



FACULTAD DE AGRONOMIA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA

CARRERA

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE
NEGOCIOS AGROPECUARIOS**

PROGRAMACION DE LA ASIGNATURA

COMERCIALIZACION AGROPECUARIA

MV Carlos Daniel SARAVIA

Adjunto regular a cargo

2010

1. **FACULTAD**: Agronomía
2. **CARRERA**: Licenciado en Administración de Negocios Agropecuarios
3. **ASIGNATURA**: Comercialización Agropecuaria
4. **CUERPO DOCENTE**:

PROFESOR A CARGO: Dr. Carlos Daniel SARAVIA (Adjunto regular)

AYUDANTE DE 1ª.: Lic. Germán TAPIA (regular)

5 RÉGIMEN DE CURSADA: Anual

6 CARGA HORARIA DE LA ASIGNATURA:

CARGA HORARIA TOTAL SEGÚN PLAN DE ESTUDIO: 120 hs.					
CARGA HORARIA SEMANAL: 4 hs.					
<u>DISTRIBUCION CARGA HORARIA</u>			<u>DISTRIBUCIÓN CARGA HORARIA</u>		
<u>TOTAL</u>			<u>SEMANAL</u>		
<u>TEORICO</u>	<u>PRACTICO</u>	<u>TEORICO-</u>	<u>TEORICO</u>	<u>PRACTICO</u>	<u>TEORICO-</u>
					<u>PR</u>
					<u>A</u>
					<u>C</u>
					<u>TI</u>
					<u>C</u>
					<u>O</u>
40%	40%	20%	40%	40%	20%

7 CONTENIDOS MÍNIMOS Factores que afectan el tamaño de los mercados agropecuarios y la naturaleza de las actividades comerciales. Funciones, participantes y análisis de sistemas en la comercialización. Cambios en los canales de descentralización de los mercados. Eficiencia operativa y de precios. Márgenes de comercialización. Desarrollos comerciales de productos no tradicionales. Estructura, conducta desempeño de las empresas y el sector. Integraciones verticales y horizontales.

COMERCIALIZACION AGROPECUARIA

8. PROGRAMA de ENSEÑANZA

INTRODUCCIÓN. MARCO DE LA MISIÓN

Pretendemos aportar a la **formación de buenas personas**, inteligentes, conscientes y libre; que se sientan con competencias profesionales plenas de **valores**, con **visiones holística y prospectiva**, con **capacidades abstractivas** que permitan **resolver problemas**; personas **cooperativas** hábiles de convivir en **armonía** y de contribuir al **bien común**. En conclusión, **copartícipes en la construcción de un proyecto social que involucre a todos por igual**.

Anhelamos que estén aptos para reconocer las fuerzas competitivas que afrontarán, con capacidad para realizar descripciones, análisis y evaluaciones adecuadas, reconociendo las exigencias de sus clientes orientándolos en la prosecución de su **eficiencia**, la **calidad**, la **equidad** y la **sustentabilidad**. Ante una posible disyuntiva, aspiramos formar futuros profesionales **que intenten ser más competentes que competitivos**.

En distintos momentos habrá comentarios y recomendaciones, puntos de vista discutibles. Para ello, proponemos crear un ambiente propicio para que **cada uno diga su verdad**. **Estimularemos y aceptaremos la crítica**, fundamentalmente por dos razones: porque hay convencimiento de que una Nación se construye a partir de descubrir y aceptar al otro; y porque si se reconoce una debilidad se obtiene una fortaleza. **Les pediremos en varias oportunidades, de modo anónimo o directo, que nos acerquen críticas orientadas a la mejora**, por ejemplo con encuestas.

El campo de estudio de la asignatura está referido a la comercialización de productos y subproductos agropecuarios, abordado desde la teoría de sistemas, con hincapié en los enfoques **micro, meso, macro y metasistémicos**. Se trabajará con el paradigma de sistema comercial, considerado como la conjunción entre el sistema productivo primario, sus agentes proveedores, y la comercialización posterior; finalmente, el consumidor final ha de vérselo como a un subsistema más.

