

Cuadro n.º 19 (continuación):

Título	Objeto	Empresa	Fechas de realización
Consumo Alimentario Extradoméstico en España: hábitos del consumidor	Conocer el comportamiento del consumidor frente al consumo fuera del hogar. Identificar los principales factores que caracterizan los hábitos alimentarios fuera del hogar de los españoles. Realizar el seguimiento de su evolución. Conocer la importancia de los distintos tipos de establecimientos a los que acude el consumidor español.	UTE TAYLOR NELSON SOFRES, S.A. – NPD GROUP INC. SUCURSAL EN ESPAÑA, S.A.	2007-2009
Hábitos de consumo de los inmigrantes	Estudiar los hábitos alimentarios de la población inmigrante de diferente procedencia (árabe, este europeo, sudamericana y oriental) y su repercusión en el estado nutricional. Conocer qué factores (precio, tamaño, calidad, salud, etc.) influyen en las poblaciones inmigrantes y mismo lugar de residencia (ej. Comunidad de Madrid) en la elección de los alimentos que constituyen la dieta.	NIELSEN	2007
Biocombustibles: elementos para una estrategia industrial alimentaria	Proyectar la evolución a medio plazo, conocer las implicaciones generales sobre todo el aprovisionamiento y el negocio industrial para, a partir de esas premisas, apuntar los elementos esenciales de una estrategia para la industria de la alimentación (humana y animal) y bebidas.	PRODESCOM	2007
Análisis del consumo de vino en hostelería y restauración	El estudio se divide en dos lotes: Lote 1 cuyo objetivo es la determinación de una serie de variables económicas como p.ej. tamaño del mercado, caracterización establecimientos HORECA, definición de la cadena de valor, cuantificación del valor añadido/margen en la cadena, elasticidad demanda precio...	LOTE 1: PRICE WATERHOUSE COOPERS	2007-2009
	Lote 2: analiza las características de cada uno de los eslabones de la cadena, entrevistando a representantes de cada una de las etapas.	LOTE 2: TELECYL, SA	

Fuente: Elaboración propia MAPA.

## 6.2. Publicaciones

- La Alimentación en España 2007, con los resultados de 2006.
- Calendario y Agenda infantiles para promoción de buenos hábitos alimentarios (Convenio MAPA/FIAB).
- Hacia dónde camina la Alimentación: Tendencias de Consumo y de comercialización. El consumo de productos ecológicos.
- Hacia dónde camina la Alimentación: Tendencias de Consumo y de comercialización. Canales alternativos de distribución alimentaria.
- Hacia dónde camina la Alimentación: Tendencias de Consumo y de comercialización. El etiquetado de los alimentos.

## 7. PROGRAMA DE ALTA FORMACIÓN PARA GESTORES DE EMPRESAS DE LA CADENA AGROALIMENTARIA

El Programa de Alta Formación para Gestores de Empresas de la Cadena Agroalimentaria es una iniciativa del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación.

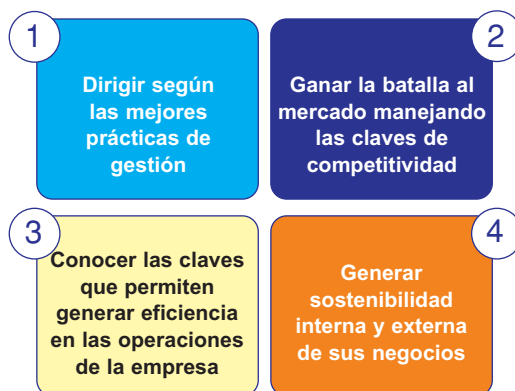
El Programa responde a la Proposición no de Ley aprobada en el Congreso de los Diputados y por la que se insta al gobierno a poner en marcha un Programa de Alta Formación para gestores de la Empresa Agroalimentaria y a facilitar el acceso de éstas y, en especial a las PYME, al mismo, con el objetivo de cualificar a sus cargos directivos y lograr que estén en condiciones óptimas de competir en el mercado (BOCG, serie D n.º 478, de 12 de diciembre de 2006).

Este programa está en línea con la citada Proposición no de Ley, interesado en fomentar la formación de gestores de la Industria Agroalimentaria, comenzando en el año 2007 y con clara vocación de continuidad. En este sentido, ha sido desarrollado por primera vez en 2007, y en el 2008 se desarrollará la Edición II.

Está dirigido a los gestores de empresas agroalimentarias, y en especial, los pertenecientes a PYME.

