



Baròmetre

Exportacions
agroalimentàries
de Catalunya



I. Antecedents	3
II. Objectius i metodologia	5
III. Principals Resultats	12
Introducció: context qualitatiu	13
1. Evolució de les exportacions agroalimentàries al 2022 en relació al 2021	16
2. Previsions d'evolució de les exportacions agroalimentàries per l'any 2023	21
3. Evolució dels mercats d'exportació	31
4. Factors que influeixen en l'activitat exportadora	43
5. Amenaces i expectatives per a l'activitat exportadora	46
6. El paper de l'administració pública	50
IV. Annex. Descripció de la mostra	54



I. ANTECEDENTS

1. ANTECEDENTS

Prodeca, com a empresa pública adscrita al Departament d' Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya, té per objecte la promoció dels productes agroalimentaris de Catalunya i el suport a l'exportació d' aquests cap als mercats de demanda.

Des de Prodeca s'impulsen programes per ajudar les empreses a començar a exportar, diversificar els mercats, augmentar les vendes i consolidar la presència de les empreses agroalimentàries de Catalunya a l'exterior.

En aquest context, Prodeca ha posat en marxa un Baròmetre d'Exportacions Agroalimentàries que li permeti comptar amb informació de primera mà sobre la situació de les empreses exportadores, conèixer l'evolució de la seva activitat, els seus reptes i oportunitats. La informació recaptada vindrà a complementar les xifres de Duanes.





II. OBJECTIUS I METODOLOGIA

2.1. OBJECTIU GENERAL



Disposar d'un Baròmetre d'exportacions agroalimentàries a Catalunya que monitoritzi trimestralment l'evolució de les xifres clau de l'activitat exportadora del sector, així com els reptes i oportunitats als quals les empreses fan front, per a poder respondre a les seves necessitats amb major agilitat.

2.2. OBJECTIUS ESPECÍFICS

1



Aportar dades sobre l'evolució de les exportació del trimestre, en valor i en volum. (referides a les empreses que formen part del panell).

2



Aportar dades d'evolució dels preus de les exportacions i del marge de benefici.

3



Obtenir el desglossament d'exportació per tipus de producte, detectant sectors en els quals més /menys creixen o decreixen les exportacions.

4



Obtenir el desglossament d'exportació per mercat de destí, evolució quant a principals receptors i nombre de països de destinació.

2.2. OBJECTIUS ESPECÍFICS

5



Conèixer les expectatives cap a l'exportació en els pròxims mesos: nous mercats, productes, clients.
Expectatives i oportunitats de futur.

6



Conèixer els frens o dificultats sorgits o previstos: en legislació, polítiques proteccionistes, transport, preus de productes i serveis intermedis, etc.

7



Recaptar les opinions sobre qüestions específiques del moment que puguin estar afectant l'exportació.

2.2. METODOLOGIA

METODOLOGÍA

1. POSADA EN MARXA

Elaboració del Panell d'Empreses Exportadores de Productes Agroalimentaris de Catalunya

2. PRIMERA ONADA DEL BARÓMETRE

- **METODOLOGIA QUALITATIVA:** Entrevistes en profunditat.
- **METODOLOGIA QUANTITATIVA:** Enquesta online a les empreses exportadores de productes agroalimentàries que formen part del Panell.

CONSTITUCIÓN DEL PANEEL

El primer pas per a la posada en marxa del Baròmetre ha estat la construcció del Panell d'Empreses Exportadores de Productes Agroalimentaris.

52 empreses exportadores de diferents tipus de productes i diferents volums d'exportació s'han ofert a col·laborar amb Prodeca formant part d'aquest panell.

Per a convidar a les empreses a formar part del panell es va dissenyar un formulari d'inscripció que es va difondre utilitzant diferents mitjans: enviament del *link* al formulari a les empreses associades, difusió a través de les publicacions de Prodeca, etc.

2.2. METODOLOGIA

ENTREVISTES EN PROFUNDITAT QUALITATIVES



EMPRESSES
EXPORTADORES



Àmbit: **Catalunya**



Univers: exportadors del sector de
l'alimentació



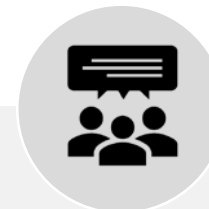
Data de realització del treball de
camp: 14 al 30 de març de 2023



Entrevistes personals de 45 minuts

2.2. METODOLOGIA

ENQUESTA QUANTITATIVA



PANEL·L D'EMPRESSES EXPORTADORES

Enquesta en línia al Panell d'Empreses Exportadors prèviament registrats i que han acceptat la col·laboració.



Àmbit: **Catalunya**



Univers: **empreses exportadores
de productes agroalimentaris
adherides al Panell**



Mostra:
52 entrevistes



Data de realització del treball de
camp: 23 febrer al 21 març de 2023



III. PRINCIPALS RESULTATS



CONTEXT QUALITATIU

QUÈ SUPOSA L'EXPORTACIÓ PER A L'EMPRESA?



DIMENSIÓ EMOCIONAL / MOTIVACIONAL



VEURE LA MARCA A L'EXTRANGER

Motiu d'orgull per a empreses amb tradició familiar.

“La família feia melmelades i feien quatre cosetes i vaig decidir obrir les portes a l'exportació. Estar a Nova York, Los Angeles... és un sentiment especial, pel fet que el teu producte està allà. Tot i que numèricament no tingui, de moment, un pes important”



DIMENSIÓ RACIONAL



DIVERSIFICAR EL NEGOCI

Minimitzar el risc de l'impacte de les crisis econòmiques.
Donar continuïtat a la venda de productes de consum estacional.

“Sens dubte, ajuda a diversificar els riscos i més en el moment actual”



FER VIABLE EL MODEL DE NEGOCI

Una proposta de valor que connecta millor fora que dins del territori espanyol.

“Venem més fora que aquí. Sembla que fora els agrada més el que fem. Fins i tot venen d'altres països a visitar-nos”

EN MOMENTS DE CRISI ECONÒMICA S'EXERCEIX MÉS PRESSIÓ PER PART DELS ALTRES PAÏSOS

ÉS UNA INVERSIÓ A MIG I LLARG TERMINI

És una feina que requereix molt d'esforç per part de les empreses, molta inversió en temps i diners abans no comencen a obtenir resultats.

Això fa que de vegades hagin de lluitar molt a nivell intern per a mostrar els beneficis d'exportar abans que aquests siguin visibles.

Arran de la pandèmia moltes negociacions es fan via telemàtica, la qual cosa ha permès controlar o reduir en part aquestes despeses.

“Culturalment no els coneixes, has d'investigar prèviament una cultura i un país, és viatjar, investigar... Per això l'exportació es molt lenta i hi has de destinar molta pasta, molta despesa”.

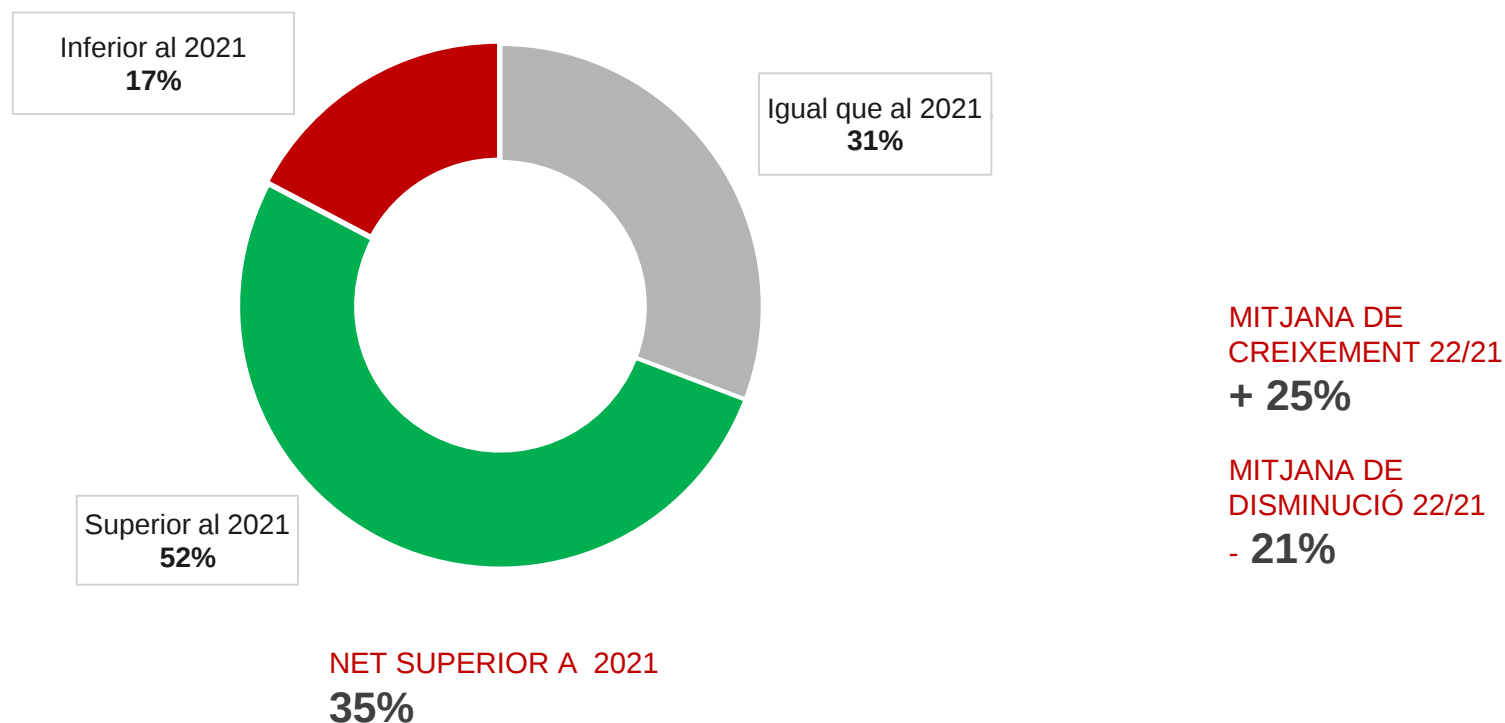
“Es complica quan és una estructura petita, i aquest concepte que és un gasto i no una inversió és difícil que ho vegin a vegades”.

“Va ser un aprenentatge per a tothom i jo no vaig viatjar: ho vam tractar i tancar tot online. Inclús vam tancar projectes que estaven pendents. Ens vam adonar que perdíem molt de temps en viatges...”.



1. EVOLUCIÓ DE LES EXPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES AL 2022 EN RELACIÓ AL 2021

1.1. EVOLUCIÓ DEL VOLUM DE LES EXPORTACIONS

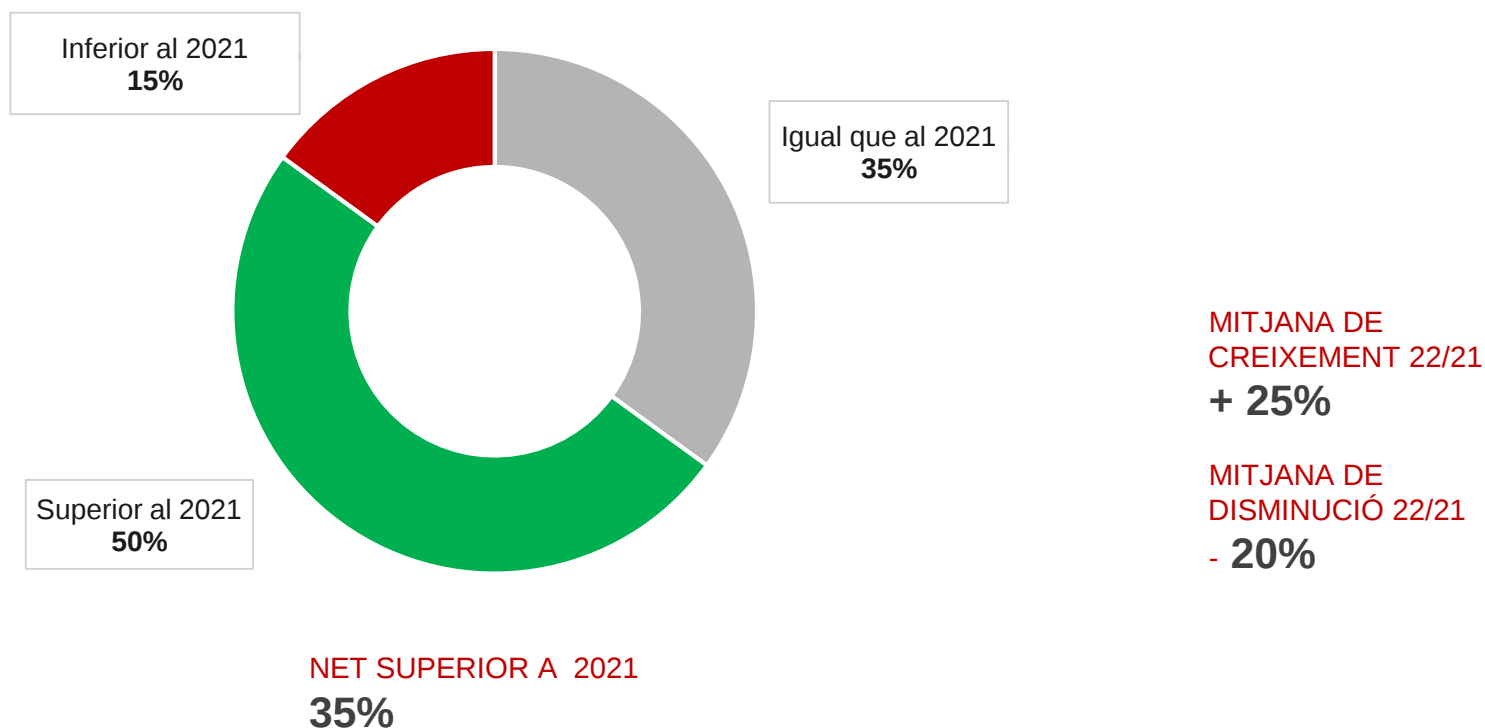


(Base: 52 entrevistats)



P.1.a Quina ha estat l'evolució de les exportacions de l'empresa al 2022 en relació a 2021: Volum de les exportacions?

