



BIBLIOTECA · INTELIGENCIA COMERCIAL ABIERTA

A L I M E N T A C I Ó N



GUÍA PRÁCTICA · RG-BIB-ALI-001 · EDICIÓN 01 · JUNIO 2026

Cómo vender alimentación en Amazon Estados Unidos

Qué exige Amazon y cómo preparar su marca, explicado paso a paso.

«Decisiones precisas que se sostienen.»

Cómo vender alimentación en Amazon Estados Unidos

Llevar un alimento o una bebida al mercado estadounidense a través de Amazon es una gran oportunidad para un fabricante latinoamericano, y también una operación muy regulada. Esta guía explica, en lenguaje claro y sin dar nada por sabido, qué considera Amazon un alimento, qué debe cumplir el producto y su etiqueta, y qué documentación se necesita para vender con tranquilidad. No reemplaza al asesor legal: ordena la información para decidir con criterio.

LO ESENCIAL EN 30 SEGUNDOS

- Para Amazon, todo alimento debe estar completamente etiquetado en inglés y tener una vida útil superior a 90 días: por eso esta política no cubre los productos frescos, refrigerados ni congelados, que se rigen por reglas aparte.
- La etiqueta debe declarar marca, identidad, peso neto, fabricante, ingredientes con alérgenos, panel nutricional y país de origen, según las normas de la FDA (Food and Drug Administration, Agencia de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos).
- Algunos productos exigen documentación adicional: la leche infantil y los alimentos para bebés requieren certificación GFSI (Global Food Safety Initiative, Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria) por un tercero acreditado.
- Hay productos prohibidos —bebidas con más de 0,5 % de alcohol, carnes no importables, leche infantil sin autorización de la FDA— y declaraciones que nunca se permiten, como afirmar que un alimento cura una enfermedad.

01

MARCO REGULATORIO

QUÉ ES UN ALIMENTO Y QUIÉN PONE LAS REGLAS

En los Estados Unidos, un alimento es todo lo que las personas comen o beben para nutrirse, en cualquier forma —enlatado, seco, en polvo o preparado—, e incluye también las bebidas. El organismo que regula cómo se fabrican y etiquetan estos productos es la **FDA** —Food and Drug Administration, la Agencia de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos—. En el caso de las carnes, las aves y los ovoproductos, la

inspección corresponde al **USDA** —United States Department of Agriculture, el Departamento de Agricultura— a través de su servicio de inspección, el **FSIS** (Food Safety and Inspection Service).

Esas reglas nacen de la ley marco de los alimentos en los Estados Unidos, la **FFDCA** —Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, la Ley Federal sobre Cosméticos, Medicamentos y Alimentos—, de la que se desprenden los reglamentos técnicos que Amazon exige cumplir. Conviene conocerlos por su nombre.

Regla	Qué es y para qué sirve
FFDCA — Ley Federal sobre Cosméticos, Medicamentos y Alimentos	Ley marco de los Estados Unidos (Título 21). Establece cómo deben fabricarse y etiquetarse los alimentos.
21 CFR 101	Reglamento de etiquetado de alimentos (CFR: Code of Federal Regulations, Código de Reglamentos Federales).
21 CFR 110 / 117	Buenas prácticas de fabricación (cGMP) y controles preventivos para alimentos.
7 CFR 205 (USDA)	Normas de productos orgánicos. Es obligatorio para poder usar la palabra «orgánico».
FMIA y leyes de inspección (USDA/FSIS)	Inspección obligatoria de carnes, aves y ovoproductos.

La conclusión práctica es clara: Amazon no inventa requisitos, los hereda de la ley estadounidense. Al publicar un alimento, la marca se compromete a cumplir esas normas además de las políticas de venta de Amazon.

02

LA PÁGINA DE PRODUCTO

La página de producto es el primer lugar donde Amazon revisa el cumplimiento. Pide tres cosas: datos correctos, imágenes conformes y una oferta en el estado adecuado. Antes de avanzar, conviene retener una regla que define el alcance de esta guía.

LA REGLA DE LOS 90 DÍAS

- Esta política cubre los alimentos y bebidas con una vida útil superior a 90 días. Los productos frescos, refrigerados y congelados quedan fuera y se rigen por políticas específicas. Si su producto necesita frío o caduca antes de 90 días, el camino de venta es distinto.

Fuente: Amazon Seller Central — política «Alimentos y bebidas» (ref. G200164550), consultada en junio de 2026.

LOS DATOS DEL PRODUCTO

El **listing** —la ficha del producto— debe indicar que el artículo contiene alimentos o bebidas, su vida útil, el tipo y la fecha de caducidad, el peso y, cuando corresponda, la restricción por edad del comprador. Algunos productos están exentos de fecha de caducidad, como las frutas y verduras frescas sin procesar, el vinagre, el azúcar sólido, la sal, los caramelos y los chicles.

