



## INFORME DE ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN III

### SALÓN DE L'AGRICULTURE DE TARBES

9 DE MARZO 2018

#### 1. METODOLOGÍA

Tras el viaje de familiarización a Tarbes, se realizaron 9 entrevistas telefónicas con los participantes a partir de un cuestionario semi-estructurado aprobado previamente por la AECT HP-HP. El cuestionario forma parte de los documentos que se entregan con el encargo.

Estas entrevistas fueron llevadas a cabo entre el 14 y el 18 de marzo de 2017 y tuvieron una duración de 6 a 17 minutos, según la disponibilidad y forma de atender la entrevista de cada participante.

#### 2. RESULTADOS

##### 2.1- Valoración global del viaje

Todos los participantes al viaje al Salón de Agricultura de Tarbes consideran que el viaje ha sido una gran experiencia, otorgándole una valoración global de 8,7.

La totalidad de los adjetivos utilizados para describir el viaje fueron muy positivos:

*Fantástico.*

*Estupendo.*

*Muy positivo.*

*Intenso.*

*Productivo.*

*Interesantísimo.*

En cuanto a la comparación entre la experiencia real y las expectativas expresadas antes del viaje, no hubo ninguna decepción y todos fueron gratamente sorprendidos por el alcance de la jornada que, en muchos casos, superó sus expectativas.

De forma general, lo que más impactó y gustó fue:

- La acogida, la organización y la atención de los franceses. Especialmente, la cercanía de Cédric Abadia fue destacada en varias ocasiones: *"nos hemos sentido muy arropados"*.
- Entender cómo está montada y cómo funciona la feria, y su ambiente.

Proyecto EFA08/15 INSPYR financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional

- Ver *"lo organizados que son"* del otro lado de la frontera y *"aprender de ello"*. Por ejemplo, destacaron las visitas de los niños, lo que permite *"implicar a toda la sociedad"*.
- Conocer otras formas de presentación/contacto/relacionarse con los clientes.
- Entender cómo funciona la Cámara de Agricultura francesa y cuál es su relación con los productores.
- Conocer otros productos y a otros productores.

Aunque para todos, el interés principal, al fin y al cabo, era el de:

- Evaluar la posibilidad de tener un stand y el potencial que podría tener su producto en esta feria.
- Estudiar posibilidades de agruparse para tener un stand representativo de los productores de los pirineos españoles, quizá bajo el paraguas de la marca "Hecho en Pirineos".

En cuanto a las propuestas específicas del programa previsto, parece que el momento más valorado fue la presentación de la plataforma de distribuidores de productos locales a comedores locales.

El intercambio con los expositores franceses y españoles fue otro de los hitos de la jornada del grupo de productores de la provincia de Huesca en el salón Agrícola de Tarbes.

## 2.2- Utilidad del viaje y lecciones aprendidas

El objetivo clave de estas jornadas de familiarización es ofrecer a los productores de la provincia de Huesca una oportunidad para extraer ideas y conocimientos de las costumbres y formas de comercialización en Hautes Pyrénées.

A la pregunta de si consideran que hablan obtenido información o ideas que les sean útiles para su negocio, todos contestaron que sí.

Entre las ideas retenidas se encuentran:

- El nivel de profesionalidad.
- La forma de presentar los productos, *de ponerlos en valor*.
- *El trato con el consumidor*.
- *He conseguido contactos interesantes para el futuro*.
- *He comprobado que mi tipo de producto se podría vender muy bien ahí*

Y, sobre todo, muchos insistieron en:

- La colaboración entre productores, cómo se juntan entre ellos, cómo han aprendido a trabajar juntos.



En varios casos, sin embargo, ha habido dudas sobre la aplicabilidad de muchos de los aspectos mencionados:

- *No tenemos esa costumbre de trabajar juntos.*
- *Sin la ayuda de las administraciones, lo veo muy complicado.*

### 2.3- La organización y coordinación de la jornada

Finalmente, se pidió a los productores que valoraran los aspectos puramente organizativos de la jornada. Las puntuaciones obtenidas fueron las siguientes:

|  |     |
|--|-----|
| Atención personal de los organizadores franceses | 9,4 |
| Comprensión y traducción                         | 9,3 |
| Logística (hotel, bus, horario, etc.)            | 9,3 |
| Comida   | 8,9 |

Los participantes valoran positivamente todo el trabajo de organización y coordinación realizado por la AECT HP-HP para que las condiciones fueran óptimas y se pudiera sacar el mayor partido posible a esta experiencia. No obstante, la atención personal de los organizadores franceses, con un 9,4, es el aspecto que recibe la nota más alta, destacando la disposición del director de la feria y las atenciones hacia los productores de Huesca en todo momento.

En cuanto a la comida, la valoración con un 6 de uno de los participantes, a quien no le gustó el cordero, ha afectado a la media, que, sin esta puntuación, superaría también el 9 sobre 10.





Hecho en los  
Pirineos



Proyecto EFA08/15 INSPYR financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional

### 3. CONCLUSIONES

El viaje ha superado todas las expectativas: además de haber podido comprobar las características, dimensiones y excelente organización de la feria, todos los productores han vuelto a Huesca con una información interesante sobre cómo presentar su stand o cómo tratar con el cliente en ese entorno. Y muchos comprobaron el potencial que podría tener su producto en esta feria, e incluso algunos han establecidos contactos directos con posibles socios o distribuidores de la otra vertiente de los pirineos.

Muchos también atribuyen el éxito del viaje al esfuerzo de Cédric Abadía por ofrecer una atención personal a nuestro grupo.

Sin embargo, el punto crucial y objeto de la reunión a final del día fue el debate sobre el planteamiento de crear un mercado "Hecho en Pirineos", dentro de la feria Agrícola. Este planteamiento abrió varias líneas de debate que podrán ser tratadas en los seminarios:

- Capacidad de organizarse, quien toma el liderazgo.
- Marca Hecho en Pirineos: criterios, pertenencia, gestión.

Con todo, la impresión general es que esta jornada de familiarización ha evidenciado la necesidad de buscar nuevas formas de venta en circuitos cortos de los productos agroalimentarios y que este encuentro puede haber sido el germen de una voluntad creciente de trabajar en formulas colectivas.

Huesca, 23 de marzo de 2018

La empresa consultora: Exmas