

Las necesidades de formación en comercialización en las empresas agroalimentarias

L.M. Albisu

Unidad de Economía Agroalimentaria
y de los Recursos Naturales

Índice de presentación

1. **Generación de valor añadido en la comercialización agroalimentaria**
2. **Oferta formativa**
3. **Necesidades de formación**
4. **Estrategias de formación**

1. Generación de valor añadido en la comercialización agroalimentaria

- **Falta valor añadido en la IAA de Aragón**
- **Comercialización e innovación: fuentes de valor añadido**
- **Necesidades sentidas desde la industria agroalimentaria:
INAEM**
- **Objetivo de llevar a cabo un programa de formación**
- **Autores del trabajo**

1. Generación de valor añadido en la comercialización agroalimentaria

- **Mayor vinculación a las producciones agrarias y producciones agroalimentarias**
- **Necesidad de dar el salto del mercado local al mercado nacional**
- **Crisis: deseo de acudir al mercado internacional**
- **Importancia de la comercialización pero falta de conocimientos y tradición**
- **Encuesta a empresas**

2. Oferta formativa

- **Variedad instituciones: públicas, organizaciones empresariales, asociaciones sindicales, asociaciones profesionales, centros privados, empresas**
- **Familias profesionales: industria alimentaria, administración y gestión, comercio y marketing**
- **Temas generalistas y muy pocos en comercialización agroalimentaria**
- **Distintos planteamientos dependiendo de la institución que los imparte: contenidos como modalidades**

2. 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 Cámara 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**