1.2. EVOLUCIÓ DE LA QUANTIA (valor en €) DE LES EXPORTACIONS

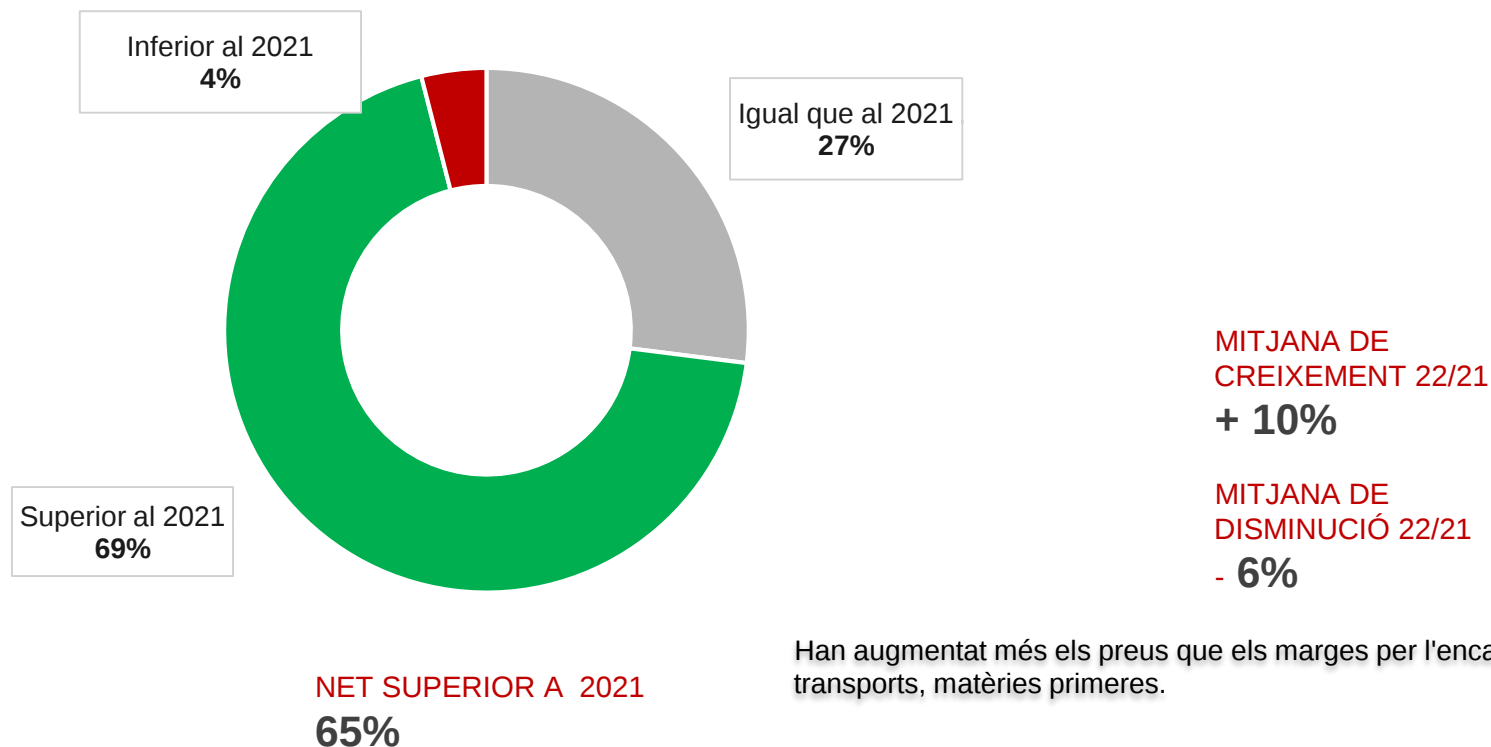


(Base: 52 entrevistats)

?

P.1.b Quina ha estat l'evolució de les exportacions de l'empresa al 2022 en relació a 2021: Quantia (valor en Euros) de les exportacions?

1.3. EVOLUCIÓ DELS PREUS DE VENDA DELS PRODUCTES D'EXPORTACIÓ

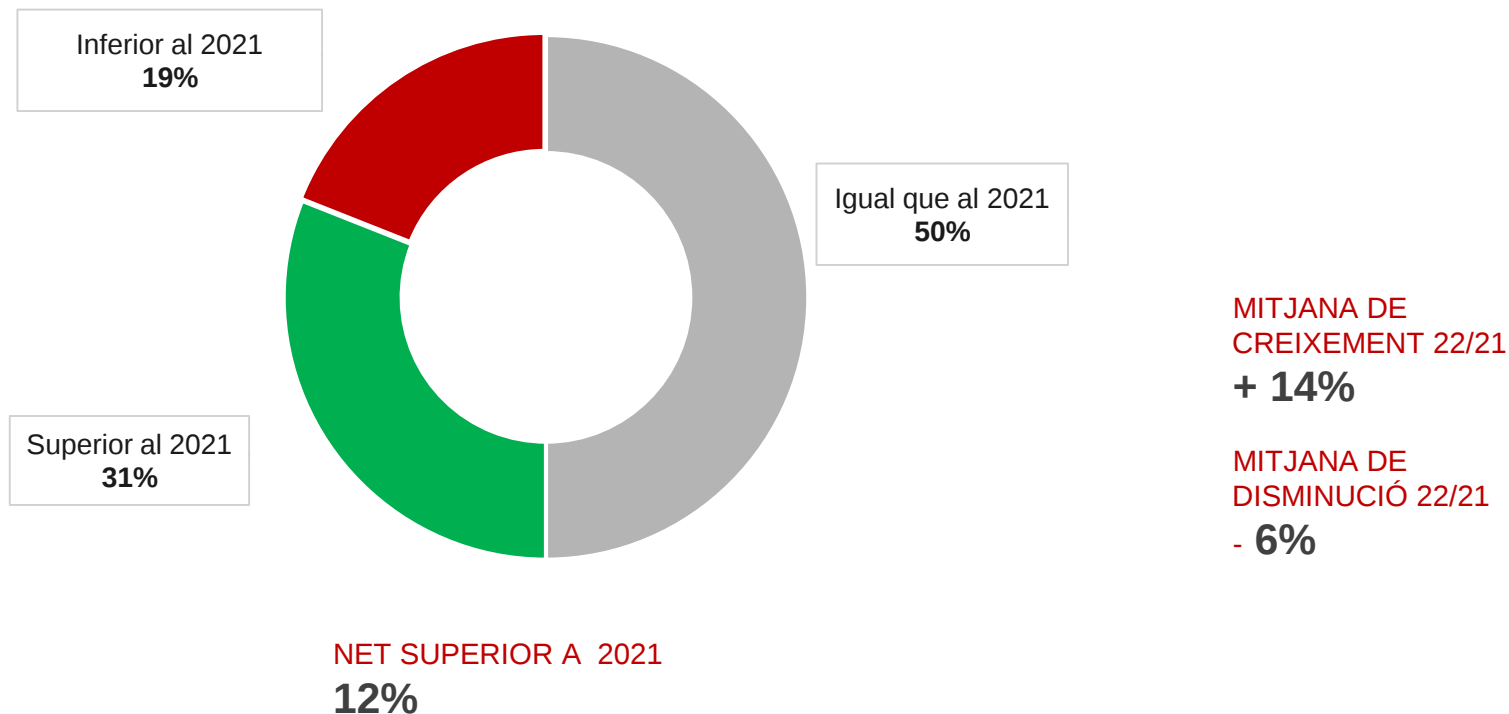


(Base: 52 entrevistats)

?

P.1.c Quina ha estat l'evolució de les exportacions de l'empresa al 2022 en relació a 2021: Preus de venda dels productes d'exportació?

1.4. EVOLUCIÓ DEL BENEFICI DE LES COMANDES D'EXPORTACIÓ



(Base: 52 entrevistats)

?

P.1.d. Quina ha estat l'evolució de les exportacions de l'empresa al 2022 en relació a 2021: Benefici de les comandes d'exportació?



2. PREVISIONS D'EVOLUCIÓ DE LES EXPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES PER L'ANY 2023

2.1. PREVISIONS D'EVOLUCIÓ DE LES EXPORTACIONS

ANÀLISI QUALITATIU

ÉS UN MOMENT DE GRAN INCERTESA ENVERS EL PRESENT I FUTUR IMMEDIAT

Això fa que els costi molt fer una previsió de cara a l'any 2023; hi conflueixen molts factors:

- L'encariment de transports, energia (malgrat que sembla que s'estiguin moderant).
- La inflació.
- La sequera i problemes a l'hora de trobar determinats ingredients.
- L'encariment de matèries primeres per elaborar els envasos.

La situació és en alguns casos de tal gravetat que no es pot garantir el subministrament de productes el 2024.

Però també preocupa la situació sociopolítica:

- Es viuen amb preocupació les possibles derivades econòmiques que pugui tenir la fallida del Silicon Valley Bank en els diferents mercats internacionals o la situació política amb la Xina.
- Hi ha països que estan desenvolupant mesures molt proteccionistes que posen molts entrebancs als nous *players*.

2.1. PREVISIONS D'EVOLUCIÓ DE LES EXPORTACIONS

ANÀLISI QUALITATIU

AQUESTA SITUACIÓ ELS HA OBLIGAT A REVISAR LA SEVA ESTRATÈGIA I MODEL DE NEGOCI.

- Optimització del *portfoli* de productes: reduir les referències
- Revisió del *packaging*: materials, mides i etiquetatge
- Major focus en horeca i distribuïdors especialitzats, que deixen més marge.
- Innovació: les grans superfícies demanen novetats per tal d'impulsar les vendes.
- Reducció dels marges de beneficis.
- Canvis en la composició dels productes.

“De les 90 i escaig referències que teníem hem fet neteja, que feia anys que ho volíem fer. Hem mirat les que eren viables i les que no, per no fer hores d'una màquina que després el producte quedava guardat... doncs potenciar el producte que es ven realment”.

“Ens ha pujat la matèria primera en un any un 50% més cara. I les ultimes 6 setmanes ha pujat un 15% es impossible d'assumir, el marges es redueixen; fins i tot en negatiu. Hi ha articles que no hem pogut mantenir perquè no podem vendre a pèrdues”.

“Hem de reduir referències perquè no pots tenir tot l'embalatge necessari de totes les referències”.

La revisió de preus és constant, ja no es limita al començament de l'any.

2.1. PREVISIONS D'EVOLUCIÓ DE LES EXPORTACIONS

ANÀLISI QUALITATIU

AQUEST MOMENT D'INCERTESA FA QUE ADOPTIN DIFERENTS ESTRATÈGIES ENVERS L'EXPORTACIÓ:

UNA ESTRATÈGIA MÉS CONSERVADORA:

Consolidació dels mercats on ja estan presents.

Augmentar el volum de comandes per país i no pas el nombre de països.

Funcionen de manera autònoma i gairebé no els cal massa ajuda per part de l'administració.

UNA ESTRATÈGIA MÉS AGRESSIVA:

Obrir nous mercats.

Per aquesta estratègia normalment requereixen certa ajuda que per a uns es tradueix en intentar assistir a fires i per a uns altres mirar de tancar una agenda de trobades amb potencials distribuïdors.

En aquest tipus d'estratègia és clau el paper de l'administració pública encara que no sempre l'ajuda que troben és homogènia.

2.1. PREVISIONS D'EVOLUCIÓ DE LES EXPORTACIONS

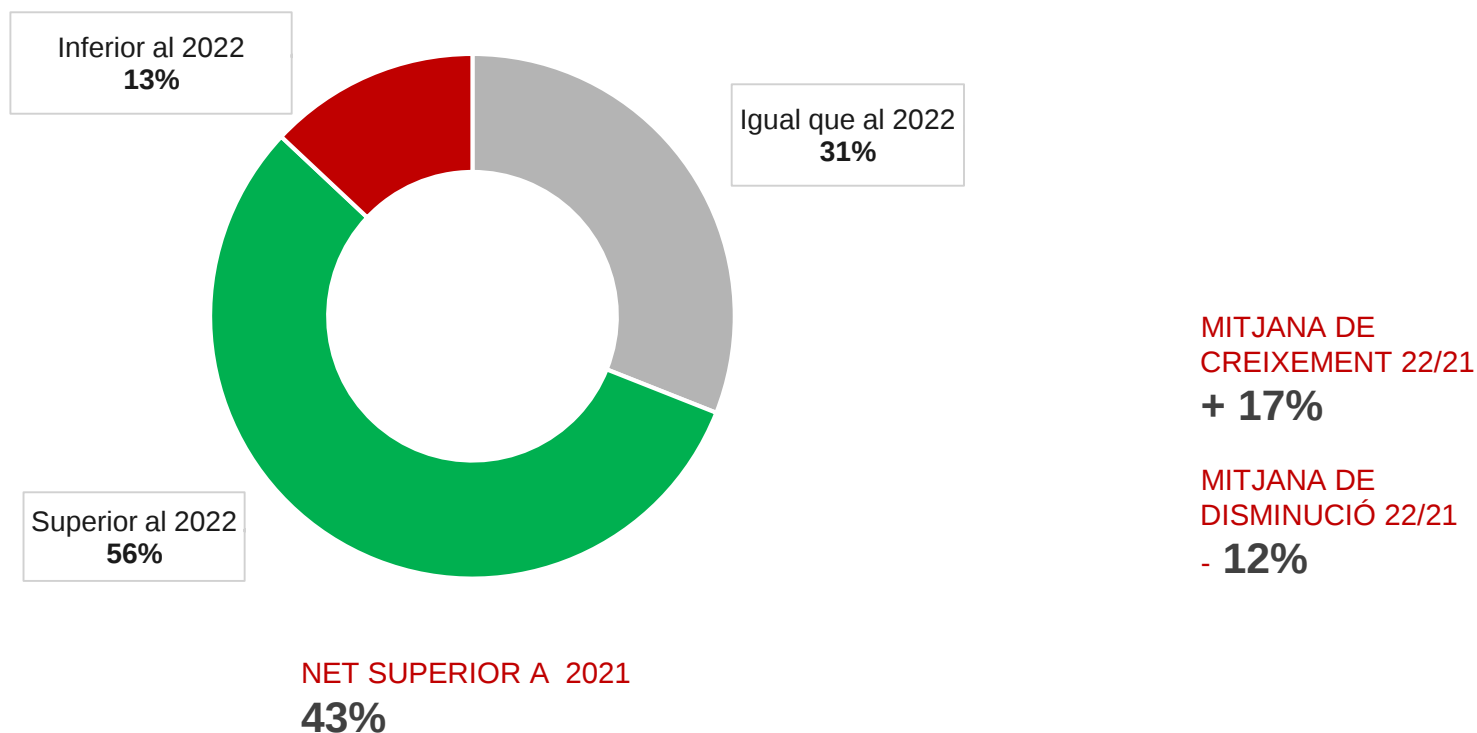
ANÀLISI QUALITATIU

TANMATEIX, HI HA PETITS CANVIS EN EL COMPORTAMENT DELS CONSUMIDORS QUE CONVIDEN A L'OPTIMISME.

