



Baròmetre

Exportacions
agroalimentàries
de Catalunya

 **Prodeca**
Promotora dels aliments catalans



**Generalitat
de Catalunya**

Abril 2025



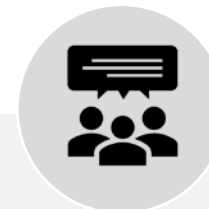
I. Objectius i metodologia	3
II. Principals Resultats	5
1. Estratègia d'internalització.	8
2. Amenaces i barreres a la internalització.	20
III. Annex. Descripció de la mostra	23



I. OBJECTIUS I METODOLOGIA

METODOLOGIA

ENQUESTA QUANTITATIVA ABRIL 2025



EMPRESSES COMERCIALITZADORES DE PRODUCTES AGROALIMENTARIS

Enquesta en línia a Empreses que han acceptat la col·laboració.



Àmbit: **Catalunya**



Univers: **empreses
comercialitzadores de productes
agroalimentaris**



Mostra:
103 entrevistes

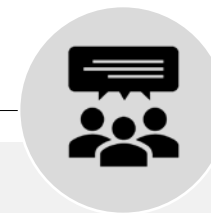


Data de realització del treball de
camp: 11 de abril al 1 de maig de
2025



II. PRINCIPALS RESULTATS

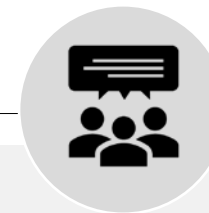
III. PRINCIPALS RESULTATS



EN SÍNTESI:

- **Els EUA, la Xina i el Japó** son els països estratègics a **curt termini**. A la UE, **Alemanya i França** els més rellevants.
- Si considerem el **mitjà termini**, **no hi ha un canvi rellevant** quant als països considerats més estratègics, però destaca la major consideració d'**Alemanya**, que passa a un segon lloc per darrere de la Xina i el Japó.
- Als països en els quals **més es preveu créixer** en els pròxims dos anys són **França i Alemanya**. El tercer lloc l'ocupa els EUA.
- En el **sector del vi i el cava** països com **el Japó, els EUA, la Xina, el Canadà i el Regne Unit** adquireixen una importància especial, tant per ser considerats estratègics en el curt i mitjà termini com per una major previsió de creixement en els pròxims dos anys (en aquest cas, el Canadà i la Xina).
- Un terç de les empreses ha deixat d'operar en algun país recentment. **El Regne Unit és el país en el qual més s'ha deixat d'operar**, seguit dels EUA, el Brasil i Dinamarca. El principal motiu al·ludit per a deixar d'operar és el preu.

III. PRINCIPALS RESULTATS



EN SÍNTESI:

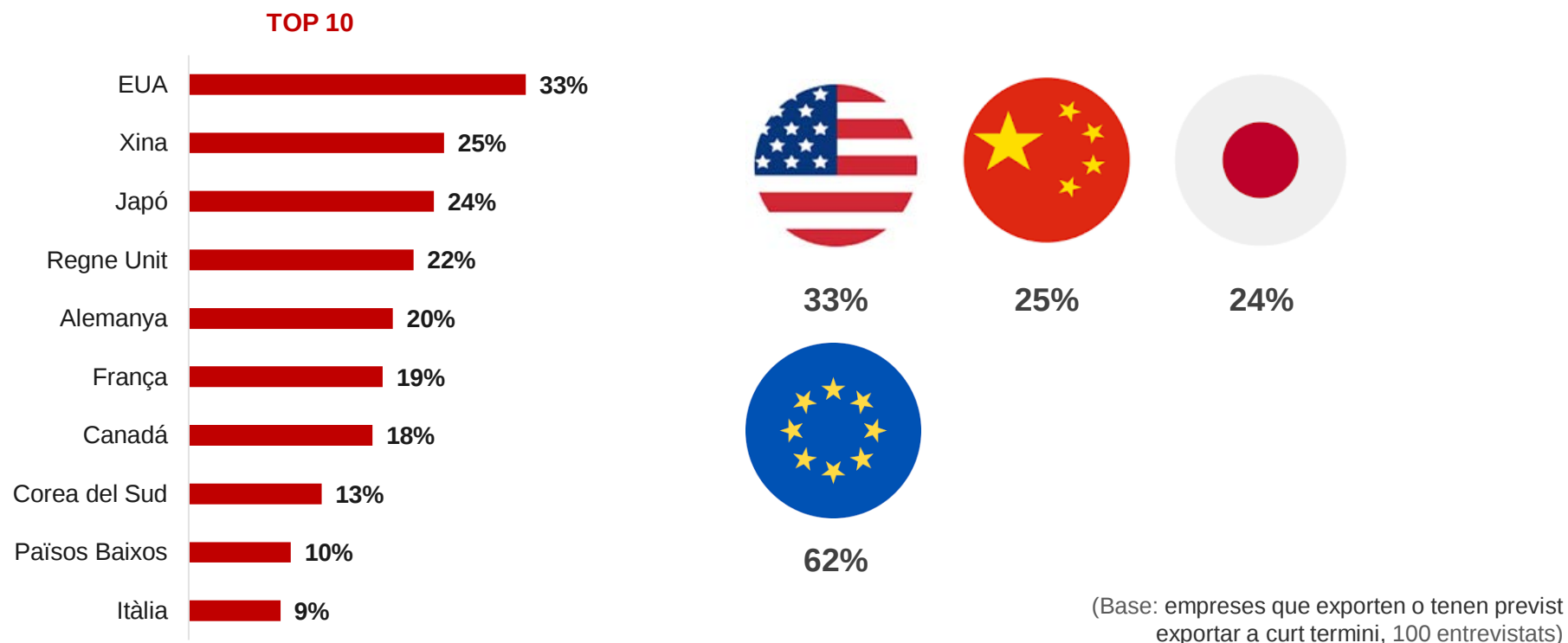
- **Dos terços de les exportadors poden veure's afectades pels aranzels dels EUA a la UE** i d'elles la meitat ha valorat acudir a mercats alternatives. El percentatge de afectades ascendeix al **85% en el sector del vi i cava** i 6 de cada 10 de les afectades preveu anar a mercats alternatives. **Mèxic, la Xina, el Canadà i Corea del Sud** són els principals mercats alternatives.
- El **canal de comercialització** més utilitzat per a l'exportació són els **importadors / distribuïdores** (94%) La gran distribució ocupa el segon lloc i adquireix una rellevància major en el sector de “fine food”.
- La **competència en preus i en qualitat, i la falta de contactis comercials** són els **dues principals barreres a la internacionalització**. En el sector del vi i cava la manca de contactis comercials és la principal barrera.
- Com exportar a mercats específics, regulacions i certificacions internacionals i màrqueting i comunicació (en aquest cas, especialment per part dels sectors de l'oli i del vi i cava) són les àrees en les quals més formació es demanda.

1. ESTRATÈGIA D'INTERNACIONALITZACIÓ

1.1 PAÏSOS ESTRATÈGICS A CURT TERMINI (2025-2026)

% d'empreses que assenyalen cada país com a estratègic a curt termini (resposta múltiple).