Aunque se pretende involucrar a todo el sector, se ha puesto especial hincapié en aquellos subsectores considerados por el Departamento como estratégicos, desde el punto de vista de la formación: Cooperativas, Agricultura Ecológica y Vino.

La oferta formativa del Programa se ha ordenado en torno a 4 retos considerados prioritarios en la cualificación del gestor con la finalidad de dotar al Programa de un adecuado enfoque estratégico:



## 7.1. Consejo Asesor

El Programa está tutelado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y el Consejo Asesor de Formación.

*El Consejo Asesor* es el órgano encargado de garantizar la adecuación entre los objetivos formativos de las acciones formativas y el aprovechamiento real de los mismos por parte de los alumnos/as.

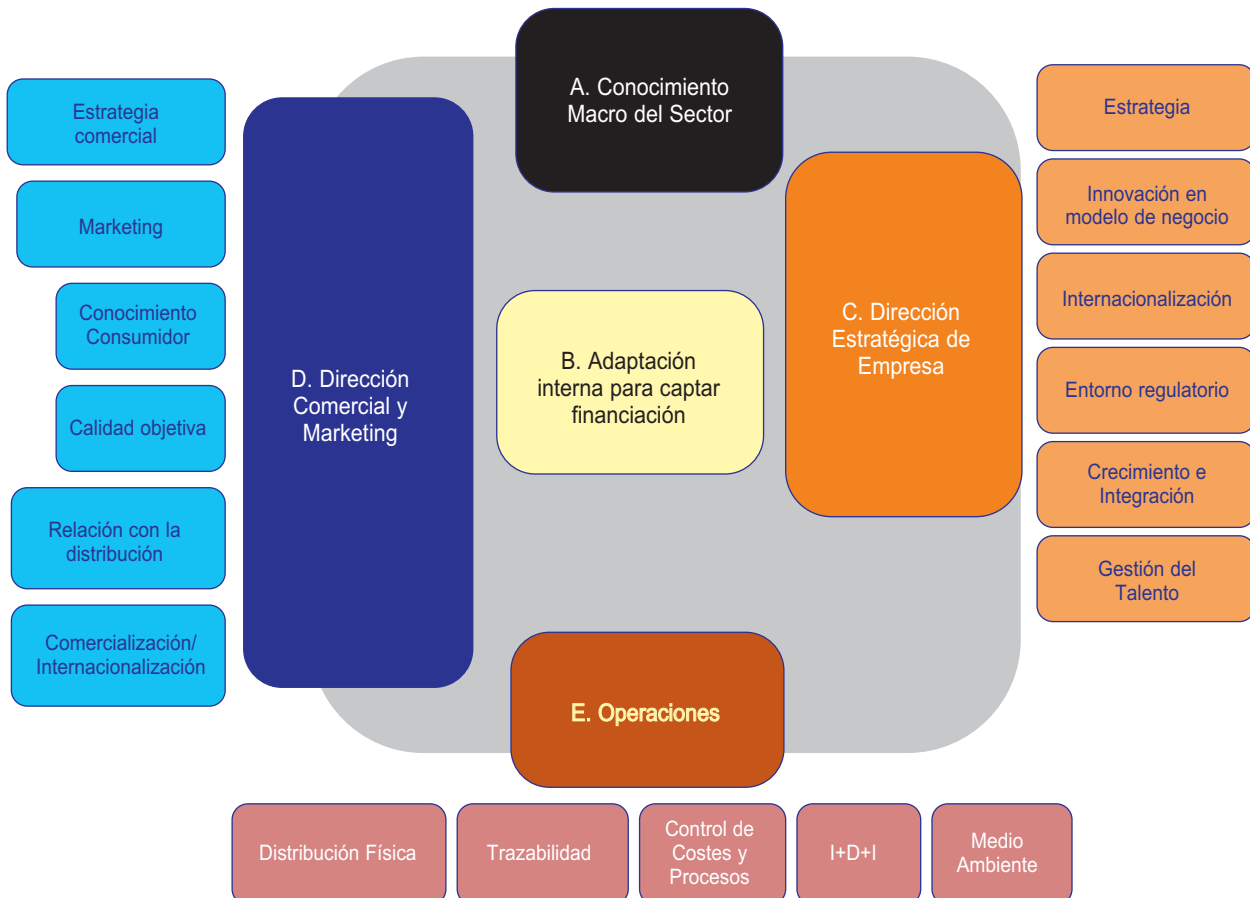
### 7.1.1. Composición

Está formado por empresas designadas por los principales representantes del sector agroalimentario por sus buenas prácticas.