- Més consum de productes gourmet a casa. Des de la pandèmia s'observa una major tendència al consum d'aquesta mena de productes dins de la llar.
- Augment de les comandes en línia: directament al consumidor. En creixement, malgrat que encara no suposen un volum rellevant en relació al consum total.



2.2. PREVISIONS D'EVOLUCIÓ DEL VOLUM DE LES EXPORTACIONS

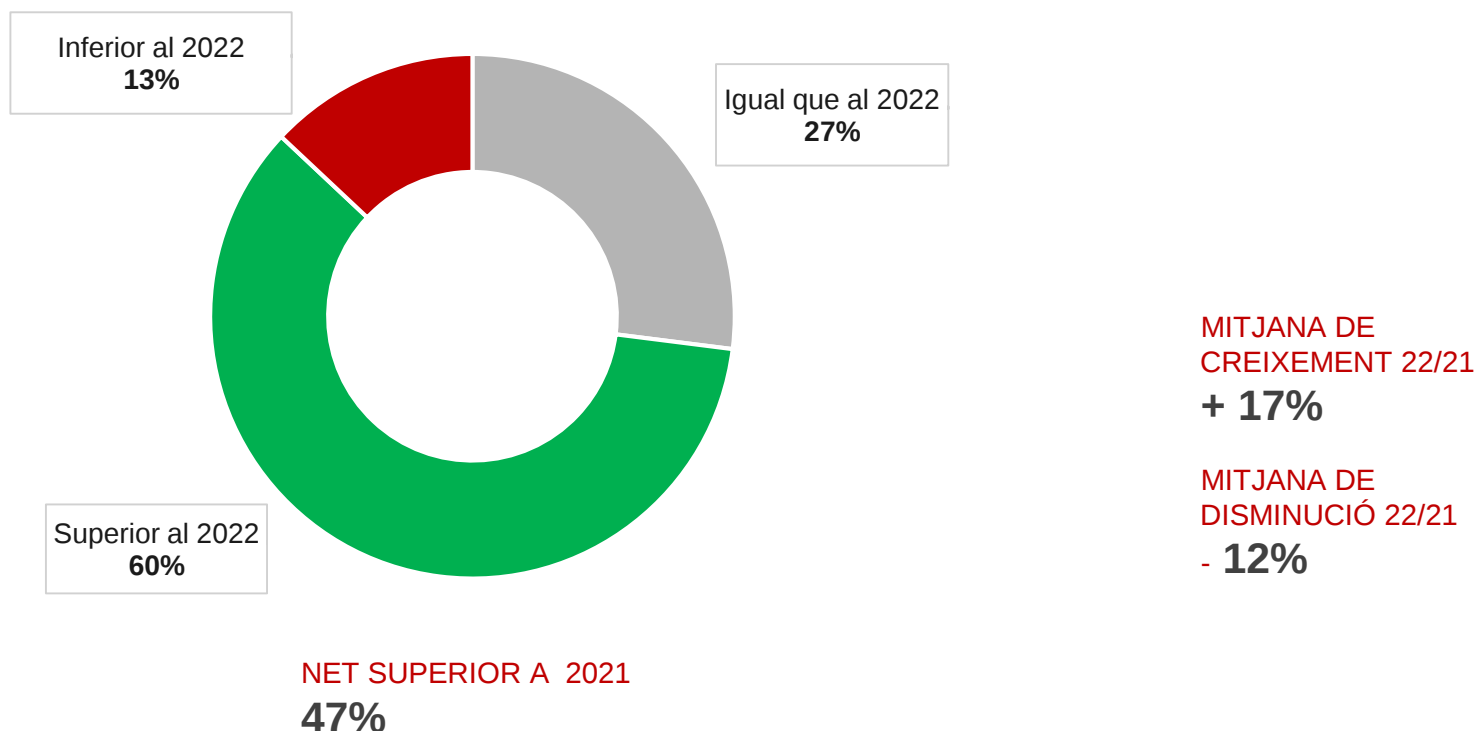


(Base: 52 entrevistats)

?

P.2.a Quines creu que són les previsions d'evolució de l'exportació de l'empresa aquest any 2023, en relació amb l'any anterior 2022: Volum de les exportacions?

2.3. PREVISIONS D'EVOLUCIÓ DE LA QUANTIA (valor en €) DE LES EXPORTACIONS

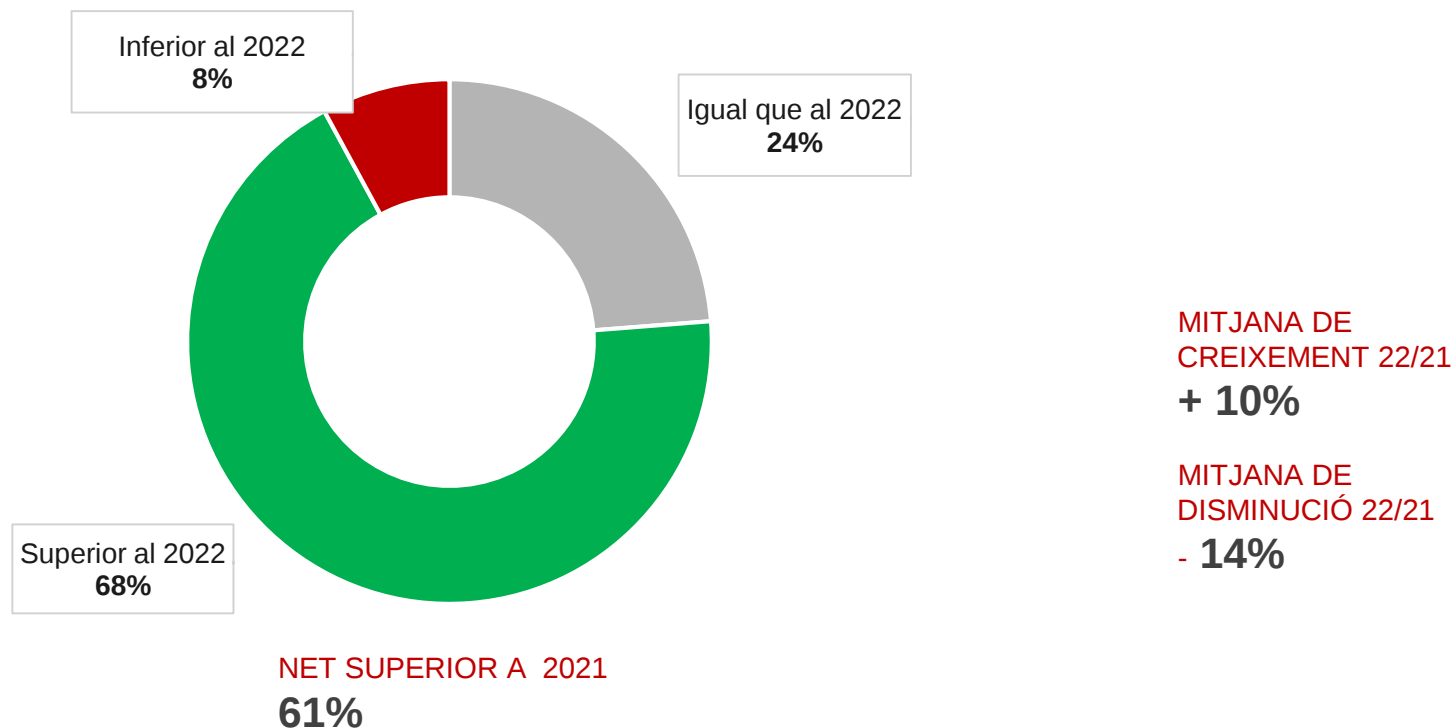


(Base: 52 entrevistats)

?

P.2. b Quines creu que són les previsions d'evolució de l'exportació de l'empresa aquest any 2023, en relació amb l'any anterior 2022: Quantia (valor en Euros) de les exportacions?

2.4. PREVISIONS D'EVOLUCIÓ DELS PREUS DE VENDA DELS PRODUCTES D'EXPORTACIÓ

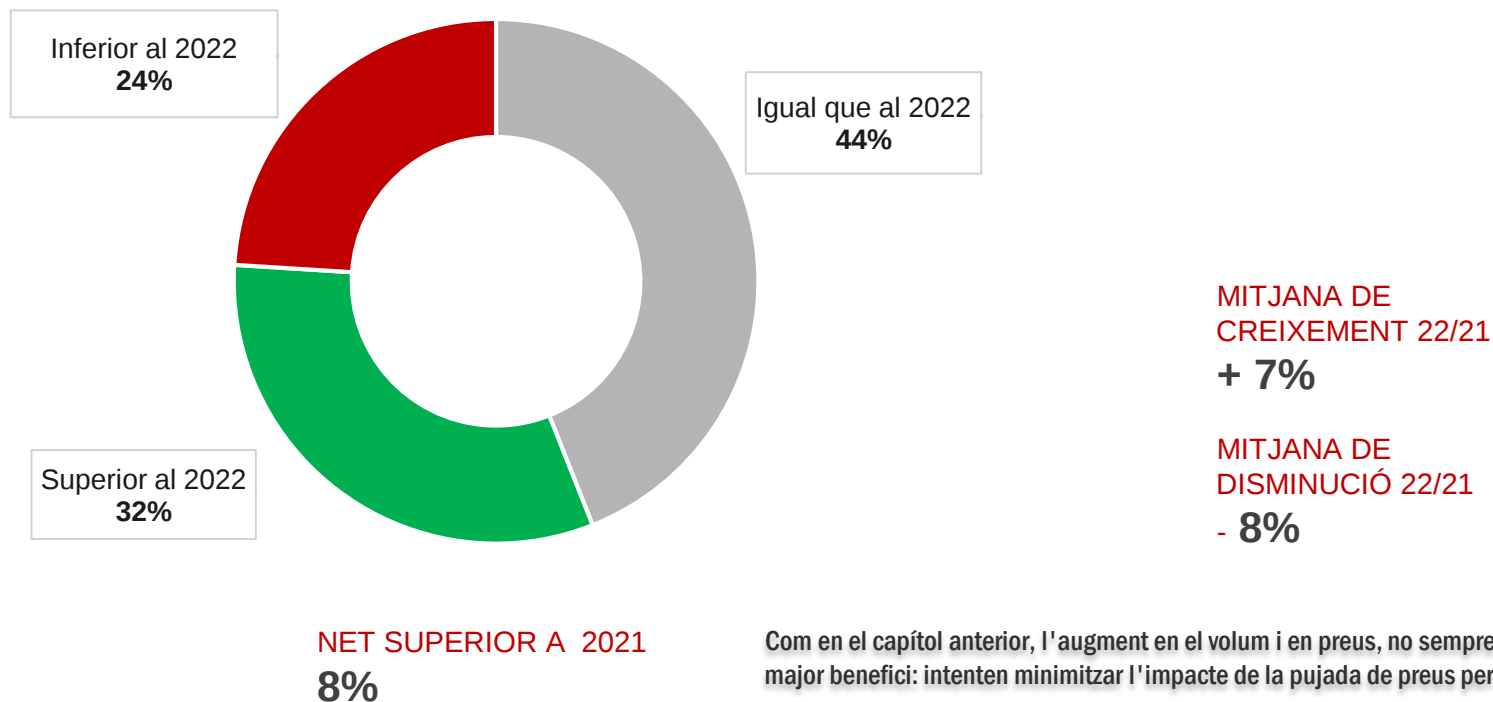


(Base: 51 entrevistats)

?

P.2.c Quines creu que són les previsions d'evolució de l'exportació de l'empresa aquest any 2023, en relació amb l'any anterior 2022: Preus de venda dels productes d'exportació?

2.5. PREVISIONS D'EVOLUCIÓ DEL BENEFICI DE LES COMANDES D'EXPORTACIÓ



(Base: 51 entrevistats)

?

P.2.d. Quines creu que són les previsions d'evolució de l'exportació de l'empresa aquest any 2023, en relació amb l'any anterior 2022: El marge de benefici comercial d'exportació de les comandes?

