

Más de medio centenar de firmas andaluzas conocen las normas de la FDA para la exportación de alimentos a EE.UU.



Noticias

Las exportaciones agroalimentarias y de bebidas de las empresas de Andalucía a Estados Unidos en los seis primeros meses de 2015 han aumentado un 8,6% respecto al año anterior

Un total de 54 empresas andaluzas han conocido hoy, en la sede de Extenda en Sevilla, la **normativa de la FDA** que hay que seguir para exportar alimentos a los Estados Unidos. Esta acción de promoción internacional ha sido organizada por **Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior**, entidad dependiente de la **Consejería de Economía y Conocimiento**.

Asimismo, las exportaciones agroalimentarias y de bebidas de las empresas de Andalucía a Estados Unidos en los seis primeros meses de 2015 han aumentado un 8,6% respecto al año anterior, y alcanzan ya los 246,5 millones de euros. Estas cifras mantienen a la comunidad andaluza como líder nacional en este sector, y abarca el 40% del total de las ventas españolas en este período

La jornada ha estado dirigida a las empresas agroalimentarias interesadas en acceder al mercado estadounidense y que desconocían los requisitos y documentación necesaria para su entrada. Por ello la sesión ha sido eminentemente práctica y se ha ofrecido un repaso de las fases preparatorias para entrar al destino, así como de las normas específica de la FDA (Food and Drug Administration) de Estados Unidos.

Además, los expertos ponentes invitados han sido Arantxa Jordan, responsable de Comercio Internacional de la Cámara de Comercio de España en EE.UU de Miami y profesional especializada en trámites ante la FDA; y José Gutierrez, presidente de la empresa importadora estadounidense Carmen y Lola que ha presentado con su ejemplo la forma de introducirse en el mercado norteamericano.

Entre otros temas, se han tratado puntos como la Ley de Bioterrorismo, Etiquetado, Registro Bienal, Agente Residente etc. El orden del día también ha incluido una presentación sobre el mercado agroalimentario de Estados Unidos por parte del director de la Oficina de Extenda en Miami y un turno de presuntas.

Empresas andaluzas

En las jornadas casi la mitad de las empresas participantes fueron de Sevilla (Asemesa, Faeca-Regional, Helixhispania, Mercedes Leon Lozano, Huevos Camacho, NSV, Rellenos del Sur, Ines Rosales, Micológica Andaluza Micoland, Enternational, Grupo Nueva Dietética, Campolea, La Golosa, Cruzoliva, Laboratorios Vital, AGC, Frutos Secos Reyes, Consejo Regulador IGP Mantecados de Estepa, Técnicas e Inversiones Andaluzas, Naranjas Carneado, La Extranatural, Olivareros Alcolea del Río, Asesoría Veterinaria Alimentaria, Star Global Import, Patatas y Frutas Morales y Servicio de Certificación CAAE).

También se han informado siete firmas de Córdoba (Aceites Castelanotti, Aceitunas Torrent, Gálvez Semillas, El Molino de Santa Cruz, Sunaran, Caprichos del Guadalquivir y Aceites del Monte Horquera S.A.T. Nº 8679), seis de Granada (Saffron Family Spain, Inmensa, Zenesur Iberia, Ecospain, Pura Salsa y Omologic Homologación & Mercado CE) y seis de Málaga (Almensur, Ubago, D. Sancho Melero, Sabor a Mango, Esali y Axartrade).

Por otra parte también se interesaron por la normativa estadounidense tres compañías de Huelva

(Begoña Marquez Garcia, Lusal Tropical y Ohmanjar), tres de Jaén (Andex Consultores, Origen Novecientos y R.R. Koizumi), dos de Almería (Cortijo de Canata y Lorusso y Sáez) y una de Cádiz (La Ibense Bornay). Parte de estas empresas han seguido la jornada con un seguimiento digital en streaming gracias la plataforma web profesional para la internacionalización Extenda Plus (<https://extendaplus.es/>).

Alimentos andaluces en EEUU

Las exportaciones agroalimentarias y de bebidas han aumentado un 8,6% respecto al año anterior, y alcanzan ya los 246,5 millones de euros. Estas cifras mantienen a la comunidad andaluza como líder nacional en este sector, y abarca el 40% del total de las ventas españolas en este período. De esta forma, Estados Unidos es actualmente el séptimo mercado de destino de este sector y el primero no comunitario.

El principal producto andaluz exportado a Estados Unidos en los primeros seis meses de 2015 han sido los productos hortofrutícolas con un 43,4% del total y un alza del 34,4%, con 107 millones de euros en este periodo, seguido del aceite de oliva (100,6 millones) con el 40,8% del total y la panadería y otros (9 millones) con el 3,7% del total y un alza del 15,8%. También se exportaron lácteos (8,9 millones), que casi triplican sus ventas; pescados y mariscos (6,8 millones) con más del doble de exportaciones; y los vinos (5,8 millones).

Las principales provincias exportadoras a Estados Unidos en el primer semestre de 2015 han sido Sevilla (130,9 millones) con el 53% del total y un crecimiento del 1,3%; Córdoba (42,3 millones), con un alza del 29%; y Málaga (32,7 millones) con una subida del 0,7%.

