones de no refrigeración. Un ejemplo de AF son las conservas de pescado en escabeche.

Todas las empresas que quieran exportar productos LACF o AF, además de estar registrados ante el FDA necesitarán obtener un número de identificación como fábrica (Food Canning Establishment o FCE). Este número se asigna a cada una de las plantas procesadoras que tenga una misma empresa. El número se obtiene rellenando el formulario FDA 2541 o mediante la realización de la gestión a través del interfaz de su cuenta FDA.

Como saber si el producto es LACF / AF:

pH final de equilibrio	(a_w)	LACF (21 CFR 108.35/113)	AF (21 CFR 108.25/114)
4.6	0.85	No	No
4.6	> 0.85	No	Sí
> 4.6	0.85	No	No
> 4.6	> 0.85	Sí	No

Fuente: [Slideshare](#)

Por otro lado, cada producto que vaya a exportarse debe tener un número de identificación (Submission Identifier Number o SID). Puede obtenerlo rellenando el formulario FDA2541a – que sirve tanto para productos AF como LACF– así como con el FDA2541C, que es específico para productos LACF. Los formularios, que pueden cumplimentarse desde la propia interfaz del FDA y cuentan con una guía que podrá encontrar en el siguiente enlace.

El registro del proceso para cada producto (SID) se denegará si no se ha solicitado previamente el registro de establecimiento, aunque se pueden solicitar ambos registros (FCE y SID) a la vez. La agencia solo comunica por escrito la asignación del número FCE, no los SID. Los registros no caducan, siendo válidos siempre que los datos reflejados en las solicitudes no hayan sufrido variaciones (éstas deben comunicarse a la FDA).

El proceso de registro de empresa se hace una sola vez, salvo cambio de domicilio, en cuyo se requiere nuevo registro, quedando anulado el FCE original. Para comunicar un cambio de datos se debe rellenar el formulario 2541 Food Canning Establishment Registration. Para el caso de las semiconservas, como por ejemplo las anchoas, no responde a ninguna de las definiciones de LACF o AF anteriormente vistas, por lo cual no están sujetas a ninguno de los requerimientos de registro de empresas y productos (LACF / AF) anteriormente explicados.

6. EL SECTOR DEL VINO EN ESTADOS UNIDOS

Siguiendo con los datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (*OEMV*), España cerró 2023 con caída de sus exportaciones de vino, mayor en volumen (-4,1%), que en valor (-3,2%), hasta situarse en los 2.026 millones de litros, por valor de 2.905,9 millones €.

Desglosando por mercados, en el caso del vino a granel, son Francia (-34,6 millones de litros) e Italia (-23 millones), los que más cayeron en volumen. Al contrario, fue Alemania el que más aumentó sus compras (+36,7 millones de litros). En el caso del vino envasado, Reino Unido supera a EE.UU. en valor y a Alemania, en volumen y se convierte con 249,5 millones € (+3,3%) y 83 millones de litros (+0,5%) en el primer destino para el vino envasado español.

Estados Unidos se mantiene como el primer mercado internacional para el vino espumoso español, con 73,9 millones € (-6,8%). Le sigue Alemania, con 60,5 millones € (+4,8%) que supera a Bélgica, con 58,5 millones € (-1,4%). En términos de volumen, Alemania es el primer destino para el vino espumoso español, con 26,7 millones de litros (-2,4%), seguido de Estados Unidos, con 21,6 millones de litros y caída del 11%. Estados Unidos, Bélgica y Japón lideran las pérdidas, en un año muy positivo para las ventas a Reino Unido, Brasil o Polonia, entre otros.

Hay que mencionar que Estados Unidos ocupó el segundo lugar como principal comprador de vinos envasados españoles en términos de valor, con unas ventas que ascienden a 233,6 millones de euros en 2023, justo por detrás de Reino Unido, como primer destino para los vinos españoles, cuyo valor alcanza los 249,5 millones de euros.