SÍNTESI D'EVOLUCIÓ I PREVISIÓ

	VOLUM		QUANTIA (€)		PREUS		BENEFICI	
	2022 vs. 2021	Prev. 2023	2022 vs. 2021	Prev. 2023	2022 vs. 2021	Prev. 2023	2022 vs. 2021	Prev. 2023
SUPERIOR	52%	56% ↑	50%	60% ↑	69%	68%	31%	32%
IGUAL	31%	31%	35%	27%	27%	24% ↓	50%	44% ↓
INFERIOR	17%	13%	15%	13%	4%	8% ↑	19%	24% ↑
NET	35%	43% ↑	35%	47% ↑	65%	61% ↓	12%	8% ↓

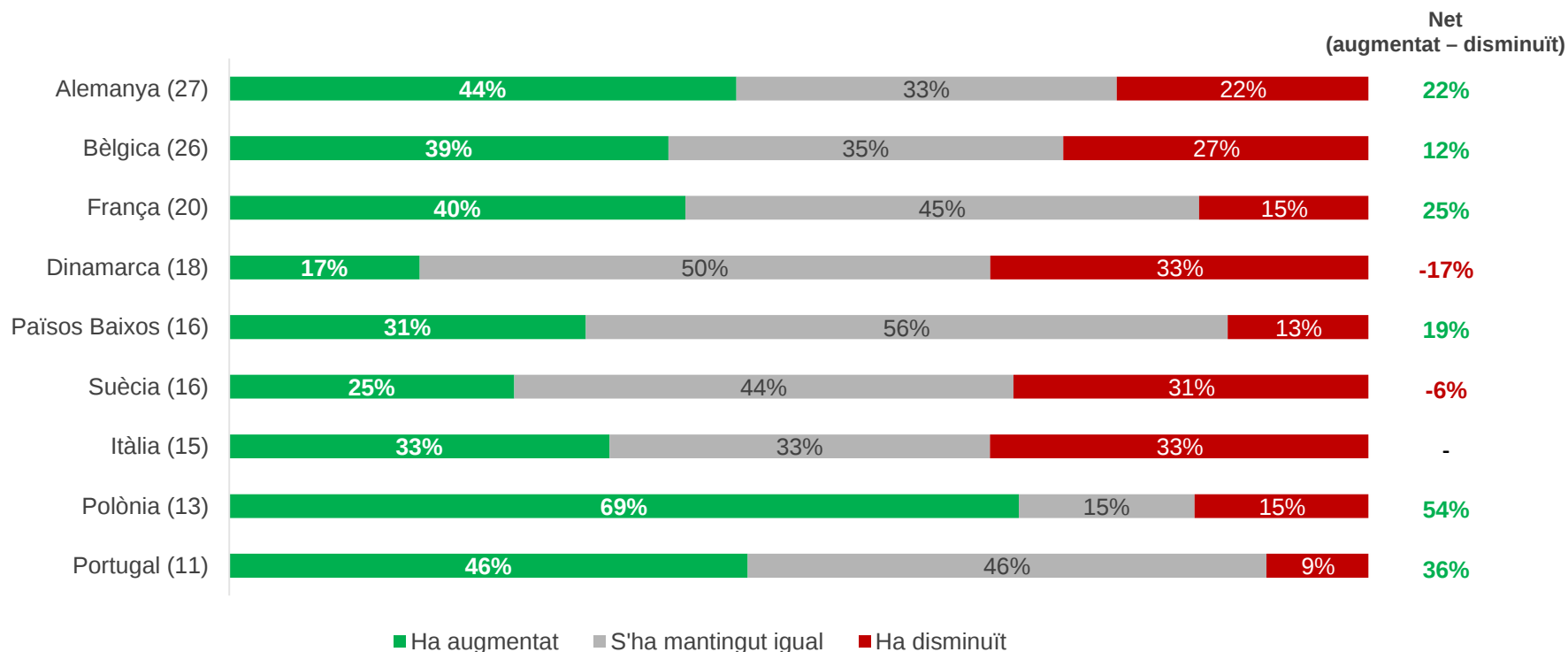


3. EVOLUCIÓ DELS MERCATS ON EXPORTEN LES EMPRESSES DEL PANELL

3.1. EVOLUCIÓ DELS MERCATS D'EXPORTACIÓ DURANT 2022 (1 de 2)

MERCATS DE LA UNIÓ EUROPEA: INCREMENT O DISMINUCIÓ EN VOLUM D'EXPORTACIÓ DURANT EL 2022

En els principals països destí on exporten les empreses del Panell



(Base: empreses que exporten a cada país)

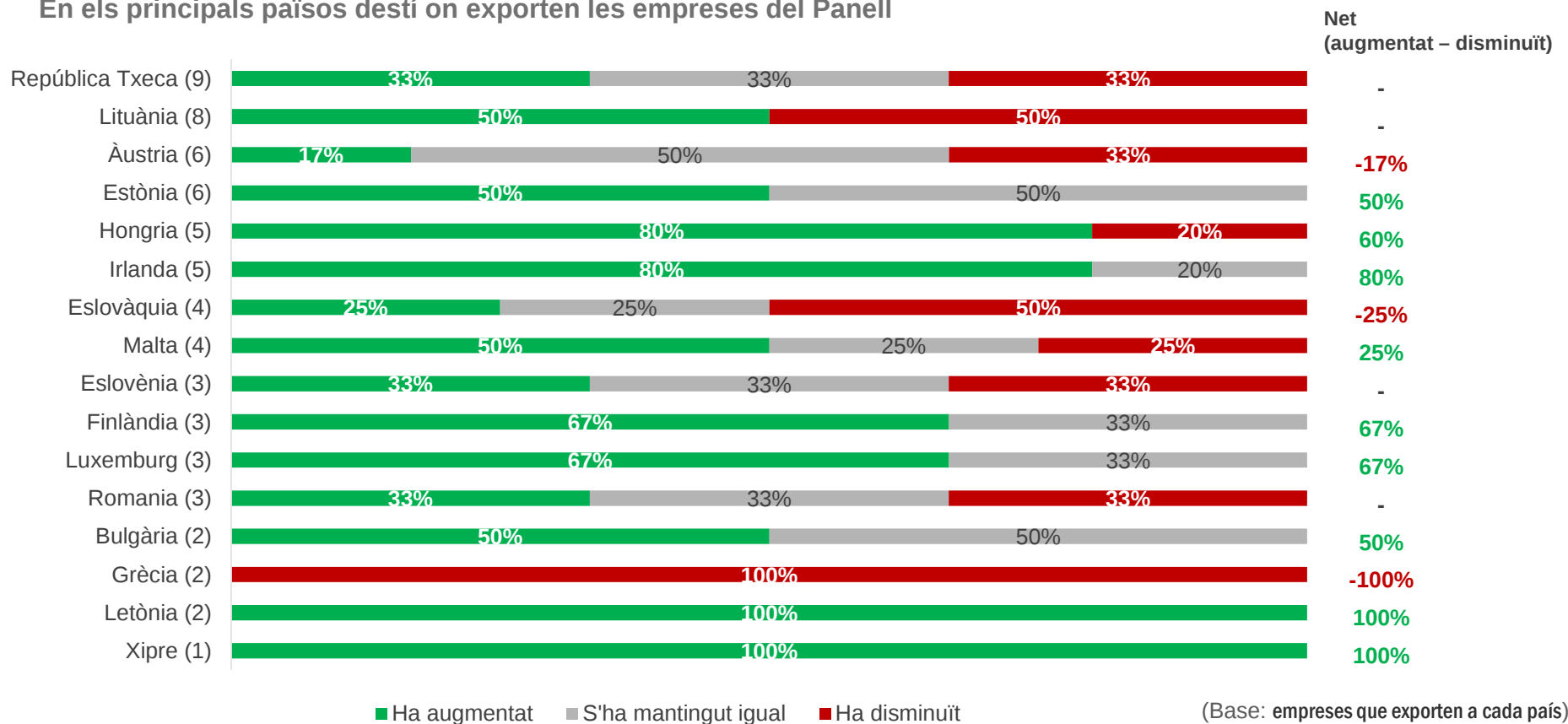
?

P.4.a. Dels mercats habituals-regulars al quals exporta, quins han incrementat o disminuït en volum d'exportació durant el 2022?

3.1. EVOLUCIÓ DELS MERCATS D'EXPORTACIÓ DURANT 2022 (2 de 2)

MERCATS DE LA UNIÓ EUROPEA: INCREMENT O DISMINUCIÓ EN VOLUM D'EXPORTACIÓ DURANT EL 2022

En els principals països destí on exporten les empreses del Panell



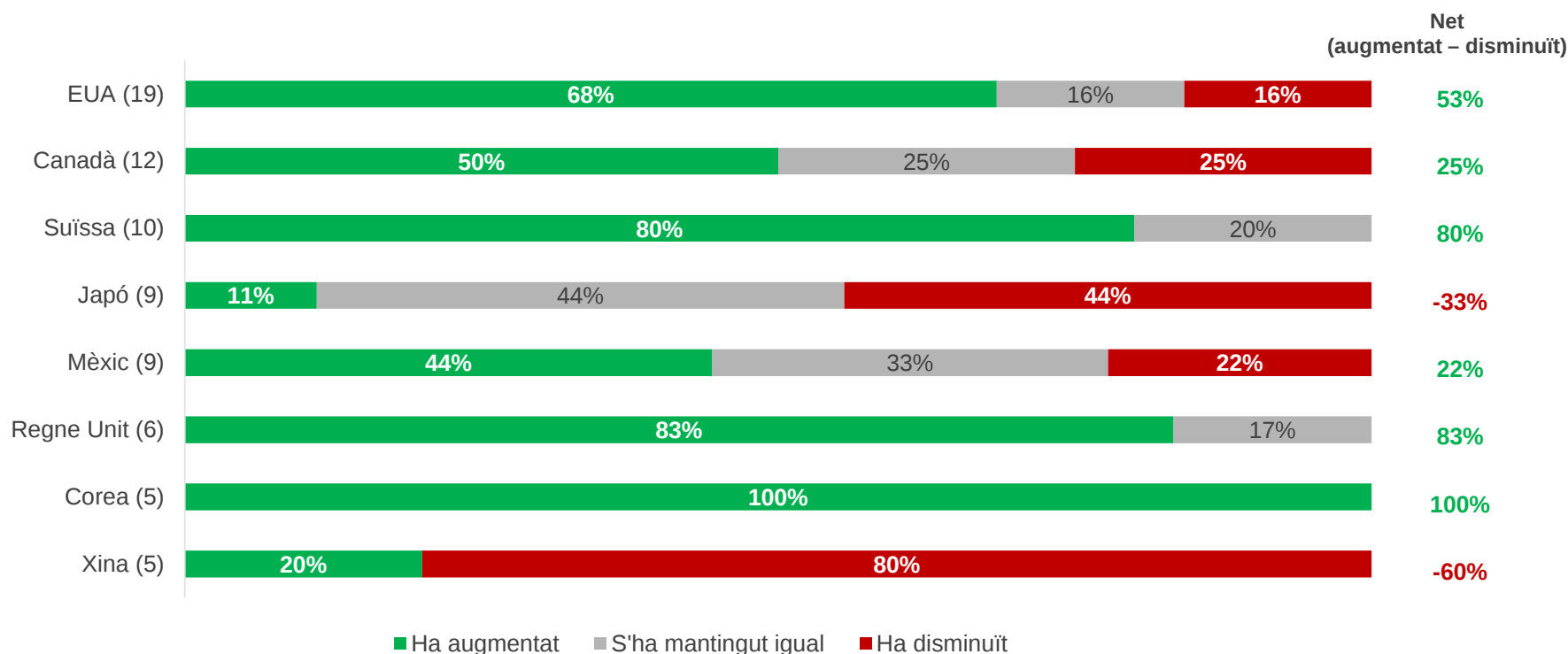
?

P.4.a. Dels mercats habituals-regulars al quals exporta, quins han incrementat o disminuït en volum d'exportació durant el 2022?

3.1. EVOLUCIÓ DELS MERCATS D'EXPORTACIÓ DURANT 2022 (1 de 2)

ALTRES MERCATS: INCREMENT O DISMINUCIÓ EN VOLUM D'EXPORTACIÓ DURANT EL 2022

En els principals països destí on exporten les empreses del Panell



(Base: empreses que exporten a cada país)

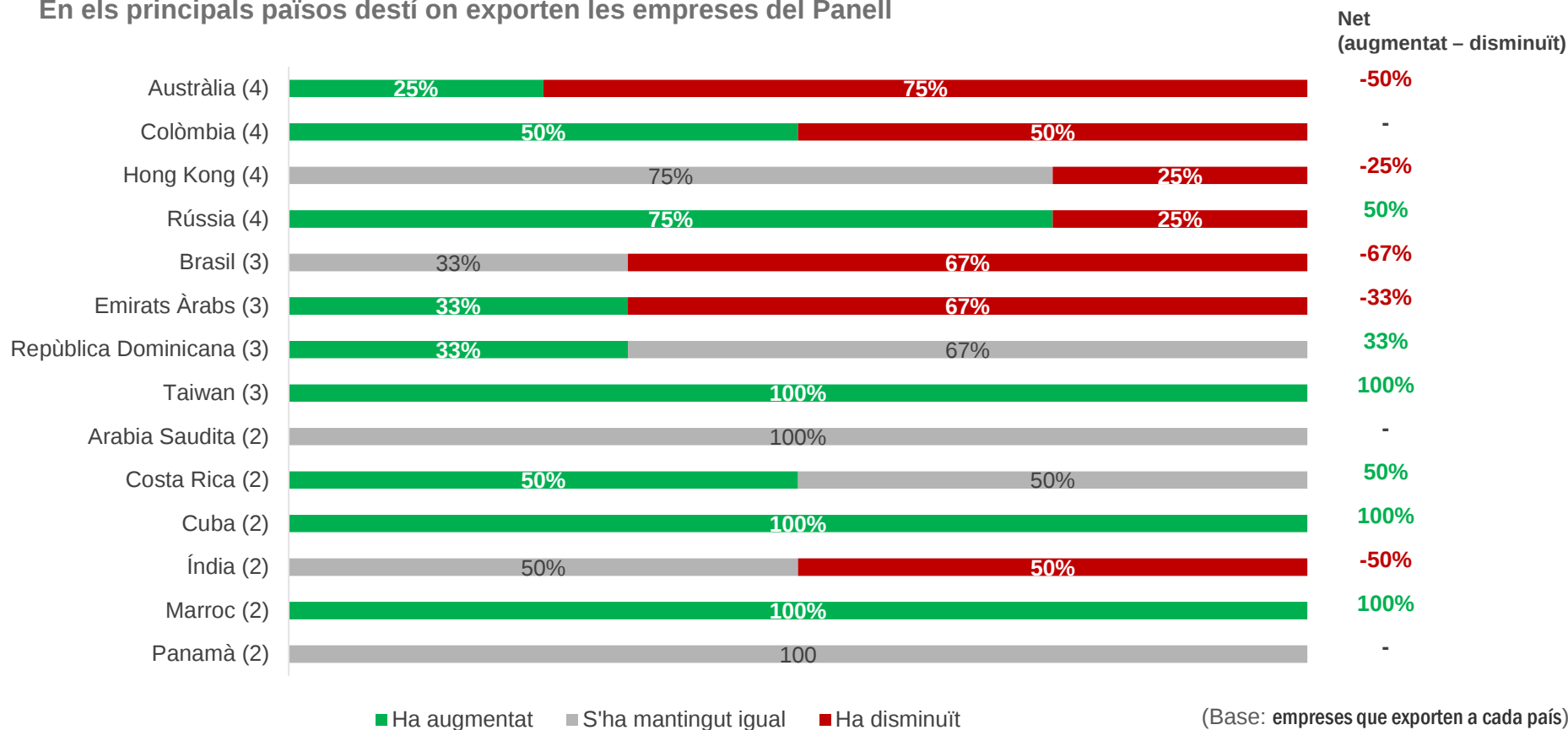
?