EUA encapçala el rànding de països estratègics a curt termini, ocupant la segona posició (compartida) **la Xina i el Japó**. La UE, considerada en el seu conjunt, és estratègica per a més de 6 de cada 10 empreses.

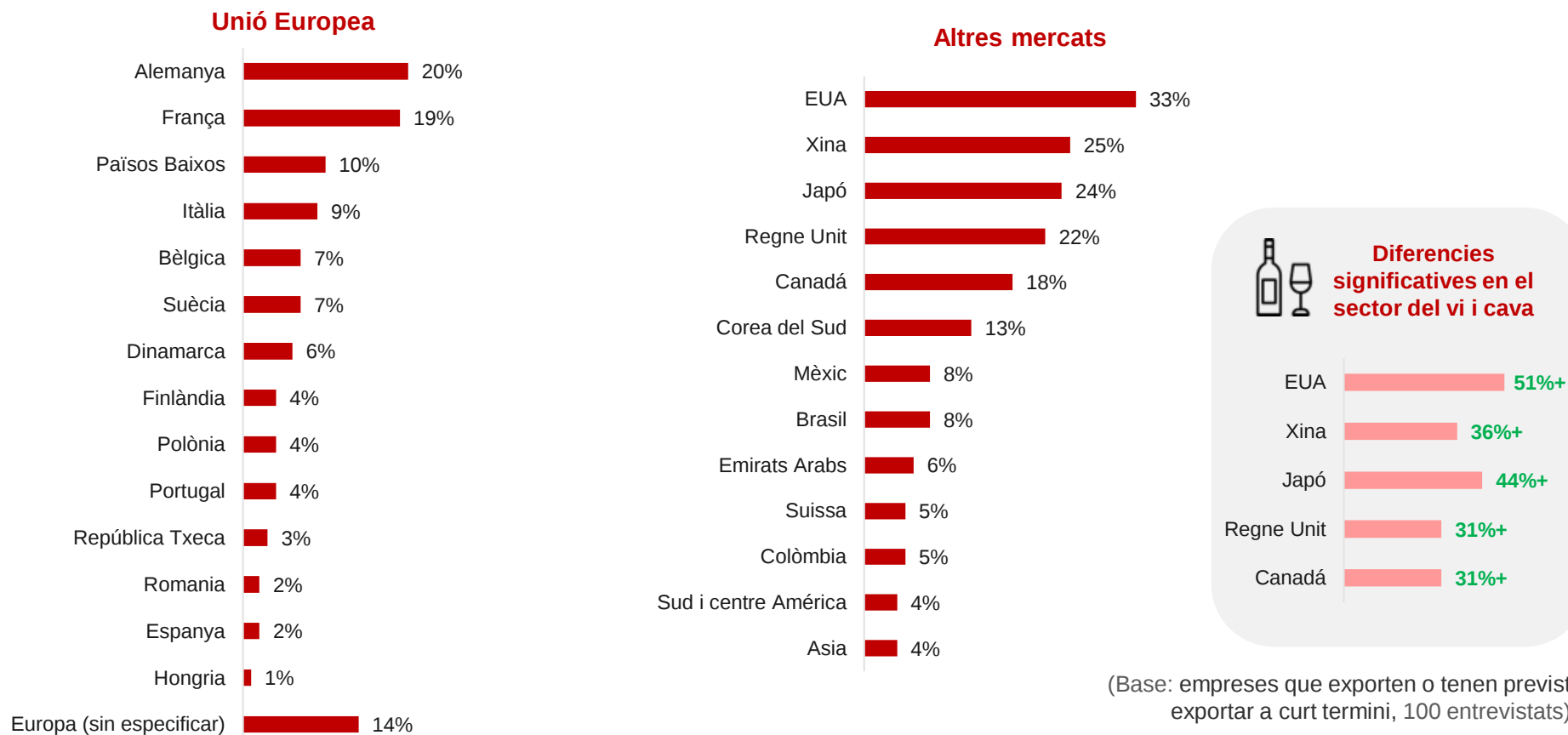


?

P.2.1. Quins són els països estratègics per a la vostra empresa a curt termini 2025-2026?

1.1 PAÏSOS ESTRATÈGICS A CURT TERMINI (2025-2026)

Detall dels esments a països de la UE i a tercers països (resposta múltiple; esments a partir del 4%).



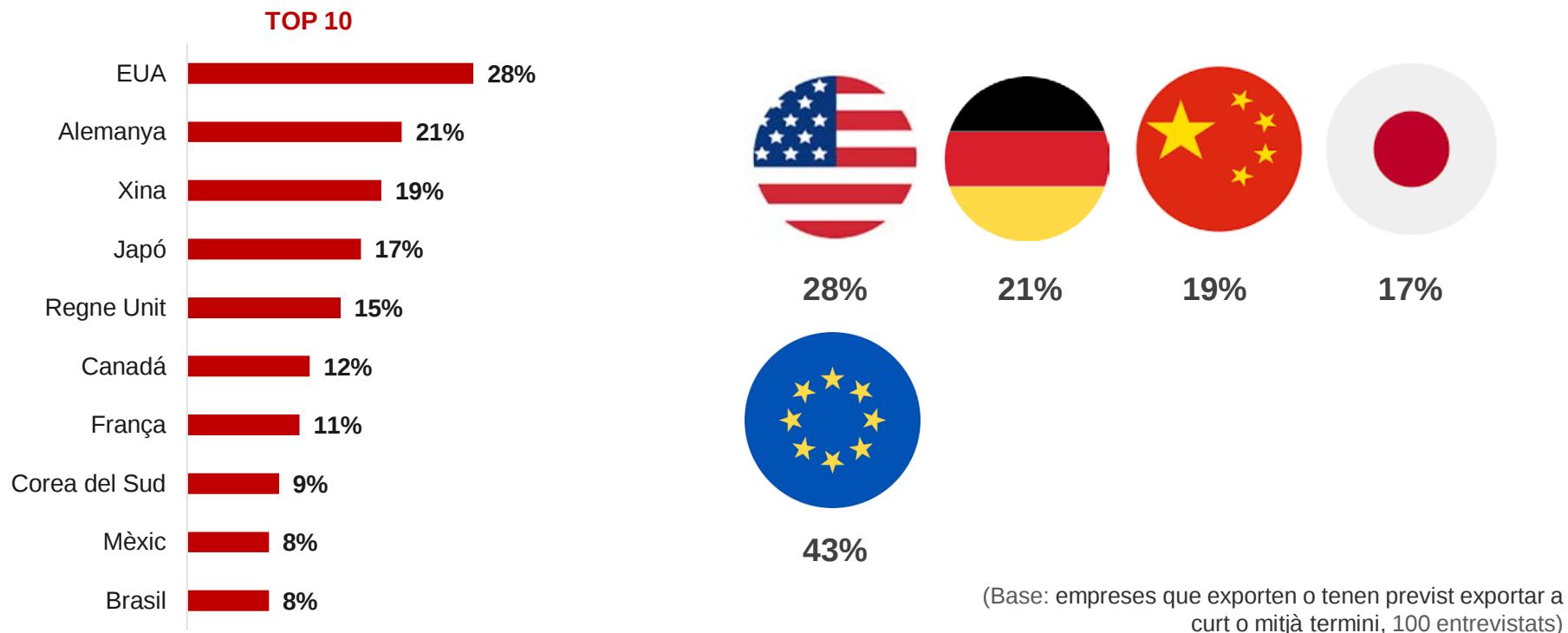
?