La problemática se organizará en módulos temáticos. Iremos avanzando en el análisis desde las peculiaridades de las empresas agropecuarias y de otras interactuantes organizaciones vinculadas: proveedores de insumos al campo, acopiadores, agroindustrias, entre otras. Si bien el plan vigente no menciona al sector de la distribución, se lo analizará por ser el encargado final en la resolución de las necesidades de los consumidores, clave para el entendimiento del desempeño final.

Para ello, amerita el trabajo con la empresa, su ámbito, su sector; su anhelo por competir, por ser competente o por cooperar; las cadenas compitiendo entre sí o interactuando más en trama social; el País y sus principales instituciones; el mundo del comercio con sus particulares reglas.

Si bien el plan vigente prevé que esta asignatura “*debe orientarse a la transmisión de conceptos y en forma secundaria a la descripción de procesos comerciales*” (Facultad de Agronomía, 2003), ello no significa que se obviarán los trabajos prácticos. Todo lo contrario, se organizarán labores que permitan, fundamentalmente, **construir** los conocimientos impartidos en el aula o en la lectura de bibliografía. Para este logro, se trabajará con la organización de grupos de estudiantes conducidos por **auxiliares - tutores de grupos; en este proceso de enseñanza – aprendizaje cobra relieve la estructura de la cátedra, fortalecida con el trabajo de pasantes estudiantes**. Los grupos deberán realizar informes cortos y en forma quincenal; las puestas en común se realizarán en clase y ante el auditorio general, conformado por el resto de sus compañeros y los docentes.

Como todo transcurso educativo, se necesita de **evaluación**. Los estudiantes serán examinados en distintos momentos del proceso enseñanza aprendizaje. Por un lado, se estimulará la autoevaluación; por otro, se evaluará desde su trabajo grupal; finalmente y según la reglamentación vigente, el individuo deberá resolver satisfactoriamente tres parciales individuales con posibilidades de promoción o, para el caso de no accederse, con examen final. Las mecánicas serán escritas y orales. En gran parte de ellas, los auxiliares tutores coordinarán las acciones.

OBJETIVOS GENERALES

1. Conocer los instrumentos fundamentales de la comercialización agropecuaria.
2. Comprender como proceso, al sistema comercial de la producción agraria.
3. Describir y analizar empresas vinculadas a las cadenas de los productos y subproductos agropecuarios, sean agropecuarias, comerciales, auxiliares o facilitadoras.
4. Describir estructuras y funciones comerciales de productos y subproductos agropecuarios de la región y la Nación.
5. Analizar conductas y desempeños.
6. Comprender la influencia del marco internacional sobre las principales cadenas comerciales.
7. Demostrar habilidad para integrar equipos interdisciplinarios en pos de la resolución de problemas comerciales.

PROGRAMA ANALÍTICO

Iº Módulo: INTRODUCCIÓN. MÉTODO Y MERCADOS

UNIDAD 1: SISTEMA, EMPRESA Y COMERCIALIZACION

Objetivos particulares

- Reconocer el perfil y los alcances profesionales, poniendo énfasis en el objeto comercialización.
- Asumir la visión sistémica como instrumento de análisis de las empresas y sus sistemas comerciales involucrados.
- Identificar a los distintos niveles para el análisis de la comercialización.
- Analizar la rueda operativa de una empresa comercial.
- Distinguir la función y los objetivos del subsistema comercial de la rueda operativa.
- Diferenciar actitudes empresarias.

Contenidos:

Aspectos metodológicos: El currículum y la comercialización. Análisis sistémico en empresa y en cadena comercial; holismo, sinergismo y equifinalidad; método sistémico. Niveles de análisis comerciales: micro, meso, macro y meta.

Empresa comercial: Concepto y características; elementos y actividades; objeto, fines y objetivos. Empresario; funciones, decisiones. Actitudes del empresario; empresarios productor y comercial. Empresa agraria y empresa comercial.

El subsistema comercial en la empresa: objetivos y actividades. Su planificación y el proceso de decisión comercial. Las dimensiones de la comercialización; información.

Duración: 6 horas.

