



Universidad Nacional del Nordeste



Facultad de Ciencias Agrarias

RESOLUCION N° 1.191

CORRIENTES, 29 de diciembre de 2016.-

VISTO y CONSIDERANDO:

Que la Secretaria Académica de la Facultad Ing. Agr. Patricia N. ANGELONI, eleva para su consideración programa de la Asignatura Optativa "Comercialización Agraria", y

Por ello;

LA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
"Ad-referéndum" del CONSEJO DIRECTIVO
RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- APROBAR el programa de la asignatura Optativa: "Comercialización Agraria" que como Anexo, forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 2°.- REGÍSTRESE, comuníquese y archívese.

Ing. Agr. Patricia Norma ANGELONI
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.

Ing. Agr. (Dra.) Sara VAZQUEZ
Decana
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.

FS FOTOCOPIA

Ing. Agr. (Dra.) Sara VAZQUEZ
Directora Gestión Académica
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E.

mlm



ANEXO Resolución N° 1.191/16-

OPTATIVA “COMERCIALIZACIÓN AGRARIA”

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS (U.N.N.E.)

CARRERA: Ingeniería Agronómica

ASIGNATURA: COMERCIALIZACION AGRARIA

AÑO DE CURSADO: Optativa

DURACIÓN DEL CURSADO: Tercer Trimestre

N° DE HORAS: 30

RESPONSABLE: Profesor Titular Ing. Agr. (Mgter.) LUIS RAMON ALMIRON

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA.

Que los alumnos:

Desarrollen habilidades y competencias que les permitan comprender el proceso de comercialización agropecuaria, partiendo de la demanda y oferta de productos agropecuarios. Se impartirá información acerca de la estructura y funcionamiento de los sistemas productivos y de comercialización, como así también de los mercados agrarios y la participación del Estado en la comercialización.

Desarrollen actitudes y aptitudes comerciales y por lo tanto estén en condiciones de analizar e intervenir en los espacios de transacción del sistema agropecuario, sean dichos intercambios comerciales en las cadenas, las redes o los distritos. Conocer de investigación de mercado y promoción de productos.

Conozcan los instrumentos fundamentales de la comercialización agropecuaria y desarrollen capacidad y análisis crítico de los elementos teóricos y metodológicos aportados para estudiar su funcionamiento.

Comprendan como proceso al sistema comercial de la producción agraria y reconozcan que la comercialización es un proceso formado por varias etapas donde la última es la venta.

Unidad A: COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS

Tema 1. Concepto, alcance y características de la comercialización agropecuaria. Importancia. La comercialización en las distintas etapas del desarrollo agrario. La comercialización y la especialización en la producción. La producción, comercialización y el consumo como concepto unitario en el sector agropecuario moderno. Factores que originan cambios en la comercialización. Las producciones más importantes del País y de la Región NEA. El comercio internacional de productos del agro.

Bibliografía BÁSICA

ALMIRON, Luis R; ALTAMIRANO, H.H.; MACARREIN, O. F. “Economía Agraria de la Provincia de Corrientes”. Editorial Moglia SRL. Corrientes, Argentina. 2006.

COSCIA, Adolfo A. “Comercialización de Productos Agropecuarios”. Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.

MARTINEZ PEREZ CANTO, F. “Comercialización de productos agropecuarios”. Univ. Católica de Chile.1995.

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTOS (SAGPyA). “Anuario Agropecuario, Forestal y Pesquero”. Buenos Aires. 2004.

Unidad B: DEMANDA Y OFERTA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

Tema 2. Consumo y demanda: Diferencias. Clasificación de los productos del agro según el tipo de demanda. La alimentación humana y los distintos niveles de alimentación. Factores que determinan la demanda de los rubros de la alimentación. Factores económicos que determinan la demanda. Factores extraeconómicos que influyen en la demanda. Materias primas y otros productos no alimenticios de origen agropecuario. Los sustitutos de los productos del agro. Proyección de la demanda.

Tema 2. Producción y oferta: Diferencias. Producción agropecuaria: clasificación. Rubros de producción sustitutiva o complementaria. Nivel de la producción: fuerzas que lo condicionan. Respuestas de la producción u oferta a las variaciones del precio. Variabilidad de la producción agropecuaria. Volumen de producción e ingresos del productor. Los costos en la producción agropecuaria. Costos unitarios y rentabilidad. Proyección de la oferta.

Bibliografía BÁSICA

COSCIA, Adolfo A. “Comercialización de Productos Agropecuarios”. Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.