A modo de resumen, durante el año 2023 se exportó vino español por valor de 376,6 millones de euros, un 6,9% menos que en el año precedente. El volumen total ascendió a 101,2 millones de litros, 9,1 puntos porcentuales menos que en 2022, lo que sitúa el precio medio en 3,72€/L, un 2,4% más que en 2021. Este aumento en el precio medio se debe, si bien el precio y el volumen han disminuido, este segundo lo ha hecho en mayor proporción que el primero, lo cual resulta en un aumento marginal del precio medio.

Finalmente, respecto a la normativa específica del sector vitivinícola, y, a diferencia de lo que ocurre con los alimentos en general, la importación del vino está regulada por la Oficina de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco (TTB) y presenta varias peculiaridades; además del sistema los tres escalones, existe una normativa de etiquetado específica para este tipo de producto.

Para poder retirar la mercancía de la Aduana, el importador deberá obtener el Certificat of Label Approval (COLA).

Según el TTB, la información que se requiere a cualquier etiqueta de vino es la siguiente:

- Apelación de origen – si la hay-.
- Nombre de marca.
- Clase o tipo de designación: La clase de vino es la categoría que se divide en una serie de clases generales, como por ejemplo “vino de uva” o “Aperitif Wines”. La mayoría de las clases generales tiene, a su vez, tipos de vino. Por ejemplo, el Vermú es un tipo específico de “Aperitif wine”.

- Porcentaje de vino extranjero – si aplica-. Por ejemplo, 30% de vino de uva de España.
- Contenido de alcohol: Los vinos con más de 14%VOL deben incluir una declaración numérica del contenido de alcohol. Para los vinos de 7 a 14%VOL de alcohol, la declaración numérica del contenido de alcohol es opcional si la designación de tipo de vino de mesa o vino ligero aparece en la etiqueta de la marca como la designación obligatoria de clase y tipo.
- Revelación de ingredientes de color – si la hay-.
- País de origen – sólo para productos importados-.
- Advertencia de salud: la declaración de advertencia de la salud que debe aparecer en las etiquetas de vino, según la Ley de etiquetado de bebidas alcohólicas (ABLA, 1988) es la siguiente:

GOVERNMENT WARNING: (1) According to the Surgeon General, women should not drink alcoholic beverages during pregnancy because of the risk of birth defects. (2) Consumption of alcoholic beverages impairs your ability to drive a car or operate machinery, and may cause health problems.

- Nombre y dirección del importador o del embotellador del vino, según corresponda. Para vinos importados, el nombre y la dirección generalmente son las del importador, precedido por la frase “Imported by”. Opcionalmente, también se puede incluir “Produced by”.
- Contenido neto
- Declaración de sulfito

En las imágenes que siguen, se expone un ejemplo de etiquetado de marca de vino y de etiqueta trasera:



Fuente: https://napavintners.com/wines/how_to_read_a_wine_label.asp

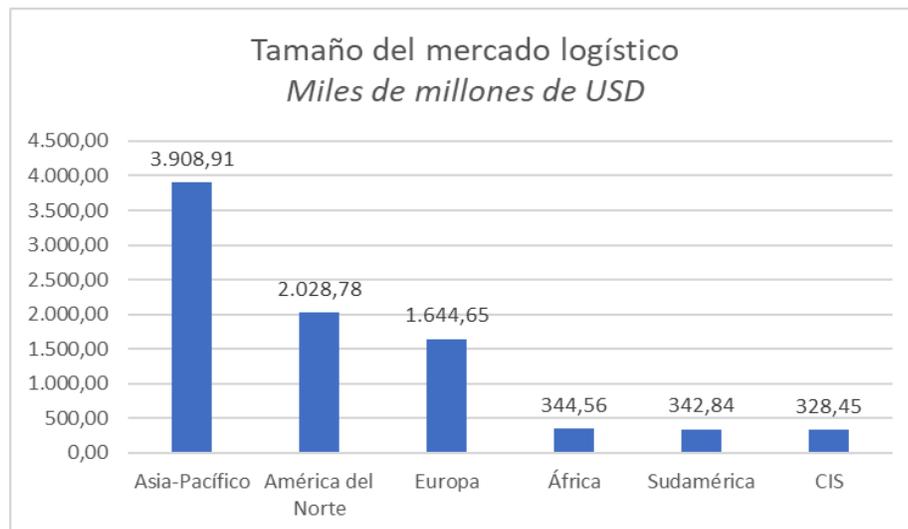
Fuente: TTB

7. LA LOGÍSTICA EN ESTADOS UNIDOS

La globalización ha aumentado el comercio internacional, lo que exige una mayor eficacia en las actividades de transporte y logística por parte de los usuarios finales, para permitir la entrega a tiempo. Asimismo, con independencia de si la cadena de suministro es nacional o internacional, es esencial una gestión eficaz del proceso de transporte adquirido para reducir los costes y la complejidad y mejorar el control sobre el proceso.

Los factores como el crecimiento de la industria del comercio electrónico, junto con el aumento de las operaciones de logística inversa y el aumento de los acuerdos relacionados con el comercio, impulsan el crecimiento del mercado. Además, se espera que el aumento en los servicios de logística impulsados por la tecnología y la creciente adopción de dispositivos conectados habilitados para IoT impulsen el crecimiento del mercado. Pese a todo, la falta de control sobre el servicio logístico por parte de los fabricantes, la infraestructura deficiente y costes logísticos más altos dificultan el crecimiento del mercado.

En 2020, el mercado logístico mundial valía casi 8,6 billones de dólares. América del Norte fue la segunda región más grande en ese año, con aproximadamente dos billones de dólares estadounidenses. A continuación, se muestra de forma gráfica la repartición del mercado logístico en las diferentes áreas.



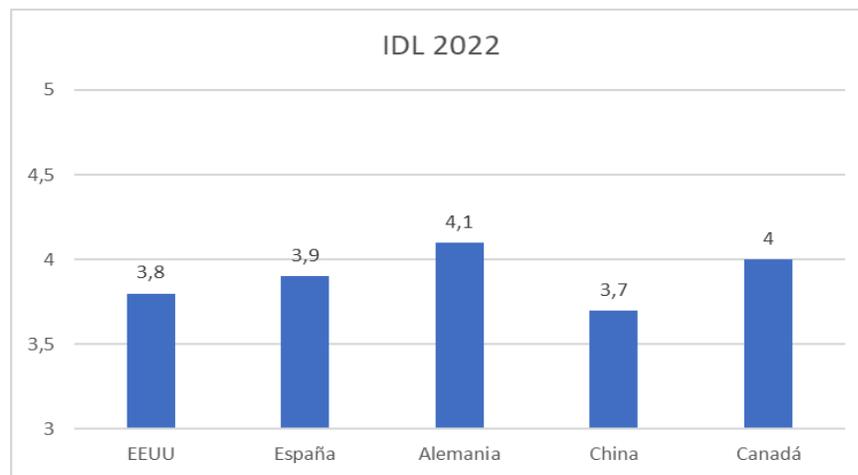
Fuente: Statista.com

Respecto a la situación de las empresas de servicios 3PL (*Third-Party Logistics*), indica el informe del sector logístico realizado por esta misma antena IGAPE, que los ingresos en esta industria concreta aumentaron consecutivamente cada año, alcanzando los 347.900 millones de Dólares en 2021.

Se define la logística de terceros, o *Third-Party Logistics*, como la práctica de una organización que subcontrata algunas o todas sus operaciones de gestión de inventario, distribución y cumplimiento de pedidos a un tercero, siendo el transporte nacional e internacional de mercancías uno de los servicios más subcontratados, seguido de cerca por el almacenamiento. Los mercados 3PL son de mayor valor para las industrias que producen bienes que necesitan ser transportados, como, por ejemplo, servicios de cadena de frío.

