

22 Febrer 2022

# Mercat d'Alimentació als Estats Units

Canals de distribució off-line

**ACCIÓ**  
Catalonia &  
Trade & Investment

 **Generalitat  
de Catalunya**

 **Prodeca**  
Promotora dels aliments catalans

Fem avui l'**empresa** del demà

## PER QUÈ ELS ESTATS UNITS? (1/2)

❖ 1er consumidor mundial

(330 milions d'habitants)

❖ 1er productor mundial

(25% del PIB mundial)

❖ 63.300 US\$ PIB/càpita

(39% per sobre del PIB UE)

❖ 1er importador mundial

❖ 1er receptor d'inversió al món

❖ 34% despesa mundial en R+D

## PER QUÈ ELS ESTATS UNITS? (2/2)

- ❖ **Estabilitat** política i seguretat jurídica
- ❖ Economia **competitiva**, integrada i diversificada
- ❖ Centre mundial **d'innovació** tecnològica i empenedoria
- ❖ Protecció de la **propietat intel·lectual**
- ❖ Lideratge en formació **universitària** i en R+D
- ❖ Mercat laboral molt **flexible**
- ❖ **Business friendly**, dinamisme empresarial
- ❖ Societat **oberta** i internacional

# REPTES MÉS IMPORTANTS A CONSIDERAR

4

❖ Dimensió i diversitat: EUA són **molts mercats** en un sol país (diferents cultures, normatives, marcs jurídics, sistemes de distribució)

❖ **Sofisticació normativa**

❖ **Competència/saturació del mercat**

❖ Mercat molt exigent en servei (***customer service***)

❖ Idiosincràsia empresarial

❖ Societat **litigiosa**

# ERRORS MÉS FREQUENTS

- ❖ No tenir un **pla de negoci**.
- ❖ No fer **seguiment** dels contactes.
- ❖ No respectar els **timings** promesos.
- ❖ No donar **resposta** a consultes.
- ❖ No tenir en compte el servei postvenda i **customer service**.
- ❖ No **identificar** correctament la normativa aplicable.

# RECOMENACIONS ABANS DE DECIDIR EL CAMÍ

Conèixer el  
mercat

Estratègia a curt,  
mitjà i llarg  
termini

Quina és la  
proposta de valor  
del producte o  
servei

Entendre el  
mercat i definir  
reptes

Societat del  
*Networking* –  
imprescindible

Inversió i  
compromís a  
llarg termini

Capacitat  
financera i  
planificació de la  
inversió

Buscar el *Win-  
Win*

Selecció òptima  
del *partner*

Adaptar el  
producte i la  
imatge al mercat

Parlar el “mateix  
idioma”:  
comunicació  
directa

Respectar els  
*timings*: Complir  
amb allò ofert

# PRINCIPALS CANALS DE COMERCIALIZACIÓ (1/2)

## A) RETAIL – SUPERMARKETS

- Representa el 48% del mercat de distribució d'alimentació
- La demanda ha pujat al 2020/2021 amb els confinaments i tancaments de restauració.
- El comprador busca Sabor/Preu/Ingredients sans i naturals.
- El 65% de la venda retail és a supermercats, 25 % altres canals i 10% *convenience stores*.
- Líders a nivell nacional són cadenes com: Walmart/Target/Costco.
- Els súpers regionals més grans són Kroger/Publix/Albertsons/Safeway/HEB.
- Cadenes de productes naturals com Wholefoods/Trader's Joe/Fresh Market.
- Creixement de ventes online: Amazon/Walmart/Instacard.

# PRINCIPALS CANALS DE COMERCIALIZACIÓ (2/2)

## B) FOODSERVICE

- Controla 52% del mercat i amb projecció de creixement per els propers anys és de 4.5%.
- Fins al 2019 els americans menjaven a restaurants el 55% del temps i a casa 45%. Ara s'ha invertit el percentatge.
- Líders de distribució a restaurants son Sysco, US Food Service, Performance Food i Gordon.
- Líders de distribució a col·lectivitats son: Sodexo (multinacional francesa) i GPO (Group Purchase Organization) de USA que es Entegra Purchasing Services, considerat el grup de compra més gran del món.



# ELS INTERMEDIARIS MES COMUNS ALS USA

- ❖ Importador
- ❖ Importador/Distribuïdor
- ❖ Importador Neutre
- ❖ Distribuïdor
- ❖ Agent-Representant-Broker
- ❖ Logístic
- ❖ Punt de Venta
- ❖ Soci Local

## **FUNCIONS MÉS COMUNS DELS INTERMEDIARIS (1/2)**

- ❖ Importador: Llicència federal i fa etiquetes, importació, emmagatzematge d'estoc – Compra el producte i el ven - Cobra 30% comissió
- ❖ Importador/Distribuïdor: Llicència federal i estatal i a més a més d'importar i mantenir stock, distribueix localment – 10% - 20% + comissió d'importar
- ❖ Importador Neutre: Llicència federal i fa etiquetes, importació, emmagatzematge d'estoc – Té el producte en dipòsit – Comissió a pactar
- ❖ Distribuïdor: distribueix local o regionalment, no fa importació. Porta el producte que li demanen els clients. No acostuma a fer vendes – 15% - 25%

## **FUNCIONS MÉS COMUNS DELS INTERMEDIARIS (2/2)**

- ❖ Agent-Representant-Broker: obre mercats nous i crea clients, és venedor a comissió. No importa ni té estoc. Requereix solució logística – Cobra un Fixe (Retainer Fee) i un Variable - 5% - 15%5% - 15%
- ❖ Logistic: Pot fer d'importador neutre, té magatzem, fa “pick & pack”, només cobra per l'espai i servei que es fa servir. Ven als reps i a clients que no importen.
- ❖ Punt de Venta: rep el producte del distribuïdor i ven al consumidor final. Pot ser botiga, supermercat o restaurant – 40%-50% sobre el preu del distribuïdor.
- ❖ Soci Local: pot fer una o diverses de les funcions comercials. Es una figura clau si no es té un representant local.

## SI LA DECISIO ÉS IMPLANTAR-SE ALS EEUU (1/2)

La alternativa és la implantació, ja que estar present físicament al mercat exterior és clau per a la consolidació dels objectius de creixement internacional.

En cas d'implantació, els **estats dels Sud i Midwest** són els més fàcils per començar l'aventura americana. Tenen:

- Menys impostos estatals (només impostos federals)
- *Employment at Will* - Sense sindicats ni contractes laborals obligatoris
- Costos de vida més controlats
- Una corporació estatal pot operar a tot el país amb el mateix número fiscal

## SI LA DECISIO ÉS IMPLANTAR-SE ALS EEUU (2/2)

- És molt recomanable crear una **corporació americana**
- Facilitat de relació amb empreses locals
- Major credibilitat amb els clients americans
- Pot tramitar i sol·licitar els visats dels directius. Permet obrir comptes de banc
- Tràmit senzill i ràpid (una setmana de temps i menys de \$1.000 de costos)
- Recomanem decidir el tipus de corporació amb un advocat que assessori sobre cada sistema.

## Contacta'ns!

934 767 206

[info.accio@gencat.cat](mailto:info.accio@gencat.cat)

Passeig de Gràcia, 129

08008 Barcelona

[accio.gencat.cat](http://accio.gencat.cat)

[catalonia.com](http://catalonia.com)



## Segueix-nos a les xarxes socials!



accio\_cat  
@Catalonia\_TI



linkedin.com/company/acciocat/  
linkedin.com/company/invest-in-catalonia/

Fem avui l'**empresa** del demà