Asimismo, el Consejo Asesor está compuesto por representantes del MAPA y de la Dirección General de Industrias, Comercialización e Innovación Agroalimentarias. En representación del sector empresarial componen el Consejo Asesor las siguientes empresas:

1. SOS Cuétara
2. Freixenet
3. Coren.
4. Mercadona
5. Anecoop. S.Coop.
6. Grupo Leche Pascual
7. Domecq Wine España SA
8. Puerto Celeiro S.A.
9. Carrefour
10. Grupo Eroski

El diseño formativo se realizó tomando como base las necesidades de formación del sector, identificado por los principales agentes del sector agroalimentario:



En 2007 se programaron 9 acciones formativas (de distinta duración), celebradas a través de 20 sesiones. Las acciones formativas ofertadas, correspondiendo con los retos fueron las siguientes:

Retos del Sector	Acciones Formativas
<p><b>1</b></p> <p><b>Dirigir según las mejores prácticas de gestión</b></p>	<p style="text-align: right;"><b>GESTIÓN</b></p> <hr/> <p><b>Programas de larga duración</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de alta gestión para Directivos de las Empresas Agroalimentarias.</li> </ul> <p><b>Seminarios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategia de financiación en las Empresas Agroalimentarias.</li> </ul> <p><b>Cursos Cortos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategia competitiva en la Industria Agroalimentaria. Retos de crecimiento, colaboración e innovación.</li> <li>Claves en la Gestión de Empresas Agroalimentarias en el siglo XXI.</li> </ul>
<p><b>2</b></p> <p><b>Ganar la batalla al mercado manejando las claves de competitividad</b></p>	<p style="text-align: right;"><b>MERCADO</b></p> <hr/> <p><b>Cursos Cortos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de los canales de distribución y comportamiento del consumidor.</li> <li>Estrategia y planes comerciales en la Industria Agroalimentaria.</li> </ul> <p><b>Seminarios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia de éxito en el mercado internacional.</li> <li>Seminario internacional de comercialización de productos frescos, ecológicos, vinos y productos envasados.</li> </ul>
<p><b>3</b></p> <p><b>Conocer las claves que permiten generar eficiencia en las operaciones de la empresa</b></p>	<p style="text-align: right;"><b>EFICIENCIA</b></p> <hr/> <p><b>Seminarios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Retos logísticos y de distribución física en el sector agroalimentario; herramientas para la eficacia.</li> <li>Gestión eficiente de las relaciones en el canal para la Introducción, promoción y comercialización de los productos agroalimentarios.</li> </ul>
<p><b>4</b></p> <p><b>Generar sostenibilidad interna y externa de sus negocios</b></p>	<p style="text-align: right;"><b>SOSTENIBILIDAD</b></p> <hr/> <p><b>Seminarios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sostenibilidad en la Industria Agroalimentaria.</li> </ul>

Las cuatro entidades colaboradoras seleccionadas mediante concurso público fueron AINIA, AECOC, EOI y Fundación San Telmo, todas ellas con una amplia experiencia formativa y seleccionadas mediante concurso público abierto, realizándose la adjudicación de los mismos en septiembre de 2007.

La actividad formativa se concentró en noviembre de 2007, realizándose por tanto la difusión en los meses de octubre y noviembre. En enero de 2008 dará comienzo el "Programa de Alta Gestión para Directivos de la Empresa Agroalimentaria", el cual se impartirá los miércoles hasta el 18 de junio. El porcentaje de realización de dichas acciones formativas en 2007 ha sido el siguiente (*cuadro n.º 20*).

Cabe resaltar que las primeras acciones formativas realizadas tuvieron un menor número de participantes, dado el menor período de difusión con el que contaron las entidades impartidoras.

Cuadro n.º 20:

## CUADRO RESUMEN CON PRINCIPALES INDICADORES

Indicadores	Programación 2007	Impartición 2007	Diferencia	Var. (%)
Nº acciones formativas .....	9	7	-2	-22,2%
Nº Imparticiones .....	20	14	-6	-30,0%
Nº Participantes .....	304	156	-148	-48,6%
Media de Participantes / impartición .....	15	11	-4	-26,6%
% que representa la financiación del MAPA .	-	59,8%	-	-

Fuente: Elaboración propia MAPA.

## 7.2. Difusión del Programa

En el marco de la difusión del Programa, se han realizado diversas jornadas:

- 17 de octubre. Presentación del Programa por la Ministra en el Salón de actos del MAPA.
- 27 de noviembre de 2007. Seminario Internacional "El análisis y la toma de decisiones estratégicas, oficio esencial del empresario agroalimentario". Salón de actos del MAPA.
- 20 de diciembre Mallorca.
- 27 de diciembre una jornada de promoción dirigida a las PYME, en la Cámara de Comercio de Tenerife sobre "Competitividad en las empresas agroalimentarias".