P.2.1. Quins són els països estratègics per a la vostra empresa a curt termini 2025-2026?

1.2 PAÏSOS ESTRATÈGICS A MITJÀ TERMINI (2028)

% d'empreses que assenyalen cada país com a estratègic a mitjà termini (resposta múltiple).

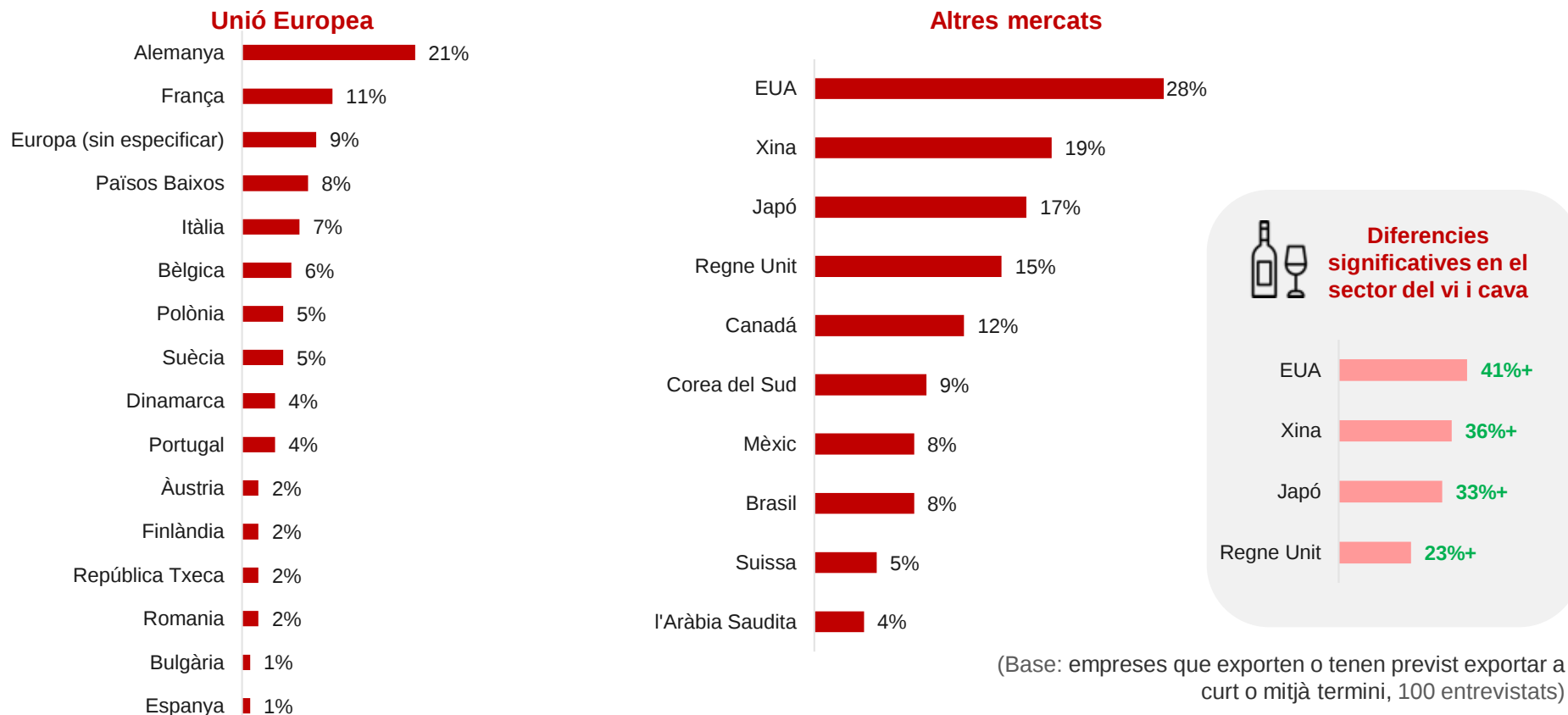
EUA encapçala també el rànkung de països estratègics a mitjà termini, ocupant, en aquest cas, Alemanya la segona posició, i **la Xina i el Japó la tercera i la quarta respectivament**. La UE, considerada en el seu conjunt, és estratègica a mitjà termini per al 43% de les empreses entrevistades.



P.2.2. Quins creieu que seran els països estratègics per a la vostra empresa a mitjà termini / amb visió 2028?

1.2 PAÏSOS ESTRATÈGICS A MITJÀ TERMINI (2028)

Detall dels esments a països de la UE i a tercers països (resposta múltiple; esments a partir del 4%).



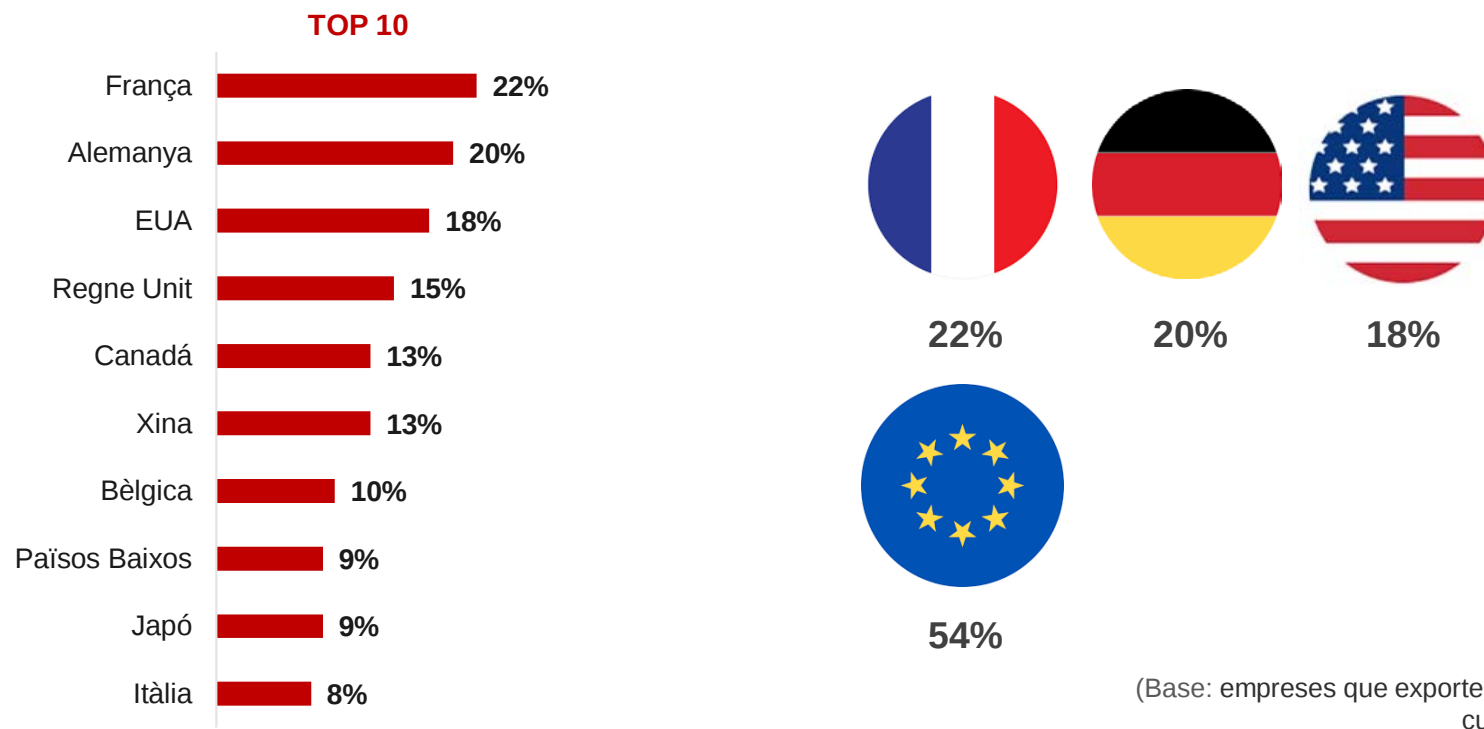
?