LAS IMÁGENES Y LA OFERTA

Cada producto necesita al menos una imagen principal conforme a los requisitos. Además, el producto debe ofrecerse como nuevo y precintado en su embalaje original de fábrica; las unidades que vienen dentro de una caja mayor, precintada y etiquetada, no se pueden vender por separado.

Fuente: Amazon Seller Central — política «Alimentos y bebidas» (ref. G200164550), consultada en junio de 2026.

03

EL ETIQUETADO DEL PRODUCTO

El etiquetado es el corazón del cumplimiento en alimentación. La etiqueta debe estar completamente en inglés y cumplir las normas de la FDA (y del USDA en el caso de las carnes). Si el envase trae otro idioma, igualmente todos los datos obligatorios deben figurar en inglés.

Elemento obligatorio de la etiqueta	Detalle
Nombre de la marca	Identifica al producto comercialmente.
Declaración de identidad	Qué es el producto (nombre común o descriptivo), distinto del nombre de la marca.
Cantidad neta	Expresada en peso, medida o recuento numérico.
Fabricante, envasador o distribuidor	Nombre y dirección; si no es el fabricante real, con «fabricado para» o «distribuido por».
Lista de ingredientes	De mayor a menor; los alérgenos entre paréntesis (por ejemplo, «harina (trigo)»).
Panel de datos nutricionales	El «Nutrition Facts» (Información nutricional) exigido por la FDA.
País de origen	Etiquetado correcto del país de procedencia.

Hay casos con requisitos extra. Los productos cárnicos inspeccionados por el USDA llevan la marca oficial de inspección y el número de establecimiento; los productos orgánicos deben indicar el organismo que los certificó («Con certificación de productos orgánicos de...»); y las bebidas no alcohólicas deben indicar con claridad su porcentaje de alcohol por volumen.

04

DECLARACIONES PROHIBIDAS

Igual que en otras categorías, ciertas afirmaciones están prohibidas porque la ley las reserva a los medicamentos o exigen una certificación que el producto no tiene. Evitarlas a tiempo previene la mayoría de los problemas.

CUIDADO: ESTAS AFIRMACIONES ESTÁN PROHIBIDAS

- **Logotipo o aprobación de la FDA:** usar el logotipo de la FDA o decir «Aprobado por la FDA» (la FDA no aprueba alimentos de este modo).
- **Declaraciones sobre enfermedades:** afirmar que el producto diagnostica, cura, alivia, trata o previene una enfermedad.
- **«Orgánico» sin certificación:** usar el sello orgánico del USDA o la palabra «orgánico» sin una certificación válida del USDA, o sin nombrar al organismo certificador en el listing.
- **Beneficios sin respaldo:** atribuir beneficios para la salud, propiedades terapéuticas o niveles de pureza sin pruebas que lo respalden, como ensayos certificados.

Fuente: Amazon Seller Central — política «Alimentos y bebidas» (ref. G200164550), consultada en junio de 2026.

05

PRODUCTOS NO PERMITIDOS

Por último, hay productos que directamente no se pueden publicar. Conocerlos de antemano evita perder tiempo y arriesgar la cuenta.

PRODUCTOS PROHIBIDOS (EJEMPLOS)

- Bebidas alcohólicas o alimentos con más de 0,5 % de alcohol por volumen, alcohol puro y kits

para fabricar bebidas alcohólicas.

- Carnes no importables: carne de China, vacuno de Corea del Sur, carne de burro, caballo o mula, y productos de países no autorizados por el USDA.
- Leche infantil que no cumpla los requisitos de comercialización previa de la FDA; huevos de gallinas enjauladas (prohibidos en California).
- Otros: «mad honey» (miel de grayanotoxina), nueces de betel, tinta comestible, semillas de adormidera fuera de las marcas autorizadas, y nitrito de sodio en concentración superior al 10 %.

El incumplimiento tiene consecuencias concretas. Si un producto no supera las pruebas o su documentación no se valida, Amazon desactiva el listing de inmediato hasta que se presente documentación conforme. Por eso conviene preparar el cumplimiento antes de publicar, no después de recibir un aviso.

Fuente: Amazon Seller Central — política «Alimentos y bebidas» (ref. G200164550), consultada en junio de 2026.



Por qué Ragis Group

Compañía de Inteligencia Comercial. Administramos el negocio digital de fabricantes de suplementación, alimentación y cosmética en los Estados Unidos, con metodología de ingeniería y disciplina operativa. Si desea llevar su marca de alimentación a Amazon con el cumplimiento resuelto, escríbanos.

12642 Grey Eagle Ct, Suite 41, Germantown, MD 20874, USA

Mendoza, Argentina · Venezuela

contact@ragisgroup.com

+1 (305) 946-1496 · +1 (240) 306-6684 · +54 (9261) 212-7355

«Decisiones precisas que se sostienen.»