Finalmente, es importante también mencionar los datos del Índice de Desempeño Logístico (*IDL*), publicado por el Banco Mundial de forma anual, y que mide la eficiencia del sector logístico de diferentes países en todo el mundo. En el informe publicado en 2023, indica que la digitalización de las cadenas de suministro, especialmente en las economías emergentes, está permitiendo a los países reducir las demoras portuarias en hasta un 70% en comparación con los países desarrollados. Además, la demanda por logística verde va en aumento, ya que el 75% de los dadores de carga buscan opciones menos nocivas para el medio ambiente cuando exportan a países de ingreso alto.

Seguidamente, se representa el dato más reciente, a fecha 3 de febrero de 2024, del IDL para varios países representativos. El índice debe interpretarse de la siguiente manera: cuando menor es el valor, menor es la eficiencia del ecosistema logístico del país analizado, mientras que a mayor valor del índice interpretaremos un mercado logístico más desarrollado y eficiente, tomando valores entre 1 y 5.



Fuente: Banco Mundial

a. Importador

Figura que adquiere la mercancía en propiedad y se hace responsable del producto desde el momento en que llega a Estados Unidos. Sin perjuicio de que se puedan estipular ciertas cláusulas en el contrato, lo más normal es que el exportador pierda cierto control del producto cuando llega a Estados Unidos, pues el importador será quien, en general, tome las decisiones comerciales. Es por ello, que la elección de los importadores es tan importante; determinará la presencia y el posicionamiento del producto en el área sobre el que se le otorgue competencias.

El margen del importador varía según su tamaño y funciones. Oscila normalmente entre un 15% y un 30% sobre el importe al que compra al exportador, incluyendo los gastos en que incurre el importador.

b. Distribuidor mayorista

Figura que también adquiere la mercancía en propiedad. Se encarga de la operativa logística que se precise para trasladar el producto desde las instalaciones del importador hasta las de los clientes a los que revenderá los productos. El distribuidor mayorista se ocupa, en muchos casos, también de participar en programas promocionales. Los principales clientes de los distribuidores especializados en productos gourmet, suelen ser los supermercados y las tiendas gourmet.

El margen del distribuidor varía en función de su tamaño y funciones, pero el margen suele oscilar sobre un 15% y un 35% sobre la cuantía a la que compra el producto al importador, incrementada en los gastos en los que incurra.

c. Canal minorista

El minorista es el último paso en la cadena de distribución y es el que mejor conoce la demanda de los productos, factor que hace casi imprescindible que los exportadores tengan cierto contacto con ellos para poder tener éxito en el mercado.

Existen aproximadamente 40.000 tiendas de comestibles minoristas en EE. UU. El 70% representan supermercados, almacenes, hipermercados, clubs mayoristas y tiendas naturales/gourmet, mientras que el 30% restante son *military commissaries*⁴.

En cuanto a grandes y medianas superficies en Estados Unidos destacan: Walmart, The Kroger, Ahold, Publix, HEB, Wakefern Food Corp, Aldi, Trader Joe's, Costco, Sam's Club. El margen de las grandes superficies oscila entre el 20 y el 30%.

Las tiendas gourmet o de especialidad, se centran en un nicho muy específico de consumidores que ya conozcan el producto y estén dispuestos a pagar un precio más elevado por el producto o que sean profesionales de la industria. En estos casos, el margen suele ser superior al de los supermercados, con un margen que suele oscilar entre el 50 y el 70%. Existe presencia de diversidad de productos españoles en este segmento.

d. Canal HORECA

El canal HORECA (Hoteles – Restaurantes – Cafeterías) se conoce en Estados Unidos como Food Service. Se trata de un canal relevante, puesto que en muchas ocasiones sirve de plataforma para dar a conocer un producto que también se vende en tiendas. Por ejemplo, cuando un chef apuesta por un determinado ingrediente en su menú y éste tiene buena acogida, se extiende el conocimiento de dicho producto vía revistas y webs que identifican las nuevas tendencias del sector.

⁴ Minoristas que venden comestibles y artículos para el hogar a miembros en servicio activo, en guardia, en reserva y retirados de los servicios uniformados de los Estados Unidos y miembros elegibles de sus familias.

