

**Las necesidades de formación
en las actividades de comercialización
de la industria agroalimentaria aragonesa**

Luis Miguel Albisu
lmalbisu@aragon.es

Índice de presentación

1. Algunos rasgos de la industria agroalimentaria aragonesa
2. Por qué formación en comercialización agroalimentaria
3. Oferta formativa
4. Necesidades de formación
5. Estrategias de formación

1. Algunos rasgos de la industria agroalimentaria aragonesa

- Rodeada de materias primas agrarias muy diversas
- Entre 2.800 y 3.500 millones de euros de facturación
- 1.055 empresas – 70% menos de 5 trabajadores
 - 2 entre 200 y 500 trabajadores
 - 9 entre 100 y 200 trabajadores

1. Algunos rasgos de la industria agroalimentaria aragonesa

- **Por volumen de facturación**

28 (> 30 mill.)

70%

65 (entre 6 y 30 mill.)

25%

- 120 mill. inversión por año entre 2007 y 2012
- 900 mill. de exportaciones en el último año
- No disminuye el empleo

1. Algunos rasgos de la industria agroalimentaria aragonesa

- Escaso valor añadido
- Intensidad en el uso de materias primas agrarias
- Zaragoza gran polo de atracción
- DOs e IGP's muy distribuidas en el territorio
- Situación estratégica y logística

2. Por qué formación en comercialización agroalimentaria

- Foco de valor añadido
- Lejanía cultural de las pymes
- Cercanía a la distribución
- Posibilidades de conocimiento de consumidores
- Del mercado local al global: internacionalización
- Diferentes fuentes de información y análisis

3. Oferta formativa

- **Variedad de instituciones públicas, organizaciones empresariales, asociaciones sindicales, asociaciones profesionales, centros privados y empresas**
- **Temas generalistas y muy pocos en comercialización agroalimentaria**
- **Distintos planteamientos dependiendo de la institución que los imparte: contenidos como modalidades**
- **Encuestas a empresas agroalimentarias en 2012**

3. Oferta formativa

- **80% asistieron a cursos pero sólo 15% en comercialización**
- **Lejanía de la empresa y horarios inadecuados**
- **Oferta formativa insuficiente**
- **Asisten a cursos impartidos por organizaciones empresariales, propia empresa y Cámaras de Comercio**
- **Oferta formativa insuficiente**

3. Necesidades de formación

- Sienten la necesidad de formación, sobre todo las que exportan
- Los cursos más deseados:
 - * cómo negociar con grandes clientes y proveedores
 - * técnicas de comercialización, comunicación y comercialización a través de internet
- Más deseo en los que innovan, los que exportan y los que venden a través de internet
- Reforzar conocimientos en actividades que se realizan
- Los cursos influirán en la competitividad
 - Introducción de nuevos productos en nuevos mercados
 - Mejora de la calidad de los productos
 - Introducción en nuevos clientes

3. Necesidades de formación

- **Cursos complementado con asesoría específica**
- **De menos de 50 horas**
- **O en horario fuera del trabajo o fuera del trabajo y horario laboral**
- **Prefieren presencial sobre el mixto de presencial y on-line**
- **Dirigidos a comerciales y directivos**
- **Aprecian la habilidad de retroalimentar a la empresa de lo que sucede en el mercado**
- **Creen en la innovación**

2. Estrategias de formación

- **Necesidades de formación generalizadas pero situaciones empresariales muy distintas:**
 - a) **Micro y pequeñas empresas**
 - b) **Procesos productivos en los escalones intermedios de la cadena agroalimentaria**
 - c) **Pequeñas y medianas empresas agroalimentarias**
 - d) **Empresas de gran dimensión**
- **Desde Zaragoza capital a Huesca y Teruel**
- **Paralelamente en las cabeceras de comarca pero combinando con otros conocimientos de comercialización del sector servicios**
- **Cursos más asesorías**

**Gracias
por la atención**

**Luis Miguel Albisu
lmalbisu@aragon.es**