UNIDAD 2: ESTRUCTURA, CONDUCTA Y DESEMPEÑOS DE LOS MERCADOS

Objetivos particulares

- Distinguir mercados, sus determinantes y sus estructuras.
- Identificar actores formadores y tomadores de precios.
- Comprender cómo las estructuras de mercado y sus conductas afectan a los desempeños en los sistemas agroalimentarios/agroindustriales.

Contenidos:

Mercado: Aceptaciones. Mercados institucionalizados y no institucionalizados. Demanda y oferta agropecuarias; demandas y ofertas derivada y original. Bienes transables y no transables. Formadores y tomadores de precios; el Estado, el Gobierno y otras instituciones.

Estructura, conducta y desempeños: Conceptos. Paradigma ECD; enfoque estructural; industria. Aspectos preliminares: funciones, participantes y organización.

Estructuras de mercado y comercial; tipología de Euken; variables e indicadores. Integraciones horizontal y vertical. Conductas; de compra - venta, entre competidores y en la provisión de servicios. Desempeños; descripción, análisis y evaluación; margen comercial y otros indicadores. Remodelación del paradigma.

Duración: 9 horas.

II° Módulo: SUBSISTEMA COMERCIAL EN LA EMPRESA

UNIDAD 3: FACTORES ADQUISICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Objetivos particulares

- Identificar la investigación del mercado como función del subsistema comercial.
- Analizar al mercado de los insumos.
- Distinguir tipos de consumidores y sus formas de compra.
- Examinar el marco de la competencia con sus conductas cotidianas.
- Explorar las particularidades del estudio del mercado internacional.

Contenidos:

Factor comercialización: Determinación de la demanda y de la oferta; el consumidor, el medio competitivo y la estrategia comercial. Fuentes y análisis de la información. Mercado del producto; los consumidores y el medio competitivo; conductas; ser competitivo y ser competente. Comercio internacional; particularidades.

Factor adquisición: Mercado de los insumos; método para su estudio. Cantidad y calidad. Temporalidad; estacionalidad; percibibilidad. Costos. Organización del abastecimiento; subsistema compras. Factor elaboración.

Duración: 5 horas.

UNIDAD 4: MEZCLA Y ESTRATEGIA COMERCIALES

Objetivos particulares

- Identificar a la formulación de la mezcla comercial como función del subsistema comercial.
- Reconocer otros tipos de mix comerciales.
- Distinguir otras funciones del subsistema comercial.

Contenidos:

Mezcla y estrategia comerciales: Concepto, evolución y diferencias; objetivos. Programa comercial de la firma; la mezcla táctica y la 5° P; su evolución; el modelo de las 3 M. Otras funciones del subsistema comercial. Proceso de decisión comercial; su control.

Duración: 4 horas.

III° Módulo: SISTEMA COMERCIAL AGROPECUARIO

UNIDAD 5: LA COMERCIALIZACION COMO SISTEMA

Objetivos particulares

- Identificar a la comercialización como ámbito de resolución de conflictos y de utilidades.
- Diferenciar enfoques sobre el sistema comercial.

- Analizar estructuras y funciones comerciales.
- Organizar los procesos comerciales en cadenas y en sistemas agroalimentarios - agroindustriales.

Contenidos:

Comercialización: Concepto, importancia. Diferencia entre los procesos productivo y comercial. Utilidades. Entorno nacional e internacional; marco institucional, económico, sociocultural y tecnológico. Enfoque holístico, jerárquico y abierto. Sistema agroalimentario - agroindustrial. Dimensiones vertical y horizontal.

Estructura de un sistema comercial: concepto. Productores, comerciantes, auxiliares y facilitadores; el Estado, el Gobierno e instituciones no públicas; articulaciones. Estructura de los mercados y estructura comercial; variables e indicadores.

Funciones de un sistema comercial: Funciones como conjunto de actividades; de intercambio, físicas, facilitadoras. Según paradigma ECR; de distribución, de información, de asignación. Funciones del Estado.

Organización y eficiencia comerciales: Cadenas y canales; megacadenas, cadenas y subcadenas. Conceptos, niveles. Cadenas directas e indirectas; según mercado de consumo, estado de transformación y en función del uso de una materia prima. Eficiencias operacional y en la formación de los precios. Indicadores; costos y márgenes comerciales.

Duración: 16 horas.