P.4.a. Dels mercats habituals-regulars al quals exporta, quins han incrementat o disminuït en volum d'exportació durant el 2022?

3.1. EVOLUCIÓ DELS MERCATS D'EXPORTACIÓ DURANT 2022 (2 de 2)

ALTRES MERCATS: INCREMENT O DISMINUCIÓ EN VOLUM D'EXPORTACIÓ DURANT EL 2022

En els principals països destí on exporten les empreses del Panell



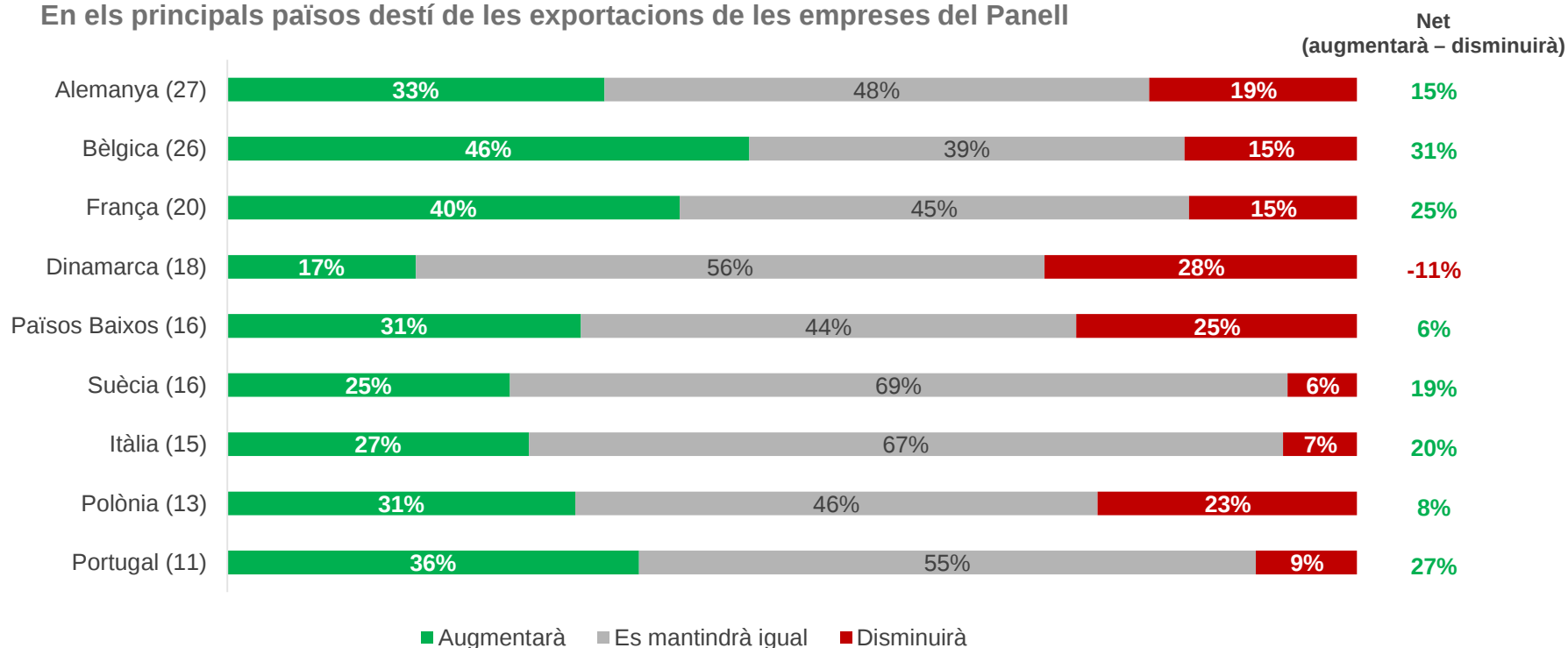
?

P.4.a. Dels mercats habituals-regulars al quals exporta, quins han incrementat o disminuït en volum d'exportació durant el 2022?

3.2. PREVISIÓ MERCATS PRINCIPALS PRIMER TRIMESTRE DE 2023 (1 de 2)

MERCATS DE LA UNIÓ EUROPEA QUE AUGMENTARAN O REDUIRAN EL VOLUM D'EXPORTACIÓ EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2023

En els principals països destí de les exportacions de les empreses del Panell



(Base: empreses que exporten a cada país)

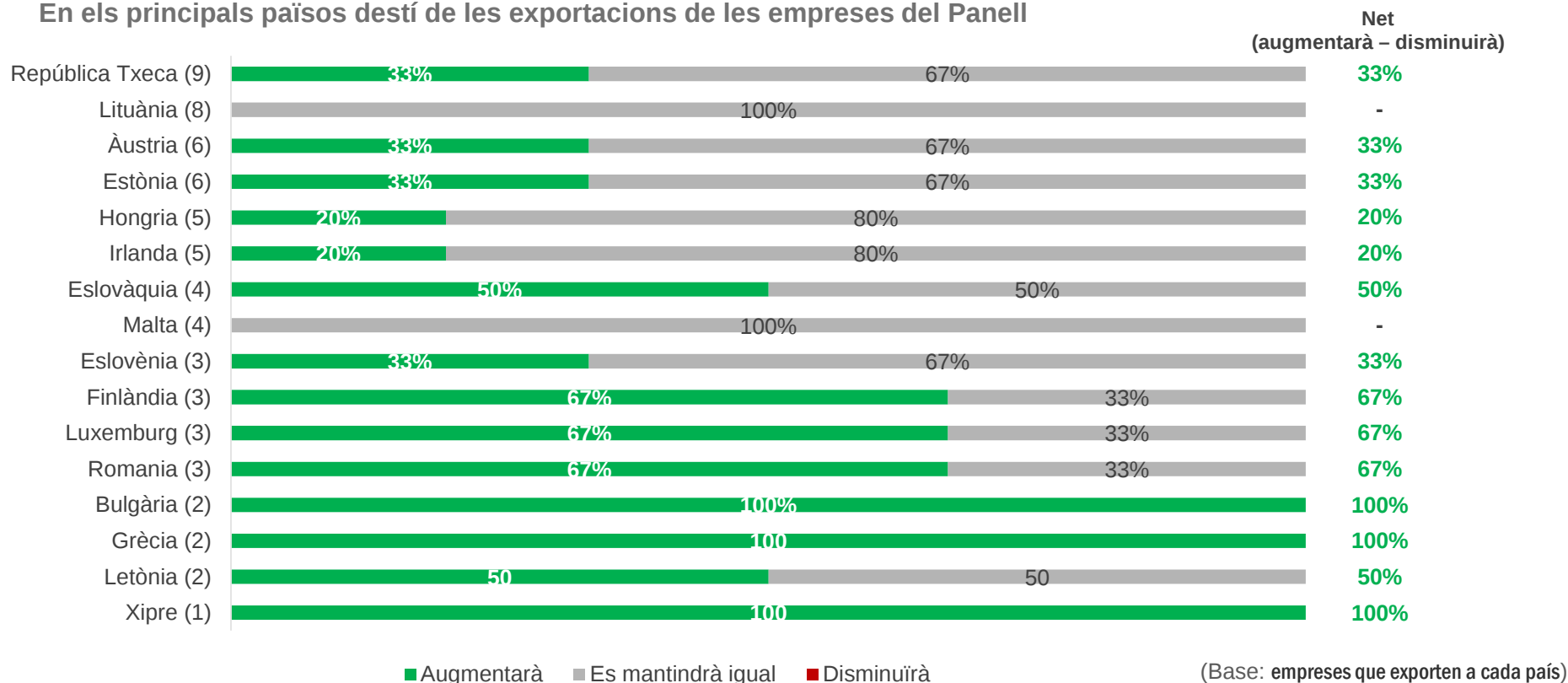
?

P.4.b. I quina és la previsió per a aquests mercats en el primer trimestre de 2023

3.2. PREVISIÓ MERCATS PRINCIPALS PRIMER TRIMESTRE DE 2023 (2 de 2)

MERCATS DE LA UNIÓ EUROPEA QUE AUGMENTARAN O REDUIRAN EL VOLUM D'EXPORTACIÓ EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2023

En els principals països destí de les exportacions de les empreses del Panell



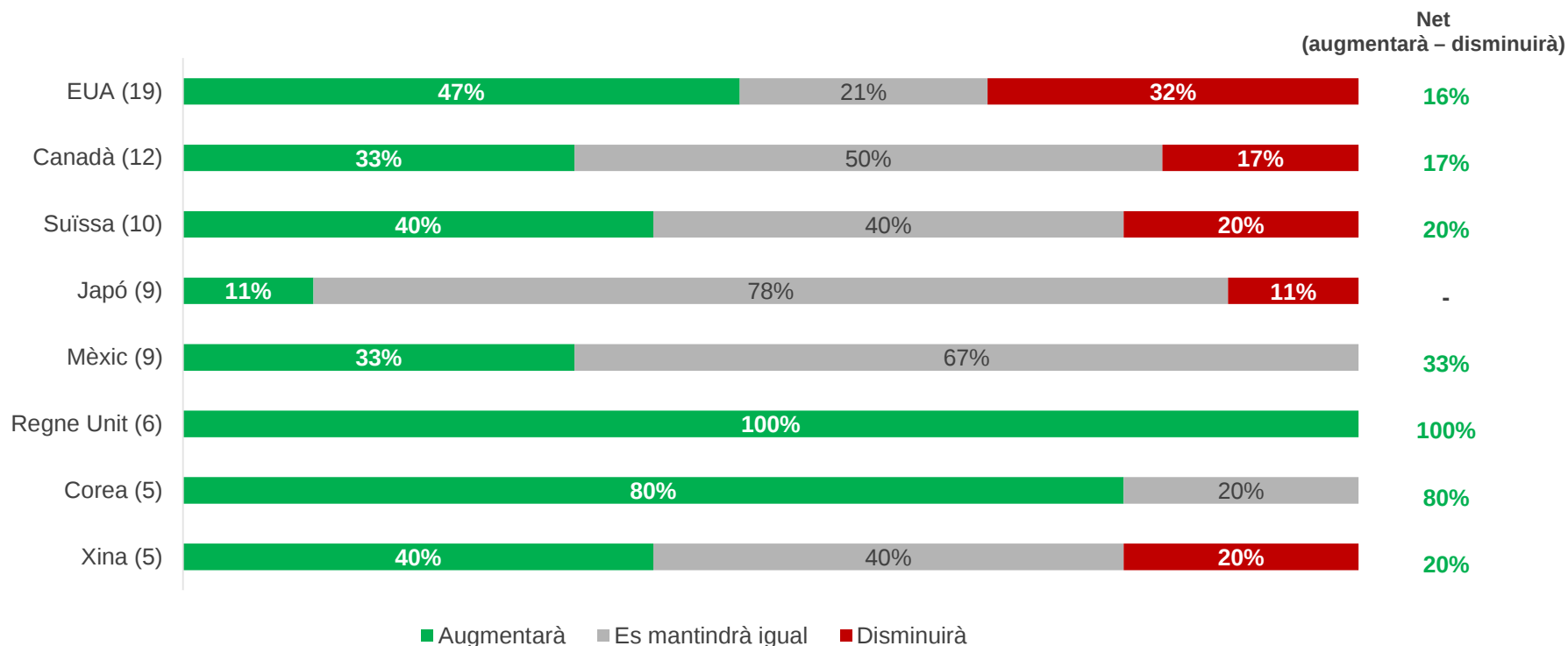
?