P.2.2. Quins creieu que seran els països estratègics per a la vostra empresa a mitjà termini / amb visió 2028?

1.3 PAÏSOS EN ELS QUALS ES PREVEU CRÉIXER MÉS EN ELS PRÒXIMS DOS ANYS

% d'empreses que assenyalen cada país com major creixement previst (resposta múltiple).

En referir-nos a països en els quals més es preveu créixer en els pròxims dos anys el rànkung canvia considerablement, passant a ocupar les primeres posicions dos països de la UE, Alemanya i França. EUA passa al tercer lloc i per davant de la Xina se situen ara el Regne Unit i el Canadà.



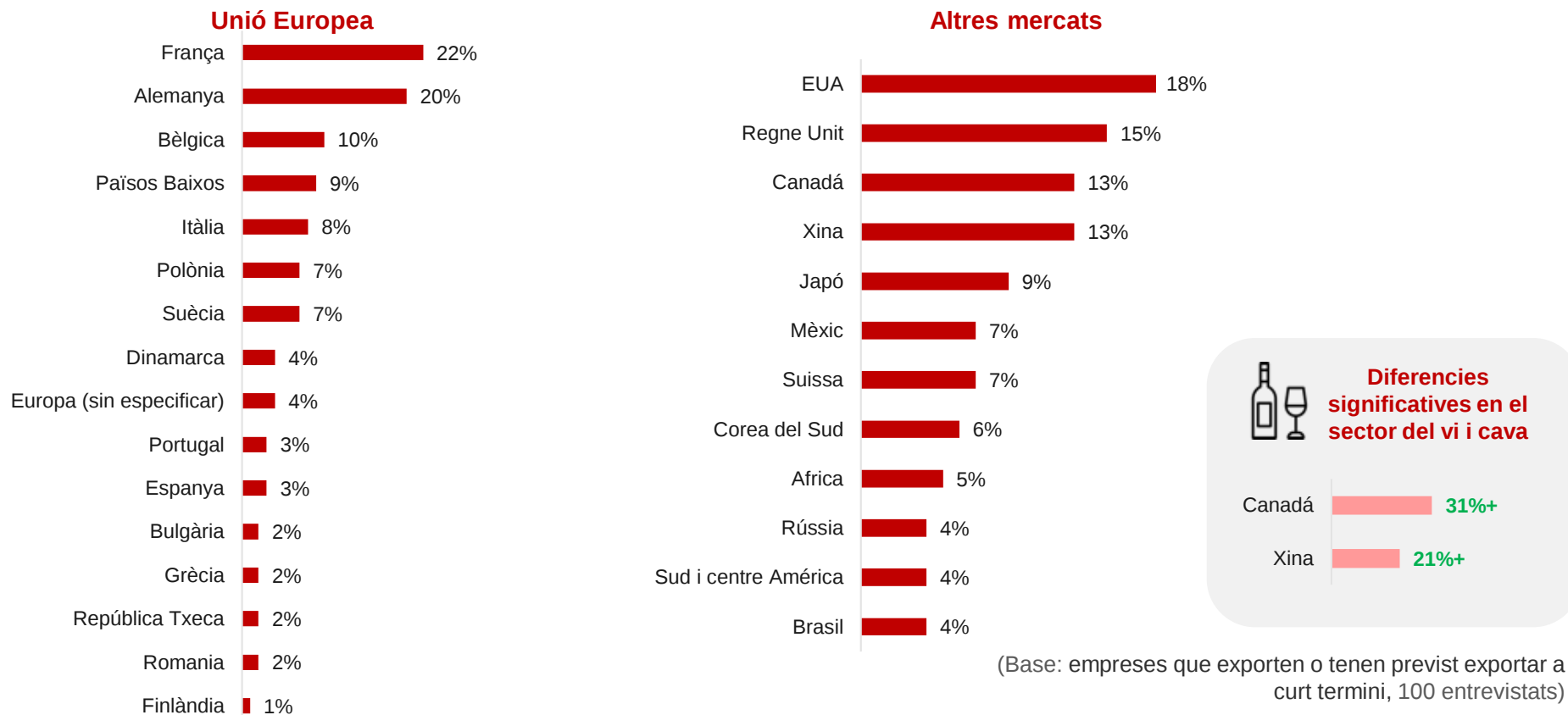
(Base: empreses que exporten o tenen previst exportar a curt termini, 100 entrevistats)

?

P.2.3. En quins països preveieu créixer més durant els pròxims dos anys?

1.3 PAÏSOS EN ELS QUALS ES PREVEU CRÉIXER MÉS EN ELS PRÒXIMS DOS ANYS

Detall dels esments a països de la UE i a tercers països (resposta múltiple; esments a partir del 4%).