UNIDAD 6: ETAPAS DE UN SISTEMA COMERCIAL

Objetivos particulares

- Identificar subsistemas comerciales, así como a los sujetos y funciones que existen en cada eslabón.
- Aplicar el enfoque de la teoría de la organización industrial en estos complejos comerciales.
- Operacionalizar las variables en costos y márgenes comerciales.

Contenidos:

Subsistemas de la comercialización: Procesos organizativos de la producción, la oferta, la agroindustria y la distribución. Aspectos en estudio; localización, estacionalidad e instantaneidad, cambio de dominio jurídico, cambio de forma y presentación. Documentación utilizable. Variables, operacionalización e indicadores de eficiencia comercial. Estructura, conducta y desempeño.

Duración: 9 horas.

UNIDAD 7: FUNCIONES DE INTERCAMBIO

Objetivos particulares

- Distinguir mecanismos disponibles como alternativas para el intercambio.
- Conocer los sujetos que intervienen en el intercambio comercial.
- Conocer el intercambio en los distintos sistemas agropecuarios.

Contenidos:

Cambio del dominio jurídico: Funciones de compra - venta y auxiliares para el intercambio. Conductas. Intercambios entre niveles y dentro de un mismo nivel comercial. Modalidades; con entrega anticipada, con pago y entrega simultánea, operaciones con pago anticipado y entrega futura, operaciones de canje por insumos, operaciones de futuros institucionalizado o no institucionalizado. El comercio electrónico. Formas y plazos de entrega. Comerciantes y auxiliares; sus articulaciones. El intercambio con el acopiador, con la agroindustria y con el proveedor de insumos; en

los granos, en la hacienda y en la leche. Comportamientos entre empresas competidoras y entre empresas colegas. Costos explícitos e implícitos; costos de transacción.

Duración: 6 horas.

UNIDAD 8: FUNCIONES FISICAS DE LA COMERCIALIZACION

Objetivos particulares

- Analizar las funciones físicas de la comercialización, relacionándolas con los sujetos que las ejecutan.
- Evaluar al sector agroindustrial como espacio laboral del futuro profesional.
- Calcular sus costos.

Contenidos:

Acopio y almacenaje: Importancia. Mecanismos. Acondicionamiento, conservación, acopio y almacenaje. Documentos usuales. Sujetos que intervienen; servicios prestados. Cambio del dominio entre productor y empresa del acopio. Acopio; tipos; sus unidades de negocio; términos y modalidades del contrato; propio y depositarios. Ventas en mercados disponible, “*forward*” y a término. Costos de planta y administrativos. Cooperativas de 1º y 2º grado.

Transporte: Concepto. En granos, hacienda y carnes, leche, otros; carta de porte y guía de traslado; DTA; CATAC. Flete corto, largo y traspale. Costos.

Agroindustrias: Concepto, características y clasificaciones. Nivel comercial de la agroindustria; proceso agroindustrializador global. Cadenas según estado de transformación. Desarrollo agroindustrial en Argentina. Agroindustrias cooperativas. Modernizaciones del sistema agroindustrial; del sector agropecuario, en el procesamiento, en la distribución, en el consumo. Mercados en la forma. Factores locacionales; el transporte, otros. Adquisición de la materia prima. Mecanismos de venta; el abastecimiento. Contratos agroindustriales y maquila; otros contratos. Otras estrategias agroindustriales; concentración, multimercado, acuerdos transitorios, otras estrategias.

Duración: 10 horas.

UNIDAD 9: FUNCIONES FACILITADORAS DE LA COMERCIALIZACION

Objetivos particulares

- Distinguir los distintos mecanismos para informarse sobre los mercados y de los riesgos que en ellos puedan ocurrir,
- Sugerir estrategias para afrontarlos.
- Describir operaciones financieras del sistema comercial de productos pecuarios.
- Diferenciar sistemas de clasificación, tipificación y normalización.
- Determinar impactos sobre los precios y modos de comercialización.

Contenidos:

Información: Necesidades de información; tipos y usos. Fuentes de información oficiales o no oficiales; los modelos de la cámara arbitral y del mercado de Liniers; información en cadenas con mercados no institucionalizados. Factores que influyen en la calidad de la información. Información provista por el Estado; ONCCA, SENASA, otras organizaciones oficiales.