P.4.b. I quina és la previsió per a aquests mercats en el primer trimestre de 2023

3.2. PREVISIÓ MERCATS EXPORTACIÓ PRIMER TRIMESTRE DE 2023 (1 de 2)

ALTRES MERCATS QUE AUGMENTARAN O REDUIRAN EL VOLUM D'EXPORTACIÓ EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2023

En els principals països destí de les exportacions de les empreses del Panell



(Base: empreses que exporten a cada país)

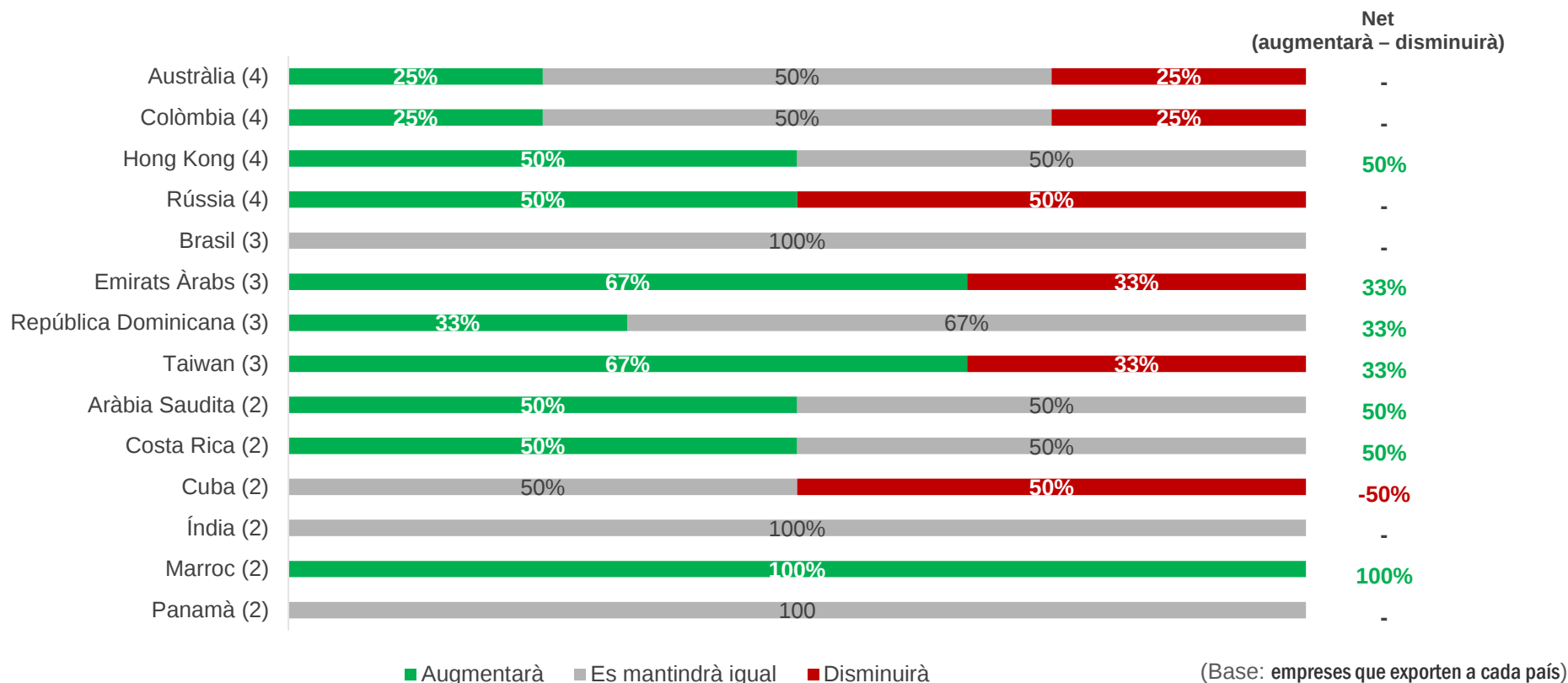
?

P.4.b. I quina és la previsió per a aquests mercats en el primer trimestre de 2023

3.2. PREVISIÓ MERCATS EXPORTACIÓ PRIMER TRIMESTRE DE 2023 (2 de 2)

ALTRES MERCATS QUE AUGMENTARAN O REDUIRAN EL VOLUM D'EXPORTACIÓ EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2023

En els principals països destí de les exportacions de les empreses del Panell



?

P.4.b. I quina és la previsió per a aquests mercats en el primer trimestre de 2023

SÍNTESI EVOLUCIÓ I PREVISIÓ MERCATS D'EXPORTACIÓ

MERCATS DE LA UNIÓ EUROPEA

En els principals països destí de les exportacions de les empreses del Panell

	Net evolució 2022 vs. 2021 (augmentat – disminuït)	Net previsió 2023 (augmentarà – disminuirà)		Net evolució 2022 vs. 2021 (augmentat – disminuït)	Net previsió 2023 (augmentarà – disminuirà)
Alemanya (27)	22%	15%	República Txeca (9)	-	33%
Bèlgica (26)	12%	31%	Lituània (8)	-	-
França (20)	25%	25%	Àustria (6)	-17%	33%
Dinamarca (18)	-17%	-11%	Estònia (6)	50%	33%
Països Baixos (16)	19%	6%	Hongria (5)	60%	20%
Suècia (16)	-6%	19%	Irlanda (5)	80%	20%
Itàlia (15)	-	20%	Eslovàquia (4)	-25%	50%
Polònia (13)	54%	8%	Malta (4)	25%	-
Portugal (11)	36%	27%	Eslovènia (3)	-	33%
			Finlàndia (3)	67%	67%
			Luxemburg (3)	67%	67%
			Romania (3)	-	67%
			Bulgària (2)	50%	100%
			Grècia (2)	-100%	100%
			Letònia (2)	100%	50%
			Xipre (1)	100%	100%

(Base: empreses que exporten a cada país)

SÍNTESI EVOLUCIÓ I PREVISIÓ MERCATS D'EXPORTACIÓ

ALTRES MERCATS

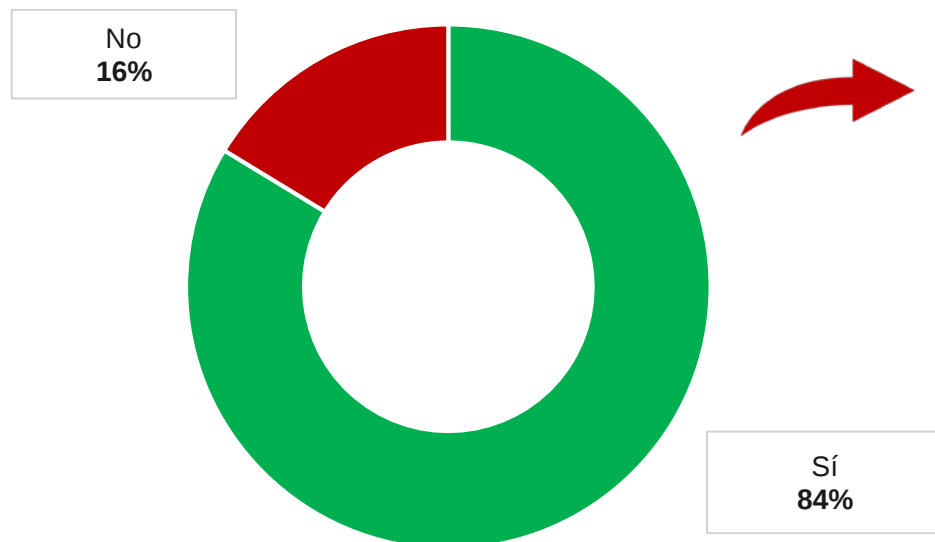
En els principals països destí de les exportacions de les empreses del Panell

	Net evolució 2022 vs. 2021 (augmentat – disminuït)	Net previsió 2023 (augmentarà – disminuirà)		Net evolució 2022 vs. 2021 (augmentat – disminuït)	Net previsió 2023 (augmentarà – disminuirà)
EUA (19)	53%	16%	Austràlia (4)	-50%	-
Canadà (12)	255	17%	Colòmbia (4)	-	-
Suïssa (10)	80%	20%	Hong Kong (4)	-25%	50%
Japó (9)	-33%	0%	Rússia (4)	50%	-
Mèxic (9)	22%	33%	Brasil (3)	-67%	-
Regne Unit (6)	83%	100%	Emirats Àrabs (3)	-33%	33%
Corea (5)	100%	80%	República Dominicana (3)	33%	33%
Xina (5)			Taiwan (3)	100%	33%
			Aràbia Saudita (2)	-	50%
			Costa Rica (2)	50%	50%
			Cuba (2)	100%	-50%
			Índia (2)	-50%	-
			Marroc (2)	100%	100%
			Panamà (2)	-	-

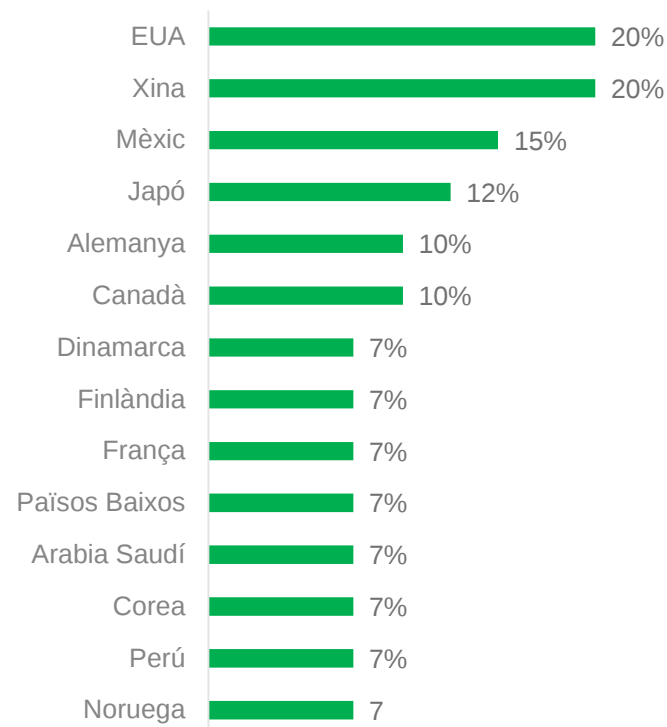
(Base: empreses que exporten a cada país)

3.3. DIVERSIFICACIÓ A NOUS MERCATS EN L'ANY 2023

PREVISIÓ DE DIVERSIFICAR



MERCATS PER A LA DIVERSIFICACIÓ



(Base: 49 entrevistats)

?

P.5.a. Tenen planificat diversificar, exportar a nous mercats al 2023 (en el proper trimestre)?

P.5.b. A quins?



4. FACTORS QUE INFLUEIXEN EN L'ACTIVITAT EXPORTADORA

4.1. FACTORS QUE INFLUEIXEN EN L'ACTIVITAT EXPORTADORA

RÀNQUING “MOLT”

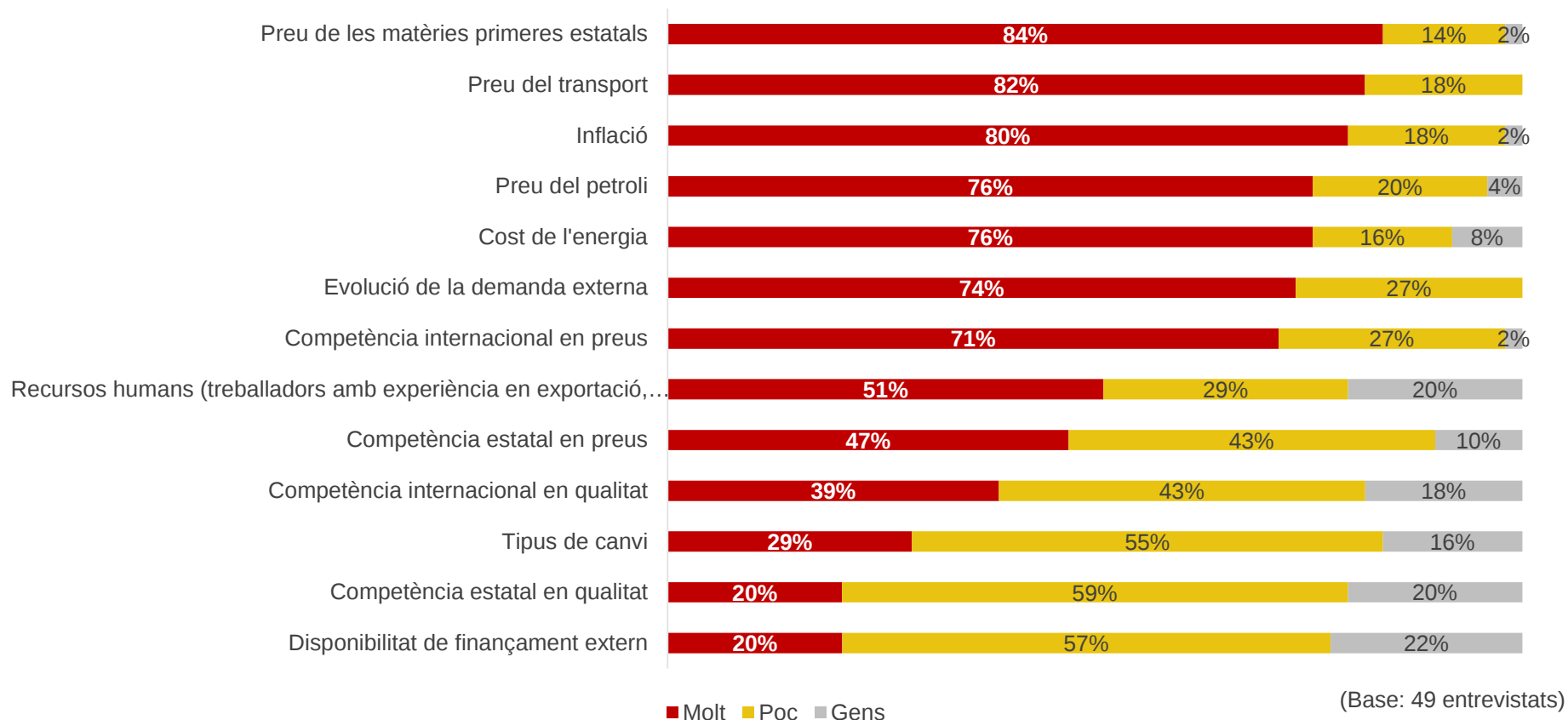


?

P.3. En quina mesura creu que influeix cadascun d'aquests factors en l'activitat exportadora de l'empresa?

4.1. FACTORS QUE INFLUEIXEN EN L'ACTIVITAT EXPORTADORA

MESURA EN LA QUE INFLUEIX CADA FACTOR



?