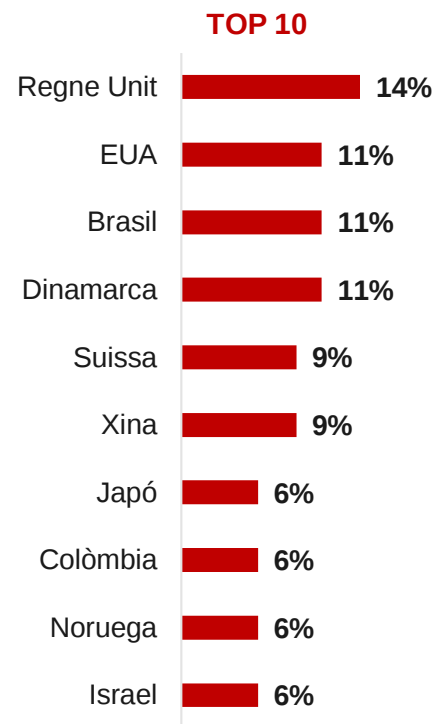
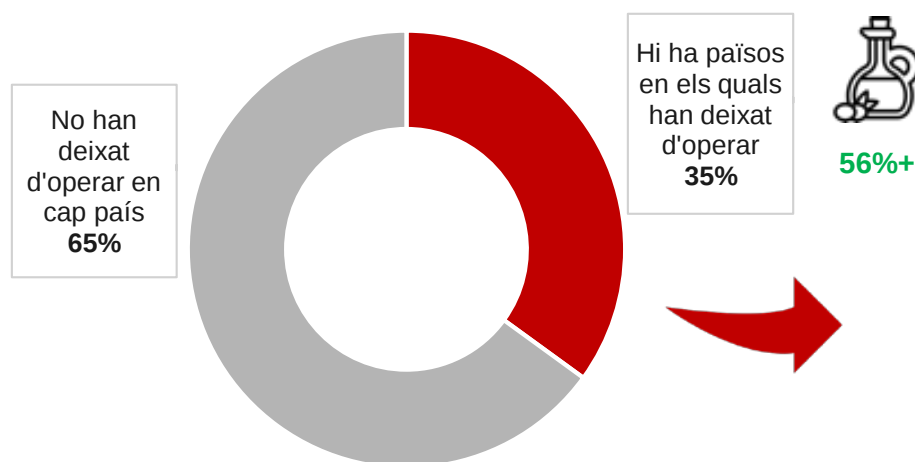


?

P.2.3. En quins països preveieu créixer més durant els pròxims dos anys?

1.4 PAÏSOS EN ELS QUALS S'HA DEIXAT D'OPERAR RECENTMENT

% d'empreses que han deixat d'operar en algun país i rànkung de països en els quals han deixat d'operar (resposta múltiple).



(Base: empreses que exporten en l'actualitat, 99 entrevistats)

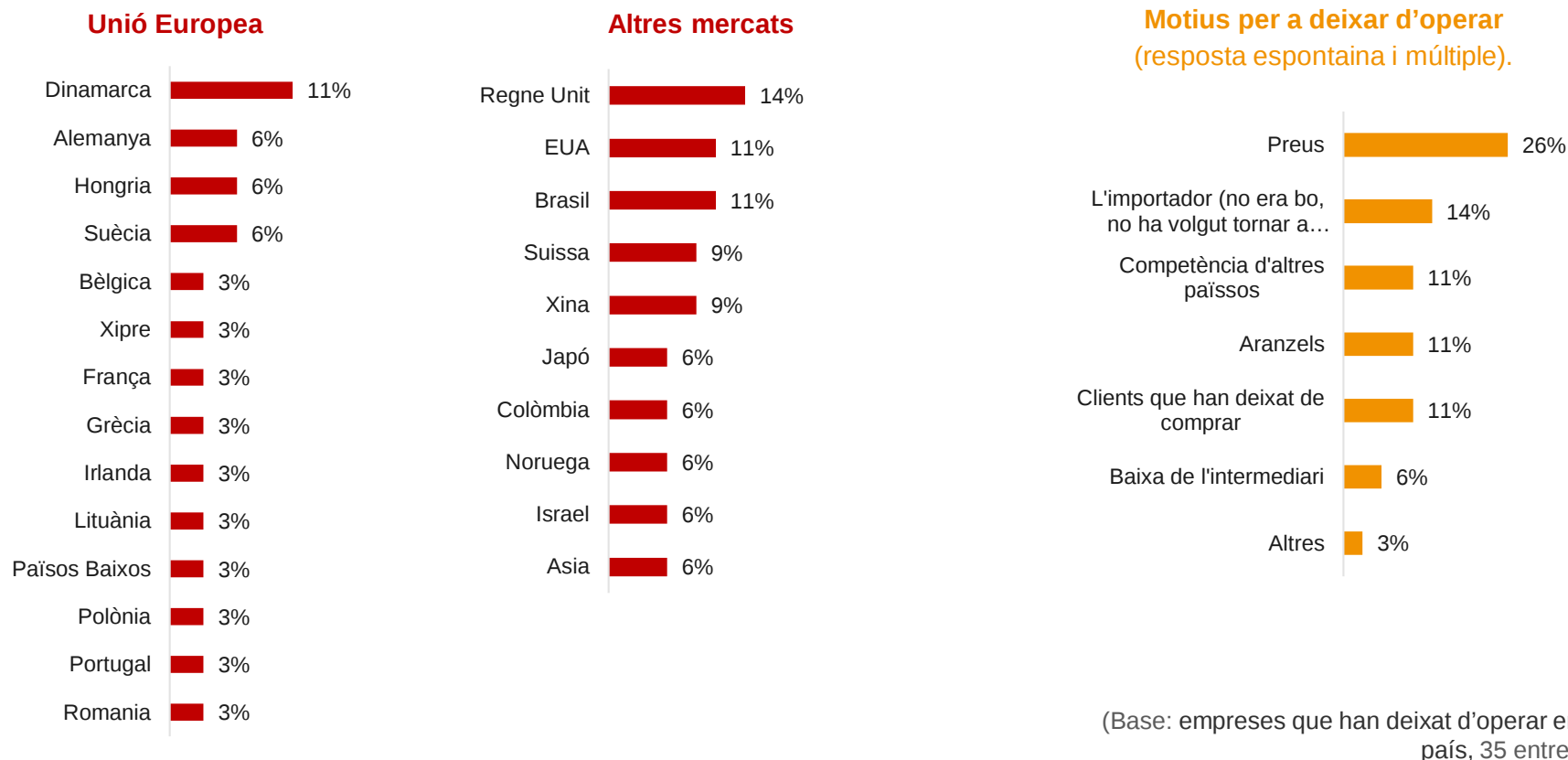
(Base: empreses que han deixat d'operar en algun país, 35 entrevistats)

?

P.2.4. Hi ha països on hagueu deixat d'operar recentment?

1.4 PAÏSOS EN ELS QUALS S'HA DEIXAT D'OPERAR RECENTMENT

Detall dels esments a països de la UE i a tercers països (resposta múltiple; esments a partir del 4%).