El riesgo en la comercialización: Tipos; técnico y de la producción, del mercado, financiero, político. Administración del riesgo; estrategias: asumirlo, controlarlo o cederlo. Estrategias; diversificación, seguros, mercado a término, otras.

El financiamiento de la comercialización: Con capital propio y con capital ajeno. Instrumentos especiales de financiamiento; *warrants*, prefinanciaciones, *leasing*; otras operaciones especiales.

Clasificación, tipificación y normalización: Conceptos y diferencias. Importancia; impacto en los precios; ejemplos. Calidad y sus formas para apreciarla; atributos en granos, haciendas y leche. Normas de calidad preestablecida.

Funciones facilitadoras del Estado: Generación de políticas públicas y de control. Sus costos; tributos en la cadena. Mecanismos de intervención; medidas económicas y para-arancelarias en los mercados mundiales.

Duración: 9 horas.

UNIDAD 10: COMERCIALIZACION E INTEGRACION

Objetivos particulares

- Examinar posiciones dominantes de mercado considerando, en particular, las distintas estructuras de “gobernancia”.
- Identificar formas de integración vertical y horizontal, así como de actuación colectiva en la comercialización.
- Comparar los tipos de agronegocios.
- Opinar sobre sus desempeños.
- Analizar particularidades en distintos sistemas comerciales.

Contenidos:

Enfoque comercial moderno: Conceptos. Trama social y región; generalidades; cadenas, redes, distritos industrial y comercial, clusters. Sistemas agroalimentario y agroindustrial; industrialización de la agricultura. Aspectos para el estudio; el quinto subsistema: el consumidor moderno, interdependencias, flujos de la cadena, agregado de valor, jerarquías, coordinación. Dimensiones vertical y horizontal. “*Commodities*” y especialidades; conceptos, objetivos, diferencias, coordinaciones. El consumidor de alimentos; calidad en “*commodities*” y en especialidades. Nuevos sujetos, concentración y diferenciación. El análisis desde la empresa profesional asesora.

Coordinación de la cadena: Estructuras de “*gobernancia*”; concepto y tipos. Sujetos dominantes. Coordinación del mercado. La actuación colectiva en comercialización. Motivos de integración; el impacto de la calidad, defensa, exigencias del consumidor de alimentos. Integración vertical y horizontal. Integración; vía poder del mercado, por contrato, asociativa, por propiedad; vía poder del mercado del insumo. Formas jurídicas de integración, concentración y alianzas transitorias. Tipos de contratos; maquila y agroindustriales; los ejemplos de la soja, la cebada cervecera, de las carnes porcina y aviar, lana, otros.

Duración: 8 horas.

IVº Módulo: ANÁLISIS DE PRODUCTOS

UNIDAD 11 SISTEMA COMERCIAL DE GRANOS

Objetivos particulares

- Estudiar las principales corrientes comerciales.
- Identificar mecanismos de intervención.
- Analizar las principales cadenas nacionales.
- Identificar productos, comparando sus modalidades comerciales.
- Trabajar con los indicadores de la comercialización.

Contenidos: Cereales y oleaginosas.

Comercio mundial: Particularidades; países productores, exportadores e importadores. Productos comercializados. Regulaciones del mercado; políticas proteccionistas.

Comercio nacional: Canales de comercialización; similitudes y diferencias entre cereales y oleaginosas. Etapas de la comercialización en granos; primaria, secundaria y terciaria; oferentes, demandantes y funciones para cada etapa. La exportación en la cadena; “*incoterms*”. Cooperativas de primer y segundo grado. Organización comercial de la producción; funciones, estructura y utilidades; proveedores y productores. Organización comercial de la oferta; funciones, estructura y utilidades; bases y estándares. Los acopiadores; funciones y estrategias. Bolsas y cámaras arbitrales; documentación. Organización comercial de la agroindustria; funciones, estructura y utilidades; contratos agroindustriales; agroindustrias de primera y de segunda transformación. Organización comercial de la distribución; funciones, estructura y utilidades; mayoristas y minoristas; consumo institucional. Productos y subproductos. Mecanismos de coordinación.