MARTINEZ PEREZ CANTO, F. “Comercialización de productos agropecuarios”. Univ. Católica de Chile.1995.



/// 2 - ANEXO Resolución N° 1.191/16

Unidad C: SISTEMA DE COMERCIALIZACION Y FUNCIONES FISICAS DE LA COMERCIALIZACION

Tema 4. Concepto, estructura y funciones del sistema de comercialización. Funciones del intercambio. Canales de comercialización. Margen de comercialización. Eficiencia del proceso de comercialización. Las innovaciones en el sistema de comercialización. Importancia de las funciones físicas en la comercialización. Interrelación de las distintas funciones físicas:

a) Transporte, b) Almacenaje y c) Acondicionamiento y procesamiento

Bibliografía BÁSICA

COSCIA, Adolfo A. "Comercialización de Productos Agropecuarios". Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.

MARTINEZ PEREZ CANTO, F. "Comercialización de productos agropecuarios". Univ. Católica de Chile. 1995.

Unidad D: MERCADOS Y PRECIOS AGROPECUARIOS

Tema 5. Mercados: Concepto. Mercado Perfecto. Mercados institucionalizados. Principales mercados mayoristas en Argentina. La competencia en los mercados de productos agropecuarios. El productor y la competencia en la comercialización de los productos del agro. El mercado y los precios. Localización de los mercados de concentración. Mercados de concentración de alimentos perecederos. Integración.

Tema 6. Precios agropecuarios: Aspectos generales. Precios y costos agropecuarios. Precio de mercado, precio político y precio concertado. Formación del precio de mercado. Medidas indirectas del Estado para la regulación de los precios. Variaciones de los precios agropecuarios: componentes. Variaciones seculares. Variaciones cíclicas. Variaciones estacionales. Variaciones coyunturales. Precios internos e internacionales: grado de correlación.

Bibliografía BÁSICA

COSCIA, Adolfo A. "Comercialización de Productos Agropecuarios". Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.

MARTINEZ PEREZ CANTO, F. "Comercialización de productos agropecuarios". Univ. Católica de Chile. 1995.

Unidad E: TIPIFICACION, FINANCIACION Y EL RIESGO DE LA COMERCIALIZACION

Tema 7. Tipificación. La calidad en los productos del agro. El factor calidad en las transacciones comerciales. Ventajas de la tipificación. Estructura, requisitos y alcances del sistema de tipificación. Calidad base y diferenciales de precio por calidad. Tipificación y tipificadores. Normalización de envases. La tipificación de los productos del agro en Argentina.

Tema 8. Financiación. Aspectos generales. El aspecto financiero y el productor. La financiación y el poder de negociación.

Tema 9. El riesgo de la comercialización. Aspectos generales. Mercados a término.

Bibliografía BÁSICA

COSCIA, Adolfo A. "Comercialización de Productos Agropecuarios". Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.

CONCEPCION Y GARCIA, Jesús G. "Simplemente calidad". Editora Corripio C. por A. Santo Domingo. República Dominicana. 2001.

CROSBY, Philip. "Calidad sin lágrimas". Editorial CECSA. México. 2000.

MARTINEZ PEREZ CANTO, F. "Comercialización de productos agropecuarios". Univ. Católica de Chile. 1995.

Unidad F: EL ESTADO Y LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS

Tema 10. Objetivos de la política del Estado en la comercialización de los productos del agro. Modelo de comercialización agropecuaria. Medidas que actúan sobre la oferta. Medidas que actúan sobre la demanda. Manejo directo de los precios. Medidas que actúan sobre la estructura del mercado. Medidas que tienden a lograr mayor eficiencia del proceso de comercialización. Medidas referentes a la ética comercial. Medidas referentes a la higiene, salubridad e identidad de los productos. Medidas tendientes a la promoción de mercados.



/// 3 - ANEXO Resolución N° 1.191/16

Bibliografía BÁSICA

- COSCIA, Adolfo A. "Comercialización de Productos Agropecuarios". Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.
- MARTINEZ PEREZ CANTO, F. "Comercialización de productos agropecuarios". Univ. Católica de Chile. 1995.

Unidad G: INFORMACION, INVESTIGACION DE MERCADO Y PROMOCION

Tema 11. Información de mercado. Importancia y requisitos de un buen servicio de información de mercado. La información de mercado en Argentina.

Investigación de mercado. Aspectos generales. Alcances y objetivos de la investigación de mercado. Modelo de la investigación de mercado.

Promoción. Concepto, alcances y su planeamiento. Ferias internacionales. Los planes de promoción en Argentina.