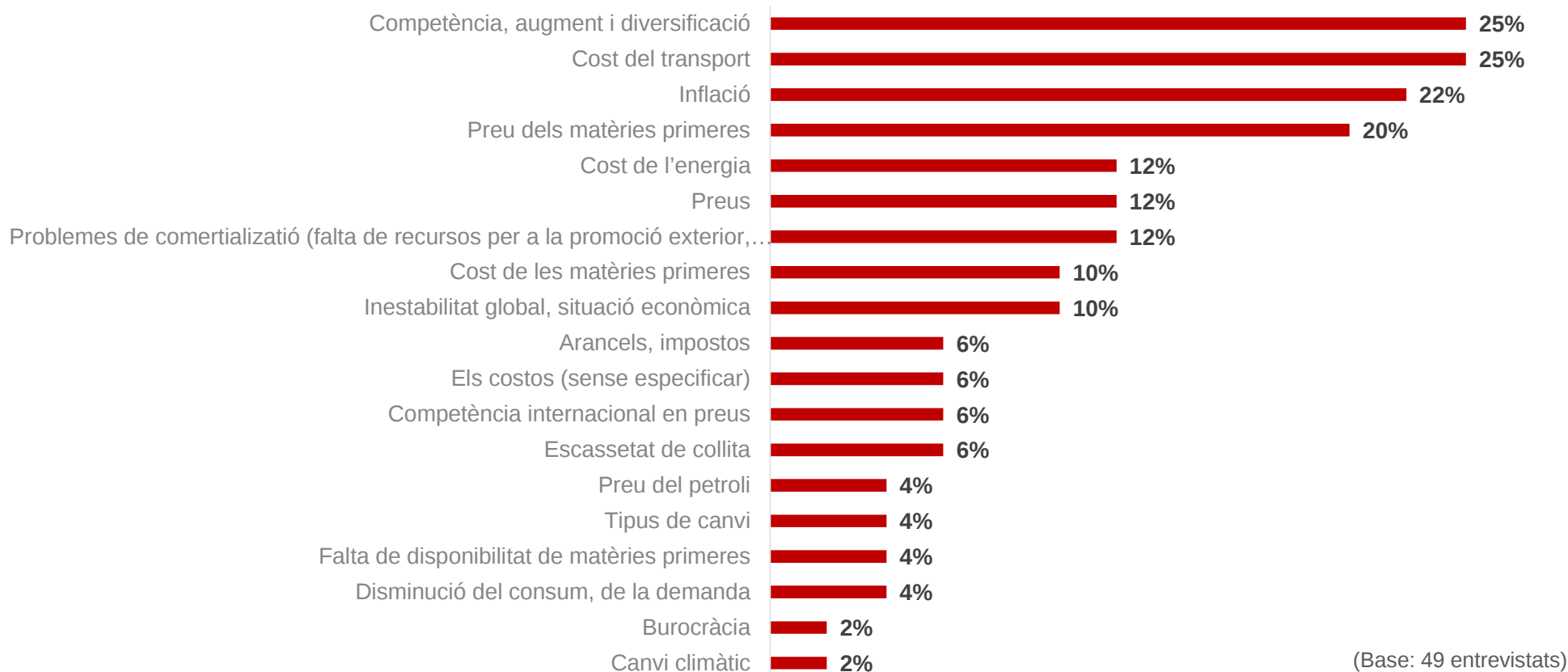
P.3. En quina mesura creu que influeix cadascun d'aquests factors en l'activitat exportadora de l'empresa?



5. AMENACES I EXPECTATIVES PER A L'ACTIVITAT EXPORTADORA

5.1. PRINCIPALS AMENACES PER A LA ACTIVITAT EXPORTADORA ACTUAL

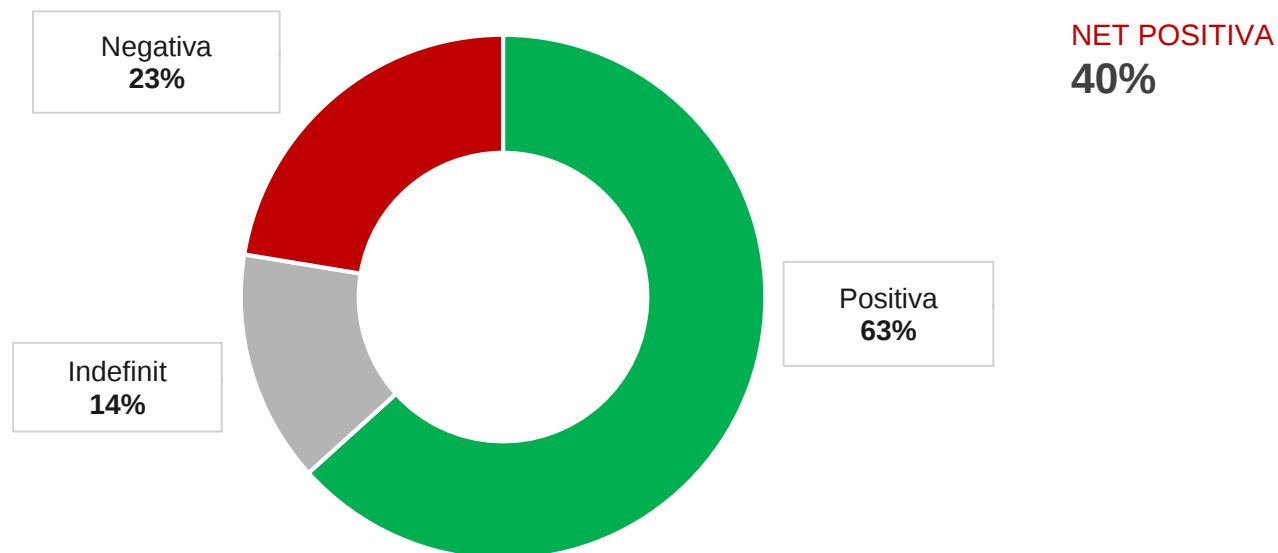
(Resposta múltiple)



?

P.6. Quines pensa que són les principals amenaces per a la seva activitat exportadora actual?

5.2. EXPECTATIVA GENERAL PEL QUE FA A LES EXPORTACIONS PEL 2023

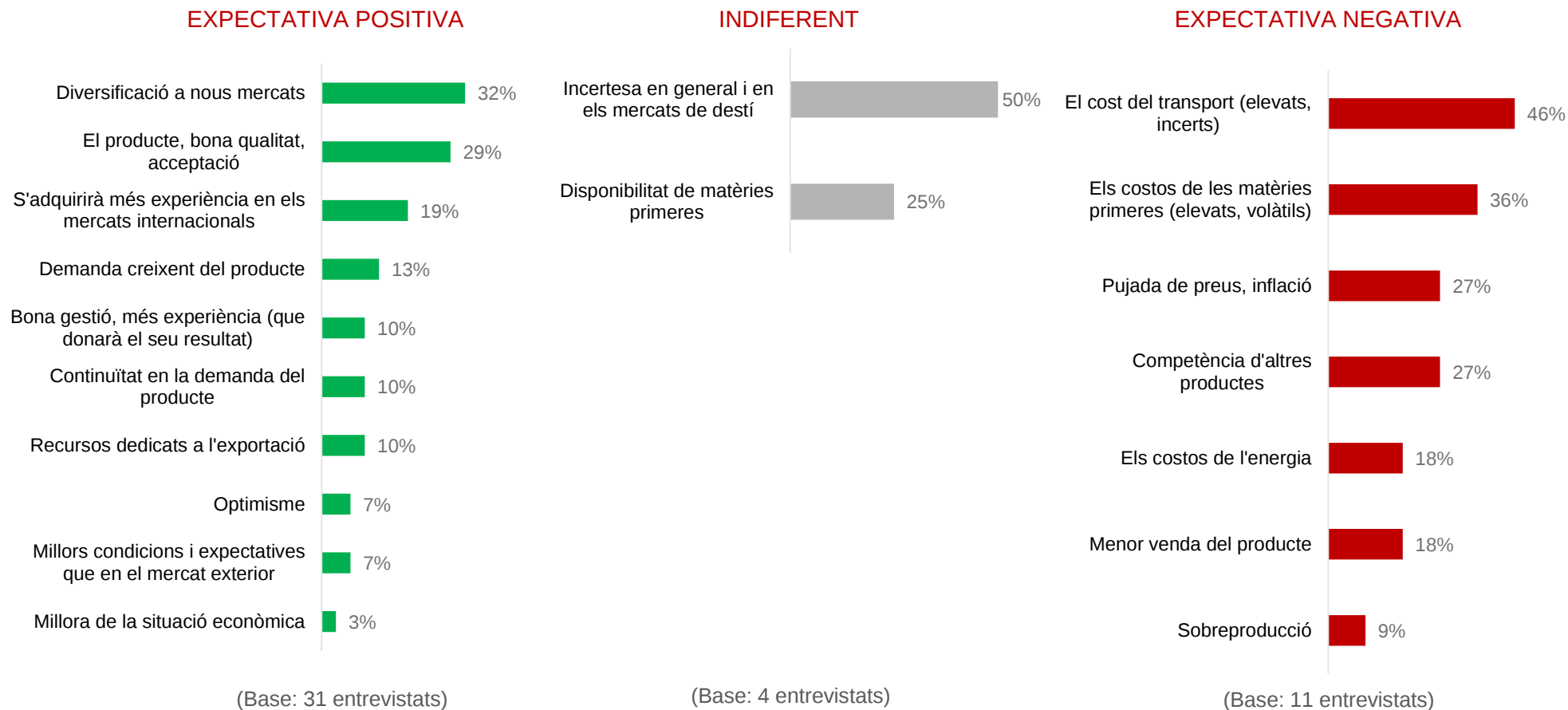


(Base: 49 entrevistats)

?

P.7.a. Quina és la seva expectativa general pel que fa a les exportacions dels seus productes pel 2023?

5.2. EXPECTATIVA GENERAL PEL QUE FA A LES EXPORTACIONS PEL 2023



?

P.7.b. Per què?

6. REPTES I EL PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA

Generalitat de Catalunya
Departament d'Acció Exterior
i Govern Obert

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

Oportunitats i reptes internacionals del sector agroalimentari

- Secretari Alimentació DACC, Sr. Carmel Mòdol
- Presidenta Afrucat, Sra. Montse Baró
- Màrqueting manager Olis Solé, Sra. Judit March
- Presidenta de l'Associació de la Dieta Mediterrània, Dr. Ramon Estruch
- Propietària Prodeca, Sra. Anna Faus de Vell

6.1. EL PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA

ANÀLISI QUALITATIU

COM MÉS PETITA ÉS L'EMPRESA, MÉS VALUOSA ÉS L'AJUDA DE L'ADMINISTRACIÓ.

Vendre fora suposa tot un repte: fer una anàlisi de com està el mercat, conèixer la cultura, regles per a la negociació, accedir als distribuïdors clau...

En aquest sentit es fa una valoració positiva de l'ajuda que reben per part de Prodeca-DACC, encara que en alguns casos esmenten que és complicat distingir fins a on arriba el paper de l'un i l'altre.

Els organismes estatals es perceben com a entitats llunyanes. Confien més en les institucions locals, més properes.

De Prodeca destaquen:

- El contacte humà que es té amb el personal de Prodeca i l'assessorament que reben.
- L'ajuda amb l'organització de fires.
- L'oferta de cursos de formació per a exportació.

“A Prodeca m'estan ajudant molt. No és que siguin treballadores sinó persones. Amb mi s'estan portant molt bé. Moltes vegades m'ajuden quan no ho han de fer. T'ajuden molt a obrir països i mercats, estan com a assessorament. Els últims 4 anys han fet un impuls molt bo”.

“Ajuden molt en la segmentació: han agafat un país i han dit anem aquí, a part de la fira, què t'interessa, o accions concretes, com a Alemanya, diuen: va ,nois, enviem producte, farem un catàleg i ja esteu allà. Han aprofundit molt en països i han demanat molt quins països volem”.

“Ens van dir a veure quins països us interessin, doncs aquest i aquest. A part d'una fira què més podem fer, doncs agafar diferents importador i amb diferents empreses fer catàleg. Han aprofundit més, no només fan fires. I ha sigut important”.

6.1. EL PAPER DE L'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA

ANÀLISI QUALITATIU

POSIBLES ÀREES DE MILLORA.



DIMENSIÓ EMOCIONAL



ORGULL

No sols productes, també valors i una manera de fer.



DIMENSIÓ RACIONAL



ASSESORAMENT

Distinció entre Pime i gran empresa, les primeres necessiten més suport i unes indicacions més personalitzades, més ad hoc i adaptades al tipus de negoci. Esperen alguna cosa més que “un recerca de les pàgines grogues”.

Ajuda amb els tràmits.



DIMENSIÓ SIMBÒLICA

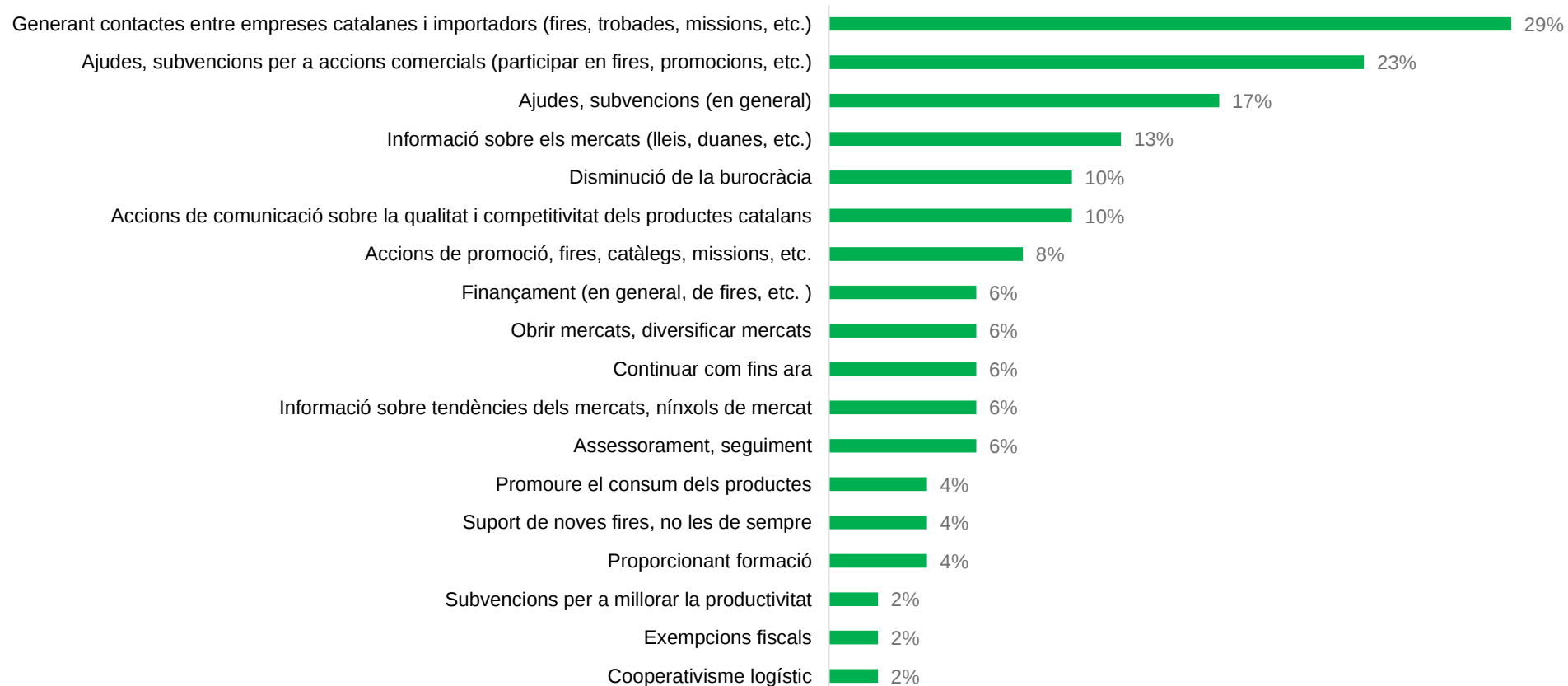


ICONES

La imatge dels stands, la marca Barcelona, ús d'icones més reconegudes a nivell internacional.