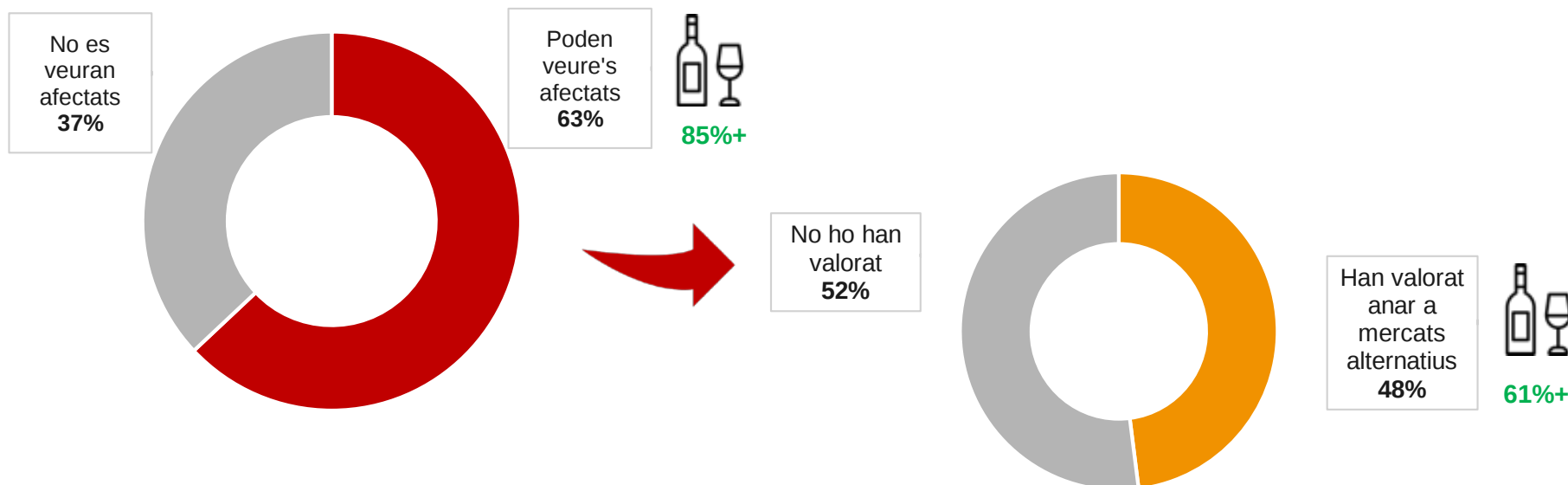
?

P.2.4. Hi ha països on hagueu deixat d'operar recentment?

1.5 EXPORTADORS QUE PODEN VEURE'S AFECTATS PELS ARANZELS DELS EUA A LA UE

% d'empreses que poden veure's afectades pels aranzels de EUA i quantes han valorat mercats alternatius.

Gairebé **dos terços de les empreses exportadores es veuran pels aranzels d'EUA**, d'elles la meitat (48%) ha valorat anar a mercats (això és una de cada tres empreses del total de les entrevistades). Entre els **exportadors de vi i cava** un **85%** creu que es veuran afectades i un **61%** valora anar a altres mercats.



(Base: empreses que exporten en l'actualitat, 99 entrevistats)

(Base: empreses que es veuràn afectades pels aranzels dels EUA, 62 entrevistats)

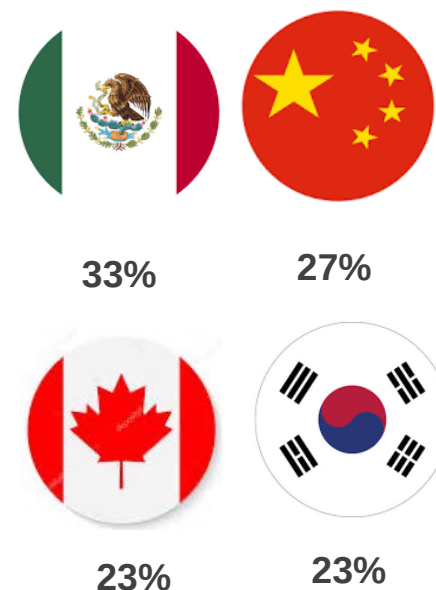
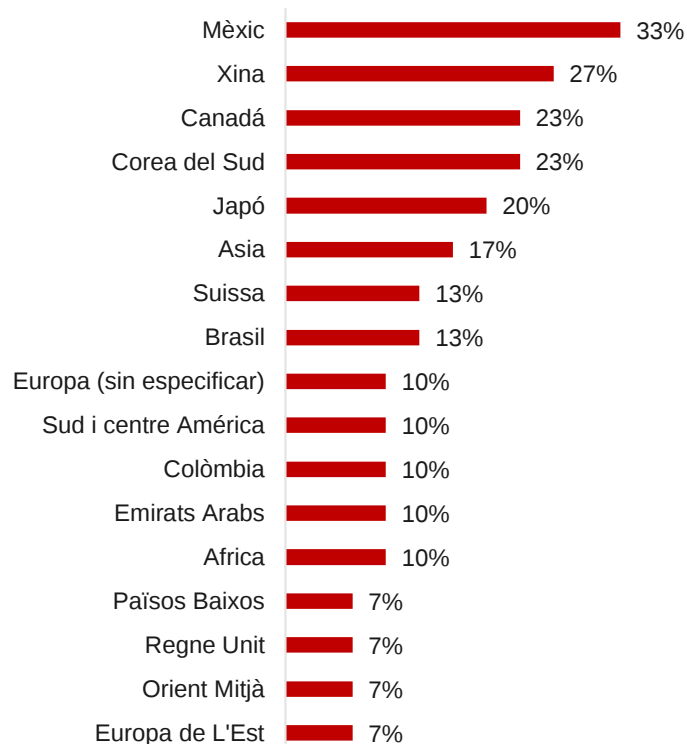
?

P.2.5. Pot la vostra empresa veure's afectada pels aranzels que els EUA ha imposat a la UE?

P.2.6. Heu valorat anar a mercats alternatius? A quins?

1.6 PRINCIPALS MERCATS ALTERNATIU COM A RESPOSTA ALS ARANZELS

Entre les empreses que estan valorant anar a altres mercats, % de menció de cada país o zona (resposta múltiple; esments a partir del 4%).



(Base: empreses que han valorat anar a mercats alternatius, 30 entrevistats)

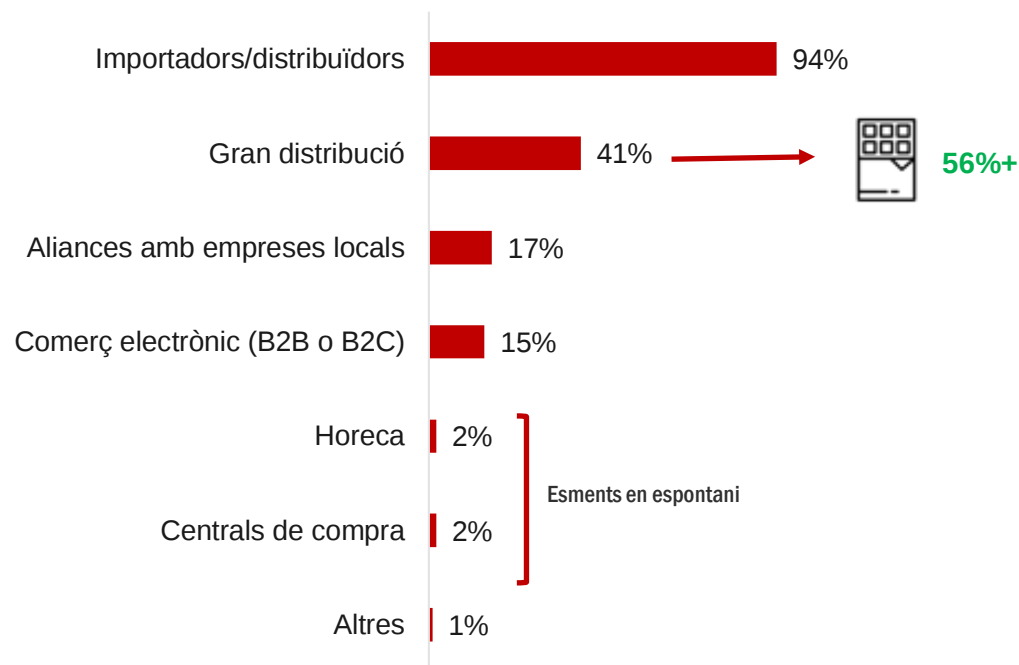
?