- See more at:

http://www.extenda.es/web/opencms/extendanoticias/noticia_1417.html#sthash.mdPxbxqt.dpuf

Un total de 54 empresas andaluzas han conocido hoy, en la sede de Extenda en Sevilla, la **normativa de la FDA** que hay que seguir para exportar alimentos a los Estados Unidos. Esta acción de promoción internacional ha sido organizada por **Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior**, entidad dependiente de la **Consejería de Economía y Conocimiento**.

Asimismo, las exportaciones agroalimentarias y de bebidas de las empresas de Andalucía a Estados Unidos en los seis primeros meses de 2015 han aumentado un 8,6% respecto al año anterior, y alcanzan ya los 246,5 millones de euros. Estas cifras mantienen a la comunidad andaluza como líder nacional en este sector, y abarca el 40% del total de las ventas españolas en este período

La jornada ha estado dirigida a las empresas agroalimentarias interesadas en acceder al mercado estadounidense y que desconocían los requisitos y documentación necesaria para su entrada. Por ello la sesión ha sido eminentemente práctica y se ha ofrecido un repaso de las fases preparatorias para entrar al destino, así como de las normas específica de la FDA (Food and Drug Administration) de Estados Unidos.

Además, los expertos ponentes invitados han sido Arantxa Jordan, responsable de Comercio Internacional de la Cámara de Comercio de España en EE.UU de Miami y profesional especializada en trámites ante la FDA; y José Gutierrez, presidente de la empresa importadora estadounidense Carmen y Lola que ha presentado con su ejemplo la forma de introducirse en el mercado norteamericano.

Entre otros temas, se han tratado puntos como la Ley de Bioterrorismo, Etiquetado, Registro Bienal, Agente Residente etc. El orden del día también ha incluido una presentación sobre el mercado agroalimentario de Estados Unidos por parte del director de la Oficina de Extenda en Miami y un turno de presuntas.

Empresas andaluzas

En las jornadas casi la mitad de las empresas participantes fueron de Sevilla (Asemesa, Faeca-Regional, Helixhispania, Mercedes Leon Lozano, Huevos Camacho, NSV, Rellenos del Sur, Ines Rosales, Micológica Andaluza Micoland, Enternational, Grupo Nueva Dietética, Campolea, La Golosa, Cruzoliva, Laboratorios Vital, AGC, Frutos Secos Reyes, Consejo Regulador IGP Mantecados de

Estepa, Técnicas e Inversiones Andaluzas, Naranjas Carneado, La Extranatural, Olivareros Alcolea del Río, Asesoría Veterinaria Alimentaria, Star Global Import, Patatas y Frutas Morales y Servicio de Certificación CAAE).

También se han informado siete firmas de Córdoba (Aceites Castelanotti, Aceitunas Torrent, Gálvez Semillas, El Molino de Santa Cruz, Sunaran, Caprichos del Guadalquivir y Aceites del Monte Horquera S.A.T. Nº 8679), seis de Granada (Saffron Family Spain, Inmensa, Zenesur Iberia, Ecospain, Pura Salsa y Omologic Homologación & Mercado CE) y seis de Málaga (Almensur, Ubago, D. Sancho Melero, Sabor a Mango, Esali y Axartrade).

Por otra parte también se interesaron por la normativa estadounidense tres compañías de Huelva (Begoña Marquez Garcia, Lusar Tropical y Ohmanjar), tres de Jaén (Andex Consultores, Origen Novecientos y R.R. Koizumi), dos de Almería (Cortijo de Canata y Lorusso y Sáez) y una de Cádiz (La Ibense Bornay). Parte de estas empresas han seguido la jornada con un seguimiento digital en streaming gracias a la plataforma web profesional para la internacionalización Extenda Plus (<https://extendaplus.es/>).

Alimentos andaluces en EEUU

Las exportaciones agroalimentarias y de bebidas han aumentado un 8,6% respecto al año anterior, y alcanzan ya los 246,5 millones de euros. Estas cifras mantienen a la comunidad andaluza como líder nacional en este sector, y abarca el 40% del total de las ventas españolas en este período. De esta forma, Estados Unidos es actualmente el séptimo mercado de destino de este sector y el primero no comunitario.

El principal producto andaluz exportado a Estados Unidos en los primeros seis meses de 2015 han sido los productos hortofrutícolas con un 43,4% del total y un alza del 34,4%, con 107 millones de euros en este periodo, seguido del aceite de oliva (100,6 millones) con el 40,8% del total y la panadería y otros (9 millones) con el 3,7% del total y un alza del 15,8%. También se exportaron lácteos (8,9 millones), que casi triplican sus ventas; pescados y mariscos (6,8 millones) con más del doble de exportaciones; y los vinos (5,8 millones).

Las principales provincias exportadoras a Estados Unidos en el primer semestre de 2015 han sido Sevilla (130,9 millones) con el 53% del total y un crecimiento del 1,3%; Córdoba (42,3 millones), con un alza del 29%; y Málaga (32,7 millones) con una subida del 0,7%.