Engranatge amb baluards de la cuina catalana amb reconeixement internacional.

6.2. PROPOSTES D'AJUDA PER PART DE L'ADMINISTRACIÓ - PRODECA



(Base: 49 entrevistats)

?

P.8. Com creu que l'Administració Pública i Prodeca el poden ajudar en la seva activitat exportadora?

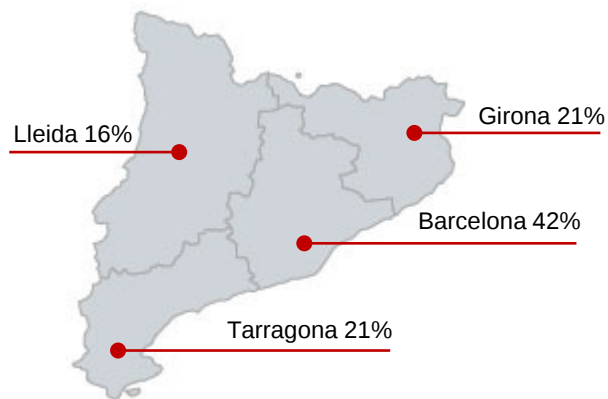


IV. ANNEX. DESCRIPCIÓ DE LA MOSTRA

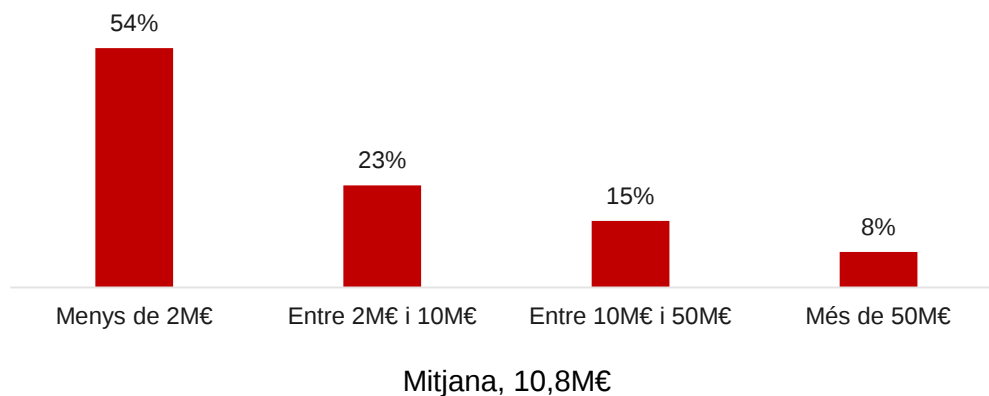
EXPORTADORS



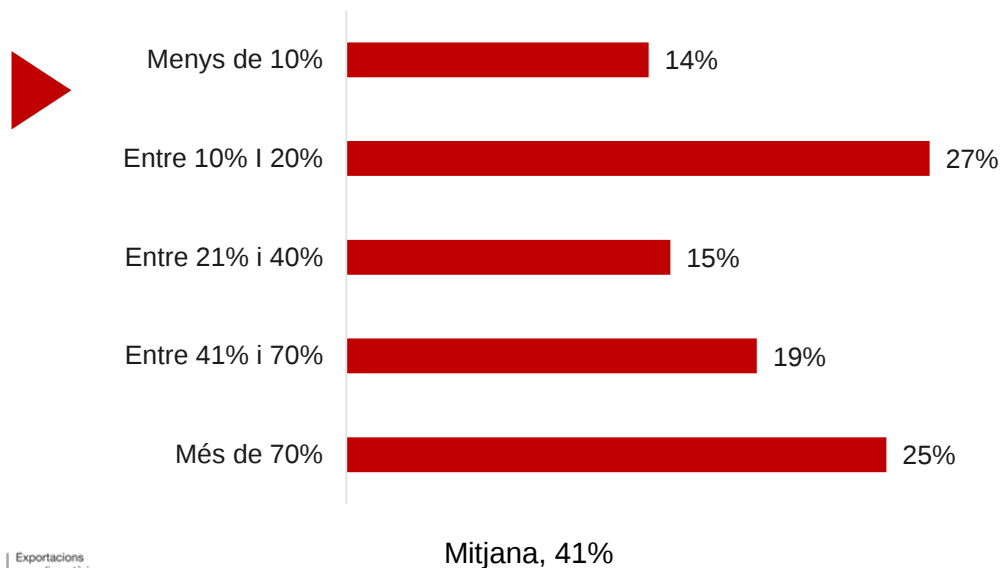
DEMARCATIÓ



FACTURACIÓ DE L'EMPRESA



PERCENTATGE QUE REPRESENTEN LES EXPORTACIONS EN LA FACTURACIÓ GLOBAL DE L'EMPRESA

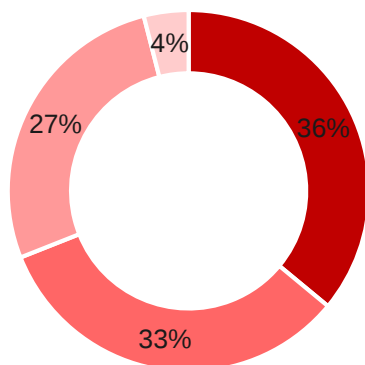


(Base: total entrevistats, 52)

EXPORTADORS



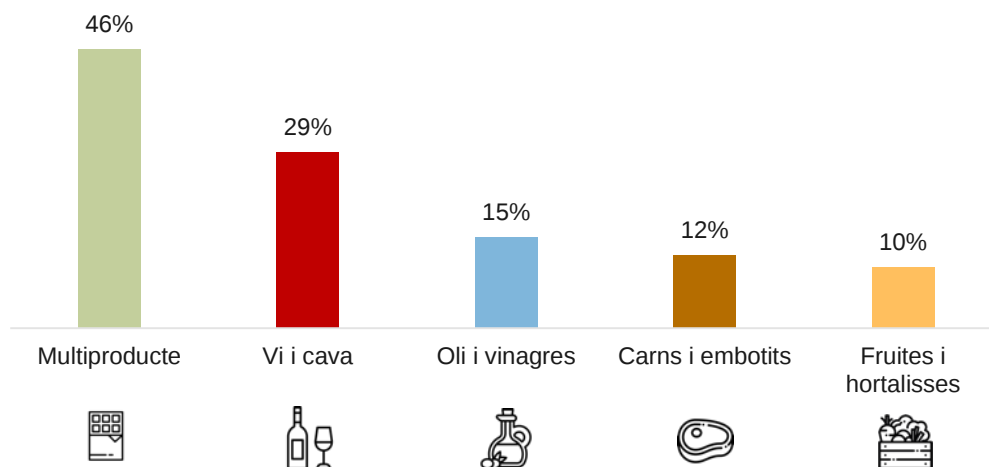
ANY QUE VA COMENÇAR A EXPORTAR



- Abans de l'any 2000
- Entre el 2001 i el 2010
- Entre el 2011 i el 2020
- Del 2021 d'ara endavant

Mitjana, 2005

PRODUCTES AGROALIMENTARIS QUE HABITUALMENT EXPORTA

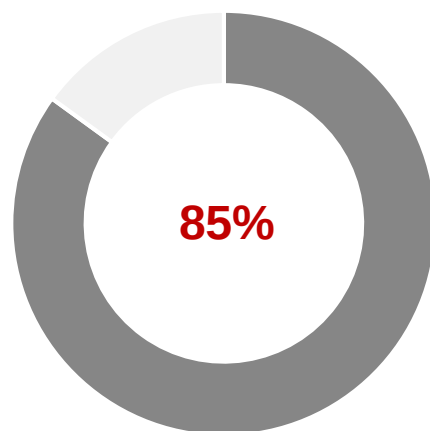


***Multiproducte** inclou les següents categories de productes: Formatges, productes lactis i ous - Sucres vegetals, begudes i líquids - Conserve, confitures i mermelades - Cereals, fruits secs, arròs i llegums - Dolços, confiteria i mel - Extractes, essències i ingredients

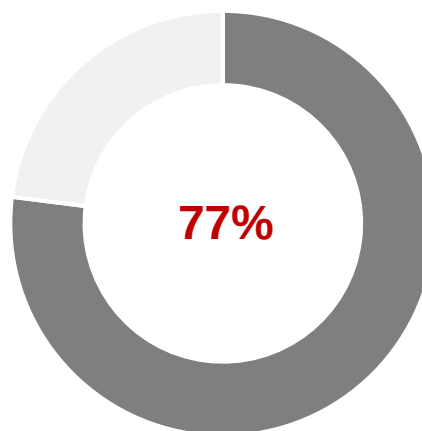
(Base: total entrevistats, 52)



PRINCIPALS MERCATS ON EXPORTA



Unió Europea



Altres mercats

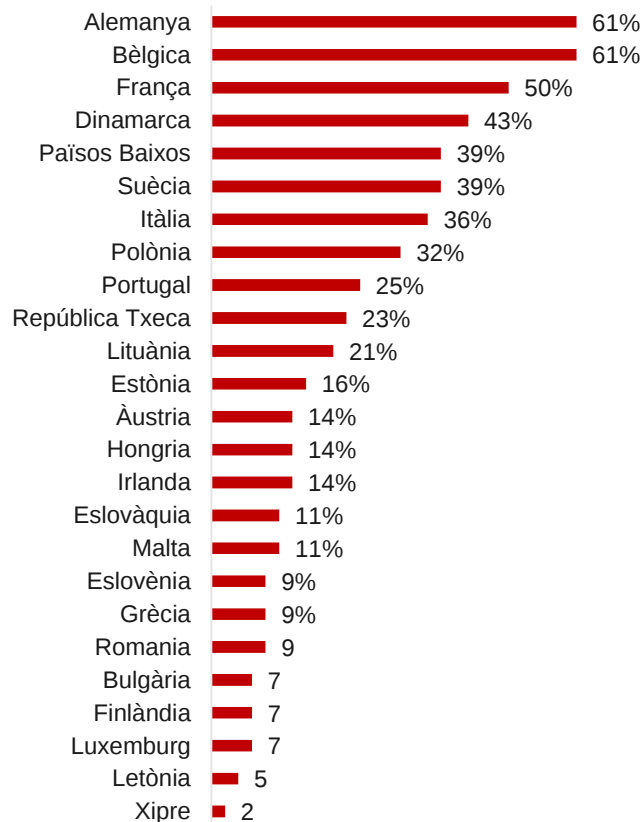
(Base: total entrevistats, 52)

EXPORTADORS

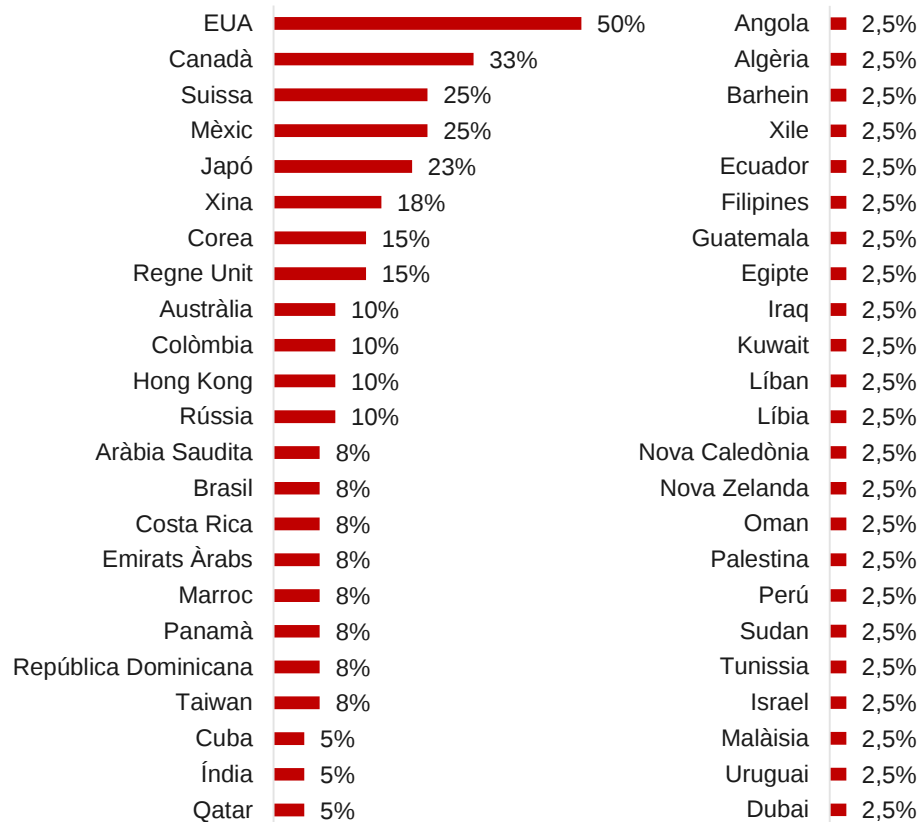


PRINCIPALS MERCATS ON EXPORTA (en detall)

Unió Europea



Altres mercats



(Base: total entrevistats, 52)

Baròmetre

Exportacions
agroalimentàries
de Catalunya



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**

 **Prodeca**
Promotora dels aliments catalans



www.prodeca.cat