P.2.6. Heu valorat anar a mercats alternatius? A quins?

1.7 CANALS DE COMERCIALITZACIÓ UTILITZATS EN L'EXPORTACIÓ

% d'empreses que utilitza cada canal de comercialització (resposta múltiple).

Pràcticament totes les empreses utilitzen importadors / distribuïdors per a l'exportació. Destaca la poca penetració de les aliances amb empreses locals i el comerç electrònic. La gran distribució és utilitzada especialment en el sector de “fine food” o multiproducte, on el percentatge puja al 56%.



(Base: empreses que exporten en l'actualitat, 99 entrevistats)

?

P.2.7. Quins canals de comercialització utilitzeu en l'exportació?

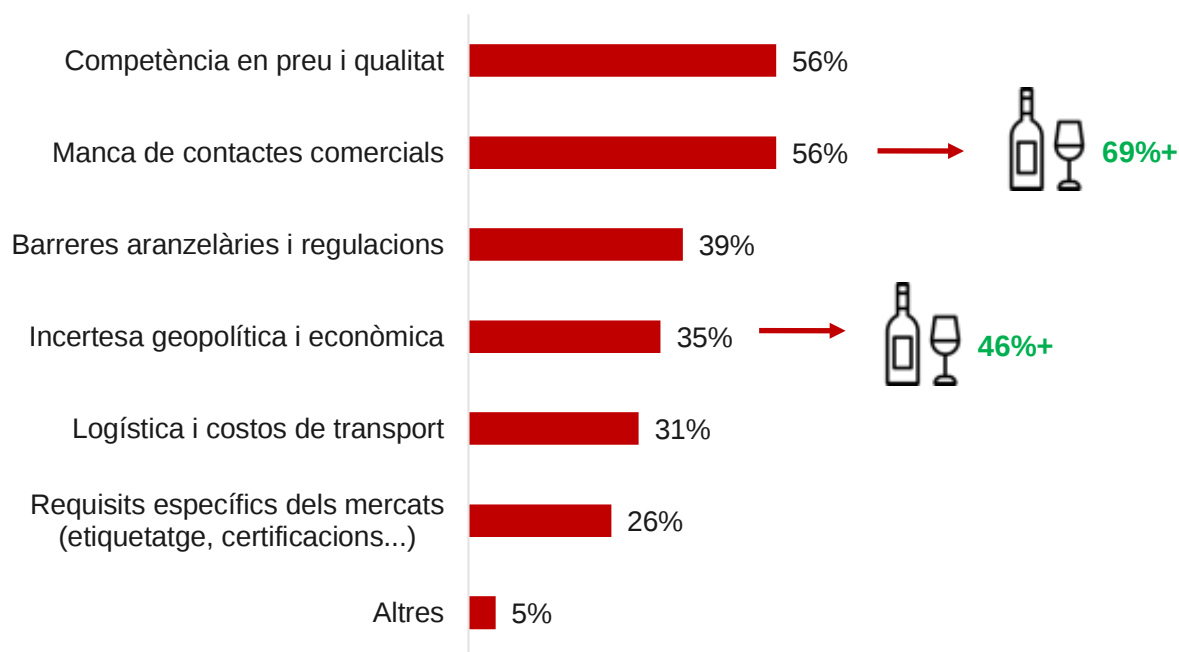


2. AMENACES I BARRERES A LA INTERNACIONALITZACIÓ

2.1. PRINCIPALS BARRERES A LA INTERNACIONALITZACIÓ

% de menció de cada barrera (resposta múltiple. Elecció de les 3 més crítiques).

La competència en preus i en qualitat i la falta de contactes comercials són les dues principals barreres a la internacionalització. En el **sector del vi i cava** la **manca de contactes comercials és la principal barrera**, fins i tot per sobre de la competència en preu i qualitat (54% en aquest sector). Igualment, és un sector en el qual la **incertesa política i econòmica** adquireix major rellevància (11 punts per sobre de la dada corresponent al total de la mostra).



(Base: total, 103 entrevistats)

?

P.4.1. Quines són les principals barreres que trobeu en la vostra internacionalització?

2.2. PRINCIPAL AMENANÇA PER AL VOSTRE SECTOR EN L'ACTUALITAT

% de menció de cada amenaça (resposta espontània i múltiple).

La competència en preus i en qualitat es també en format espontani, la barrera més mencionada.



(Base: total, 103 entrevistats)



P.4.2. Des del vostre punt de vista, quina considereu que és la principal amenaça per al vostre sector en l'actualitat?

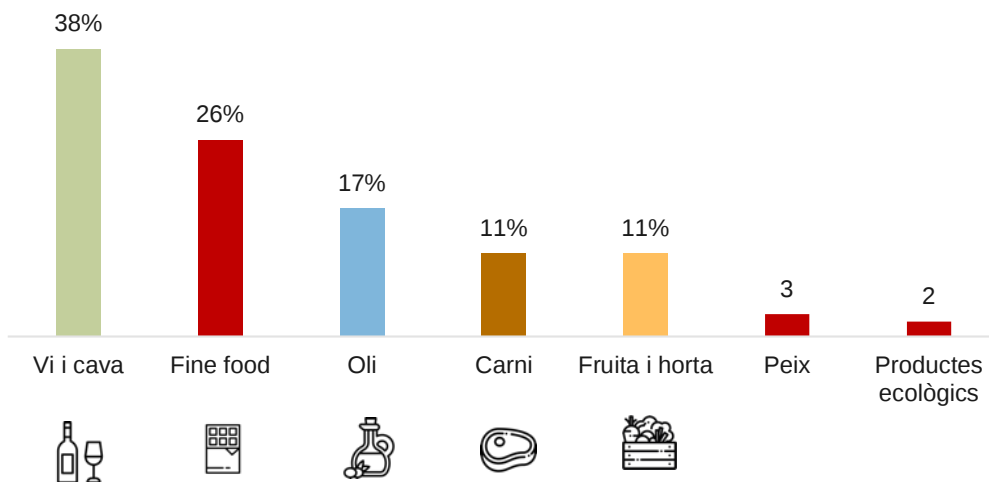


III. ANNEX. DESCRIPCIÓ DE LA MOSTRA

DESCRIPCIÓ DE LA MOSTRA



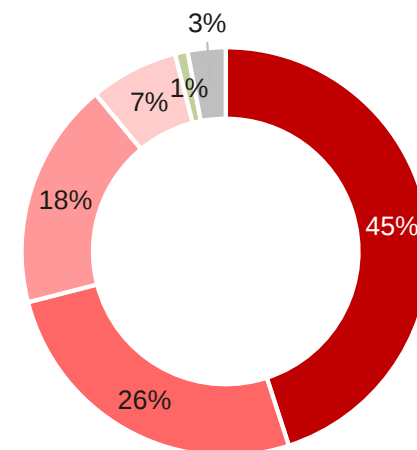
SECTOR AGROALIMENTARI AL QUAL PERTANY L'EMPRESA (resposta múltiple)



