

# La formación y el empleo en las actividades de comercialización de la industria agroalimentaria en Aragón

L.M. Albisu, A. Gracia, L. Pérez y Pérez, G. Zeballos  
Unidad de Economía Agroalimentaria

# Índice de presentación

**1. Industria agroalimentaria en Aragón**

**2. Recursos humanos y formación**

**3. Necesidades de formación**

**4. Perspectivas futuras y estrategias de formación**

# 1. Industria agroalimentaria en Aragón

- Segunda actividad industrial
- Muy distribuida en el territorio y en sus actividades
- 1.000 empresas, 10.500 empleados, 850 menos 10 empleados
- 30 empresas grandes (70% facturación), 66 medianas (20%)
- En facturación: Zaragoza (70%), Huesca (20%), Teruel (10%)
- Gran transformadora de materias primas autóctonas
- Escaso valor añadido
- Tercera parte de lo facturado es exportado
- Adecuado valor de ventas por ocupado
- Inversión creciente

## 2. Recursos humanos

- 2,3% de los afiliados a la Seguridad Social
- 1,2% de los contratos en 2010
- Oferta formativa: industria alimentaria, administración y gestión, comercio y marketing
- Generalistas y pocos específicos con ausencia en comercialización agroalimentaria
- Distintos planteamientos dependiendo de la institución que los imparte: contenidos como modalidades
- Asociación de Industrias de la Alimentación de Aragón y CITA

## 2. Recursos humanos y formación

- **Mínima dedicación especializada en comercialización agroalimentaria**
- **80% realizaron cursos pero sólo 15% en comercialización**
- **Lejanía de la empresa y horarios inadecuados**
- **Oferta formativa insuficiente**
- **Acuden a los impartidos por asociaciones y empresas privadas**

### 3. Necesidades de formación

- Sienten la necesidad de formación y sobretodo los que están en la exportación
- Los cursos más deseados:  
cómo negociar con grandes clientes y proveedores  
técnicas de comercialización,  
comunicación y  
comercialización a través de internet
- Más intensidad para los que innovan, los que exportan y los que venden a través de internet
- Los cursos influirán en la mejora de la competitividad  
Introducción de nuevos productos en nuevos mercados  
Mejorará la calidad de los productos  
Introducción de productos en nuevos grupos de clientes

### 3. Necesidades de formación

- **Cursos con asesoría específica**
- **Cursos cortos de menos de 50 horas**
- **Similitud entre  
horario laboral y horario fuera de trabajo  
horario fuera de trabajo**
- **Prefieren presencial sobre mixto de presencial y on-line**
- **Dirigidos a comerciales y directivos**
- **Aprecian que se retroalimente a la empresa lo que sucede en el  
mercado**
- **Valoran las Actitudes de responsabilidad, motivación y  
dinamismo**
- **Creen en la innovación**

## 4. Perspectivas futuras y estrategias de formación

- **Búsqueda de nuevos mercados en el exterior y medios como internet**
- **Los más dinámicos son los que mas sienten la necesidad**
- **Necesidad de realizar cursos en las 3 capitales de provincia extensibles a otra zonas**
- **Búsqueda de valor añadido y expansión de mercados**
- **Cursos más asesoría**
- **Cómo negociar y técnicas de comercialización y comunicación**
- **Presenciales**



**Gracias  
por la atención**

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