Bibliografía BÁSICA

- BENASSINI, M. "Introducción a la investigación de mercados: Enfoque para América Latina". Editorial Pearson Prentice-Hall. México. 2009
- COSCIA, Adolfo A. "Comercialización de Productos Agropecuarios". Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.
- MARTINEZ PEREZ CANTO, F. "Comercialización de productos agropecuarios". Univ. Católica de Chile. 1995.

Bibliografía

- AGENCIA ARGENTINA DE INVERSIONES Y COMERCIO INTERNACIONAL. "Documentos varios". <http://www.investandtrade.org.ar/>. 2016
- ALMIRON, Luis R; ALTAMIRANO, H.H.; MACARREIN, O. F. "Hechos y cifras de la Economía Agraria de la Provincia de Corrientes". Editorial Moglia SRL. Corrientes, Argentina. 2003.
- ALMIRON, Luis R; ALTAMIRANO, H.H.; MACARREIN, O. F. "Economía Agraria de la Provincia de Corrientes". Editorial Moglia SRL. Corrientes, Argentina. 2006.
- BENASSINI, M. "Introducción a la investigación de mercados: Enfoque para América Latina". Editorial Pearson Prentice-Hall. México. 2009 <http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/08/Investigacion-de-Mercados-BENASSINI-2ED.pdf>
- BOLSA DE CEREALES DE Bs. As. "Reglamento del funcionamiento del SIO Granos". <http://www.bolsadecereales.org/imagenes/archivos/2014-12/3739-reglamentosiogranosvf.pdf>
- BOLSA COMERCIO DE ROSARIO "Manual del operador del mercado de granos" Rosario, Argentina. Última versión.
- BOLSA COMERCIO DE ROSARIO. "Comercialización ganadera. ROSGAN." <http://www.rosgan.com.ar/reglamento/#.WFpjJdLhBaQ>. 2016
- CALDENTEY Albert P. y HARO GIMÉNEZ, T. "Comercialización de productos agrarios". Editorial Agrícola Española - Mundi Prensa. España. 2004.
- COSCIA, Adolfo A. "Comercialización de Productos Agropecuarios". Editorial Hemisferio Sur. Buenos Aires (Argentina). 1978.
- CONCEPCION Y GARCIA, Jesús G. "Simplemente calidad". Editora Corripio C. por A. Santo Domingo. República Dominicana. 2001.
- CROSBY, Philip. "Calidad sin lágrimas". Editorial CECSA. México. 2000.
- DELGADO, G.R. "Finanzas rurales. <http://inta.gob.ar/documentos/finanzas-rurales-decisiones-financieras-aplicadas-al-sector-agropecuario>. 2013
- IRIARTE, L. "Enfoques para el análisis de la comercialización de productos agropecuarios y alimentos" Inédito. Facultad de Ciencias Agrarias, UNMdIP. Balcarce, Argentina. 2006
- MARTINEZ PEREZ CANTO, F. "Comercialización de productos agropecuarios". Univ. Católica de Chile. 1995
- MC CARTHY, J. y PERREAULT, W. "Fundamentos de comercialización. Principios y métodos" El Ateneo. Argentina. Cap. 1 y 2. 1994.



Universidad Nacional del Nordeste



Facultad de Ciencias Agrarias

/// 4- ANEXO Resolución N° 1.191/16

MINISTERIO DE AGROINDUSTRIA, Argentina. Resoluciones y Programas varios.
<http://www.minagri.gob.ar/new/0-0/programas/dma/index.php>. 2016

PEROTTI, E. "Funcionamiento y organización del sistema comercial agrícola en la Argentina"
https://www.bcr.com.ar/Publicaciones/serie%20de%20lecturas/2008_09.pdf

PONTÓN, R.; BERGERO, P.; PONTE, A.; LLOVERA, G.; OLSINA, C.; NOGUERA, A.
"Comercialización de granos" Departamento de capacitación y desarrollo de mercados. Bolsa de Comercio. Rosario En www.bcr.com.ar

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTOS (SAGPyA). "Anuario Agropecuario, Forestal y Pesquero". Buenos Aires. 2004.

Ing. Agr. Patricia N. ANGELONI
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Agrarias
UNNE

Ing. Agr. (Dra.) Sara VAZQUEZ
Decana
Facultad de Ciencias Agrarias
UNNE

FS FOTOCOPIA

Ing. María G. ALVAREZ
Directora Gestión Académica
Facultad de Ciencias Agrarias
U.N.N.E