Las vías de suministro para cada hotel, restaurante o cafetería pueden ser mayoristas regulares o specialty distributors. Estos últimos son distribuidores que se concentran en una línea de productos específica, pero tiene una gran variedad dentro de la línea. Entre los mayoristas regulares destacan Sysco, Reinhart Foodservice o Performance Food Service. Entre los specialty destacan algunos como BK Specialty Foods, Frontier Ingredients, The Spanish Table, La Española meats o La Tienda Delicias de España.

Por último, debemos destacar que los productos españoles tienen muy buena cabida en los Specialty Distributors.

8. ASPECTOS REGULATORIOS MÁS IMPORTANTES DE LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS EN EE. UU.

El sector agroalimentario es demasiado amplio, por lo que en el estudio se abordarán los requisitos generales para poder importarlos a Estados Unidos y seleccionaremos algunas de las categorías previamente mencionadas: el queso, las conservas y el vino.

a. Autoridades reguladoras competentes y normativa destacada

La Food and Drug Administration (FDA) es la autoridad federal competente para regular y controlar la importación y distribución de alimentos para consumo humano y animal, bebidas alcohólicas con un porcentaje inferior al 7%, cosméticos y medicamentos, y aparatos médicos.

Para el caso de bebidas alcohólicas con un porcentaje superior al 7%, la autoridad competente es el Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB); agencia que forma parte del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos.

Los productos cárnicos y sus derivados no son competencia del FDA, sino competencia de The United States Department of Agriculture (USDA), que regulan además otras cuestiones como la definición y categorización de productos ecológicos.

9. FERIAS COMERCIALES O SECTORIALES

En este apartado se muestran las principales ferias del sector de la alimentación, incluyendo algunas ferias especializadas en sectores previamente analizados. Estas son:

FERIAS DE ALIMENTACIÓN GENERAL	
Nombre y Web del Evento	Localización
ACF National Convention EE. UU	Phoenix, Arizona
America's Food & Beverage Show	Miami, Florida
Aspen Food & Wine Festival	Aspen, Colorado
Fancy Food Show	New York City
International Baking Industry Exposition - IBIE	Las Vegas, Nevada
National Restaurant Association Show	Chicago, Illinois
PMA Fresh Summit	Atlanta, Georgia

FERIAS DEL SECTOR LÁCTEO	
Nombre y Web del Evento	Localización
Cheese Expo	Milwaukee, Wisconsin
International Dairy Deli Bakery Show	Houston, Texas

FERIAS DEL SECTOR DE LA PESCA Y CONSERVERO	
Nombre y Web del Evento	Localización
Seafood Expo North America	Boston, Massachusetts

FERIAS DEL SECTOR VITIVINÍCOLA	
Nombre y Web del Evento	Localización
Vinexpo America	New York City



10. GRANDES EMPRESAS ESTADOUNIDENSES DE LOS SECTORES ANALIZADOS

Las principales empresas estadounidenses en estos sectores son las siguientes:

- Conservas de pescado
 - Cargill
 - Trident Seafoods
 - Tri Marine International
 - Cooke Aquaculture
 - High Liner Foods
 - Bumble Bee Seafoods
 - Chicken of the Sea
 - American Seafoods Group
 - StarKist
 - Nippon Suisan USA
 - Beaver Street Fisheries
 - Mazzetta Co.

- Quesos y lácteos
 - Dairy Farmers of America
 - Dean Foods
 - Land O'Lakes
 - California Dairies, Inc.
 - Saputo Inc.
 - Agropur
 - Schreiber Foods
 - Great Lakes Cheese
 - Kraft Heinz
 - Leprino Foods

- Vinos
 - The Wine Group
 - Trinchero Family Estates
 - Delicato Family Wines
 - Constellation Brands
 - Treasury Wine Estates
 - Bronco Wine Company
 - Ste. Michelle Wine Estates
 - Jackson Family Wines
 - Deutsch Family Wine & Spirits