- See more at:

http://www.extendaplus.es/web/openCMS/extendaplus/noticias/noticia_1417.html#sthash.mdPxbxqt.dpuf

Un total de 54 empresas andaluzas han conocido hoy, en la sede de Extenda en Sevilla, la normativa de la FDA que hay que seguir para exportar alimentos a los Estados Unidos. Esta acción de promoción internacional ha sido organizada por Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, entidad dependiente de la Consejería de Economía y Conocimiento.

Asimismo, las exportaciones agroalimentarias y de bebidas de las empresas de Andalucía a Estados Unidos en los seis primeros meses de 2015 han aumentado un 8,6% respecto al año anterior, y alcanzan ya los 246,5 millones de euros. Estas cifras mantienen a la comunidad andaluza como líder nacional en este sector, y abarca el 40% del total de las ventas españolas en este período.

La jornada ha estado dirigida a las empresas agroalimentarias interesadas en acceder al mercado estadounidense y que desconocían los requisitos y documentación necesaria para su entrada. Por ello la sesión ha sido eminentemente práctica y se ha ofrecido un repaso de las fases preparatorias para entrar al destino, así como de las normas específicas de la FDA (Food and Drug Administration) de Estados Unidos.

Además, los expertos ponentes invitados han sido Arantxa Jordan, responsable de Comercio Internacional de la Cámara de Comercio de España en EE.UU de Miami y profesional especializada en trámites ante la FDA; y José Gutierrez, presidente de la empresa importadora estadounidense Carmen y Lola que ha presentado con su ejemplo la forma de introducirse en el mercado norteamericano.

Entre otros temas, se han tratado puntos como la Ley de Bioterrorismo, Etiquetado, Registro Bienal, Agente Residente etc. El orden del día también ha incluido una presentación sobre el mercado agroalimentario de Estados Unidos por parte del director de la Oficina de Extenda en Miami y un turno de presuntas.

Empresas andaluzas

En las jornadas casi la mitad de las empresas participantes fueron de Sevilla (Asemesa, Faeca-Regional, Helixhispania, Mercedes Leon Lozano, Huevos Camacho, NSV, Rellenos del Sur, Ines Rosales, Micológica Andaluza Micoland, Enternational, Grupo Nueva Dietética, Campolea, La Golosa, Cruzoliva, Laboratorios Vital, AGC, Frutos Secos Reyes, Consejo Regulador IGP Mantecados de Estepa, Técnicas e Inversiones Andaluzas, Naranjas Carneado, La Extranatural, Olivareros Alcolea del Río, Asesoría Veterinaria Alimentaria, Star Global Import, Patatas y Frutas Morales y Servicio de Certificación CAAE).

También se han informado siete firmas de Córdoba (Aceites Castelanotti, Aceitunas Torrent, Gálvez Semillas, El Molino de Santa Cruz, Sunaran, Caprichos del Guadalquivir y Aceites del Monte Horquera S.A.T. Nº 8679), seis de Granada (Saffron Family Spain, Inmensa, Zenesur Iberia, Ecospain, Pura Salsa y Omologic Homologación & Mercado CE) y seis de Málaga (Almensur, Ubago, D. Sancho Melero, Sabor a Mango, Esali y Axartrade).

Por otra parte también se interesaron por la normativa estadounidense tres compañías de Huelva (Begoña Marquez Garcia, Luser Tropical y Ohmanjar), tres de Jaén (Andex Consultores, Origen Novecientos y R.R. Koizumi), dos de Almería (Cortijo de Canata y Lorusso y Sáez) y una de Cádiz (La Ibense Bornay). Parte de estas empresas han seguido la jornada con un seguimiento digital en streaming gracias a la plataforma web profesional para la internacionalización Extenda Plus (<https://extendaplus.es/>).

Alimentos andaluces en EEUU

Las exportaciones agroalimentarias y de bebidas han aumentado un 8,6% respecto al año anterior, y alcanzan ya los 246,5 millones de euros. Estas cifras mantienen a la comunidad andaluza como líder nacional en este sector, y abarca el 40% del total de las ventas españolas en este período. De esta forma, Estados Unidos es actualmente el séptimo mercado de destino de este sector y el primero no comunitario.

El principal producto andaluz exportado a Estados Unidos en los primeros seis meses de 2015 han sido los productos hortofrutícolas con un 43,4% del total y un alza del 34,4%, con 107 millones de euros en este periodo, seguido del aceite de oliva (100,6 millones) con el 40,8% del total y la panadería y otros (9 millones) con el 3,7% del total y un alza del 15,8%. También se exportaron lácteos (8,9 millones), que casi triplican sus ventas; pescados y mariscos (6,8 millones) con más del doble de exportaciones; y los vinos (5,8 millones).

Las principales provincias exportadoras a Estados Unidos en el primer semestre de 2015 han sido Sevilla (130,9 millones) con el 53% del total y un crecimiento del 1,3%; Córdoba (42,3 millones), con un alza del 29%; y Málaga (32,7 millones) con una subida del 0,7%.

Extenda