Asimismo, se ha introducido en la página Web del MAPA un apartado dedicado al Programa que cuenta con los siguientes subapartados:

- ¿Por qué un Programa de Alta Formación?
- Objetivos y descripción del programa de formación.
- Cómo participar y beneficios para su empresa.
- Oferta formativa para 2007 e inscripción.
- Consejo Asesor y otras entidades colaboradoras.
- Otra oferta formativa de interés para los gestores.

## 7.3. Seminarios internacionales

- Seminario Internacional "El análisis y la toma de decisiones estratégicas, oficio esencial del empresario agroalimentario". En el contexto del Programa de Alta Formación para Gestores de Empresas Agroalimentarias, el 27 de noviembre de 2007, la Comisión Internacional de las Industrias Agrícolas y Alimentarias (CIIA), dedicada a la cooperación internacional con el fin de promover y diversificar la industria agroalimentaria, participó en el Seminario Internacional "El análisis y la toma de decisiones estratégicas, oficio esencial del empresario agroalimentario", organizado por el MAPA, con la finalidad de ofrecer una herramienta de competitividad para los gestores de las empresas que quieran responder de forma eficiente a los retos actuales del sector agroalimentario, mejorar su posición en el mercado y conocer experiencias de éxito del mercado francés. Dicha jornada contó con la intervención de Michel Foucault, Secretario General de la Comisión Internacional de las Industrias Agrícolas y Alimentarias, CIIA y René Mauget, profesor emérito del ESSEC Business School

- Seminarios internacionales de comercialización. Dentro de las acciones del Plan de Alta Formación de gestores de empresas agroalimentarias, se enmarca la organización de Seminarios Internacionales de Comercialización dirigidos a empresas y Pyme del sector de la industria Agroalimentaria española, cooperativas agrarias y operadores de la agricultura ecológica. Este año se han organizado dos ediciones, en mayo y octubre, sobre distribución comercial de productos frescos y agricultura ecológica en Reino Unido.

En ambas ediciones se visitaron las enseñanzas líderes de la actual distribución británica en Londres, Tesco, en sus formatos Superstore y Metro, Marks & Spencer Simple Food, Fresh & Wild, Somerfield Market Fresh, Waitrose, Sainsburys y Asda, Harrods y Borough Market, prestando especial atención a las novedades en la oferta de productos frescos, el creciente peso de la oferta ecológica y las innovaciones más destacadas que ha generado la distribución británica en los últimos tiempos.

Los principales objetivos perseguidos por el MAPA en esta iniciativa son:

- Conocer de primera mano los más innovadores puntos de venta que centran su estrategia en una oferta de productos frescos.
- Conocer cuáles son los productos estrella y los factores en que se apoya su éxito.
- Situar las posibilidades de encaje de oferta de esta categoría de productos españoles en el mercado británico y adquirir aprendizajes extrapolables a otros mercados.

Todo ello con el fin de ampliar los conocimientos para la posible internacionalización de las empresas españolas.

A través de dos procedimientos negociados se ha encargado a AECOC (Asociación Española de Codificación Comercial) la organización de estos Seminarios para que realice los servicios de consultoría, la traducción, los desplazamientos en Londres y la documentación.

La realización de un viaje de análisis de mercado constituye una experiencia de aprendizaje de primer orden en tanto permite un contacto de primera mano con la realidad de la distribución comercial de producto fresco, que, en este caso, era el objetivo de los Seminarios.

Estos seminarios han permitido reunir a fabricantes y distribuidores que pudieron contrastar sus diferentes puntos de vista sobre el negocio de la producción y la comercialización, sus aproximaciones a las necesidades de compradores y clientes finales y sus posturas respecto a los elementos a incorporar en el punto de venta.

La asistencia de profesionales del sector, tanto por ser fabricantes como por ser distribuidores, competidores entre sí en muchos casos, y la posibilidad de acudir juntos a las visitas y comentarlas constantemente entre ellos, es un factor de enriquecimiento extraordinario y la base para trasladar una visión colaborativa y orientada al cliente final de toda la cadena de aprovisionamiento, lo cual resulta cada vez más necesario para asegurar el éxito de todos los agentes que en ella intervinen.

#### 7.4. Presupuesto

El gasto presupuestario del programa asciende a 310.351 €, de los cuales 57.022 € corresponden a los Seminarios Internacionales de Comercialización.