(Base: 103 entrevistats)

***Fine Food** 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

ANY QUE VA COMENÇAR A EXPORTAR

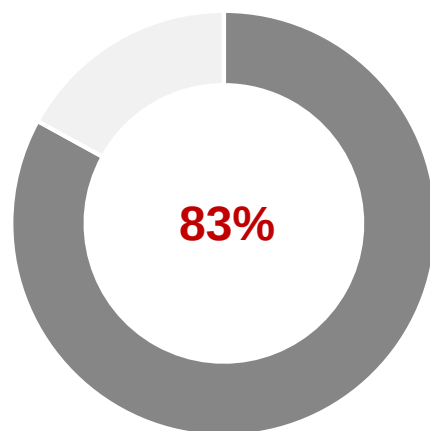


- Abans de l'any 2000
- Entre el 2001 i el 2010
- Entre el 2011 i el 2020
- Del 2021 d'ara endavant
- Exportaran a curt termini, 2025 - 2026
- No tenen previst exportar

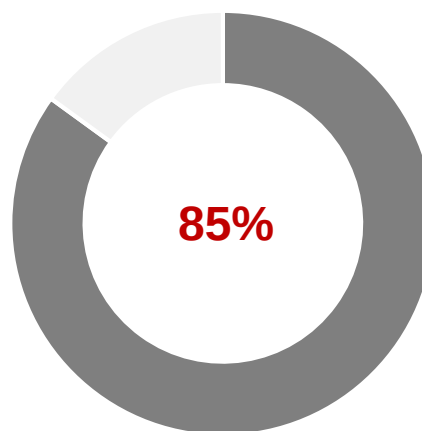
DESCRIPCIÓ DE LA MOSTRA



PRINCIPALS MERCATS ON EXPORTA



Unió Europea



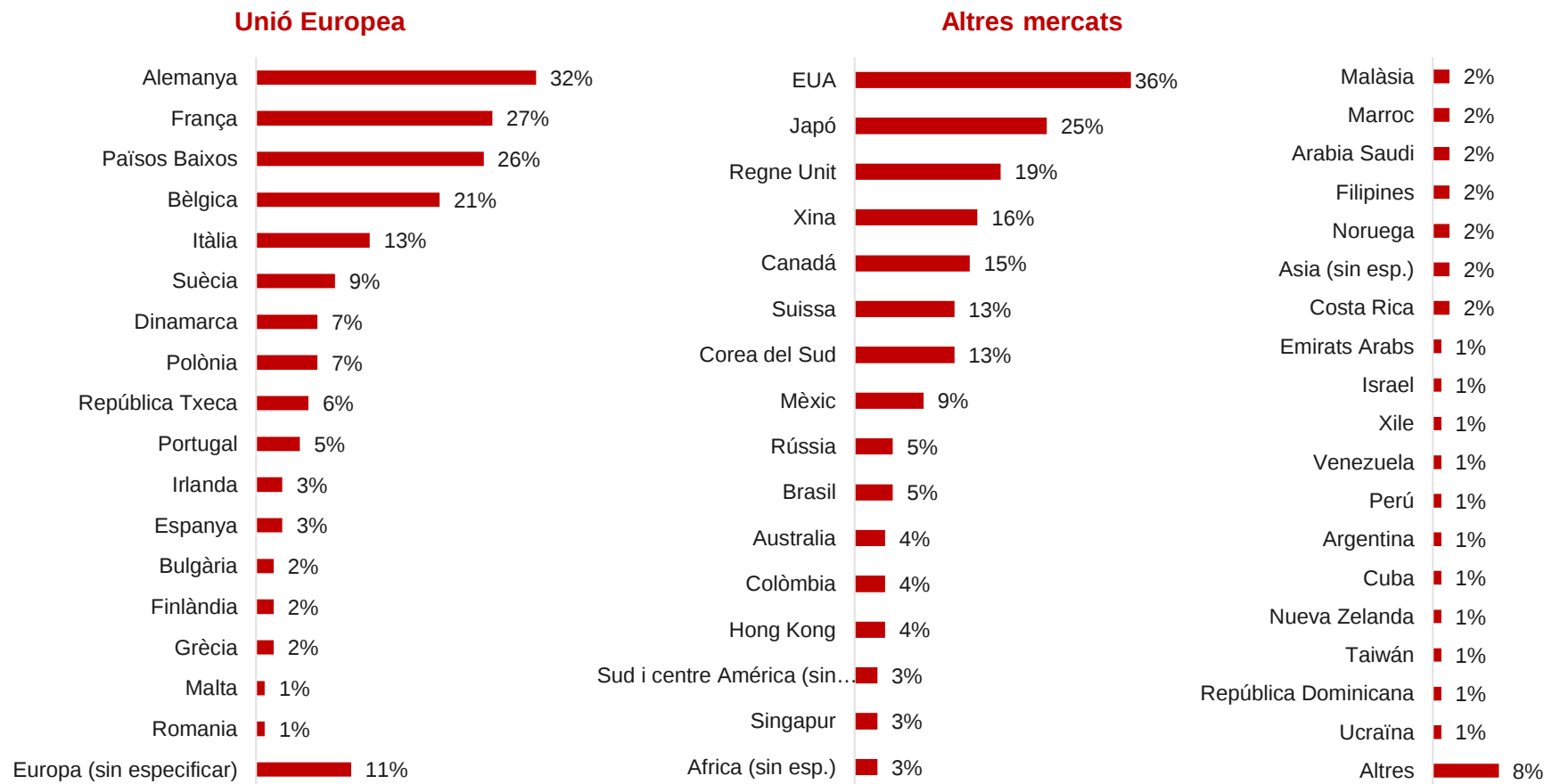
Altres mercats

(Base: empreses que exporten en l'actualitat, 99 entrevistats)

DESCRIPCIÓ DE LA MOSTRA



PRINCIPALS MERCATS ON EXPORTA (en detall)



(Base: empreses que exporten en l'actualitat, 99 entrevistats)

Baròmetre

Exportacions
agroalimentàries
de Catalunya

 **Prodeca**
Promotora dels aliments catalans

 **Generalitat
de Catalunya**



www.prodeca.cat