Duración: 12 horas.

UNIDAD 12: SISTEMA COMERCIAL DE HACIENDAS Y CARNES

Objetivos particulares

- Estudiar las principales corrientes comerciales.
- Identificar mecanismos de intervención.
- Analizar las principales cadenas nacionales.
- Identificar productos, comparando sus modalidades comerciales.
- Trabajar con los indicadores de la comercialización.

Contenidos: Haciendas y carnes bovina, porcina y aviar. Otras carnes.

Comercio mundial: Particularidades; países productores, exportadores e importadores. Productos comercializados. Segmentación. Políticas proteccionistas; económicas y para-arancelarias. Exportaciones argentinas; clientes, exigencias. Paradoja de la calidad.

Comercio nacional: Organización comercial de la producción; zonas y provincias productoras, factores locacionales. Organización de la oferta; canales institucionalizados y no institucionalizados; mercados terminales, remates ferias, otros; ventas directas, por comisión, por consignación directa y de carnes. Auxiliares. Organización de la agroindustria; productos y subproductos; agroindustrias de la carne; clases de matadero frigoríficos, por destino, por ciclo; consumidores y exportadores; organismos competentes en higiene y seguridad; ámbitos de control; funciones facilitadoras; clasificación y tipificación. Recupero. Organización de la distribución; diferencias entre grandes y pequeños centros urbanos; mayoristas, minoristas y consumo institucional. Margen comercial. Particularidades para las cadenas de carnes ovinas, porcinas y aviar. Estructuras y mecanismos de formación de precios. Mecanismos de coordinación.

Duración: 12 horas.

UNIDAD 13: COMERCIALIZACION DE LA LECHE Y DERIVADOS

- Estudiar las principales corrientes comerciales.
- Identificar mecanismos de intervención.
- Analizar las principales cadenas nacionales.
- Identificar productos, comparando sus modalidades comerciales.
- Trabajar con los indicadores de la comercialización.

Contenidos:

Comercio mundial: Producción primaria y agroindustrial; consumo; estructura industrial mundial comparada con Argentina. Corrientes comerciales, políticas proteccionistas.

Comercio nacional: Cadenas comerciales. Organización comercial de la producción; cuencas lecheras y provincias productoras; ventajas comparativas y competitivas.

Organización de la oferta; productos; integración con la cadena de la carne bovina. Organización de la oferta y de la agroindustria; integraciones; productos clasificados y tipificados; sistemas de pago; liquidación, bonificaciones; por tipificación. Estrategias comerciales para el productor tambero. Industria láctea argentina; clasificación, sectores productos frescos y concentrados. Organización de la distribución; particularidades. Mecanismos de coordinación.

Duración: 6 horas.

UNIDAD 14: **SISTEMAS COMERCIALES DE OTROS PRODUCTOS**

Objetivos particulares

- Identificar productos y subproductos en otros sistemas agropecuarios.
- Estudiar sus principales modalidades comerciales que hacen a estos productos, tanto en el ámbito nacional como internacional.

Contenidos: productos de la abeja, del ovino, fruto hortícolas, otros.

Miel y otros productos de la colmena: Corrientes comerciales; instituciones; participación argentina. Comercio nacional; sistema de comercialización, productos y formación de precios. Otros productos.

Lana: Corrientes comerciales; particularidades. Comercio nacional; particularidades; sujetos, funciones y utilidades. Organización de la comercialización.

Sistemas comerciales fruto – hortícolas y de otros productos alternativos: particularidades; organización de la comercialización.

Duración: 8 horas.

9. ACTIVIDADES DIDÁCTICAS

9.1 ENCUENTROS EXPOSITIVOS

Modo clásico y tradicional para llevar adelante al proceso de enseñanza aprendizaje. Se prevén disertaciones del profesor, pero con participación estudiantil ágil y espontánea. Se utilizarán pizarra, diapositivas en PowerPoint y el retroproyector, fundamentalmente. En el desarrollo, se intercalarán encuentros tipo **taller** en aula.

9.2 ENCUENTROS DE AULA TALLER

Está considerado como un proceso teórico práctico. Se persigue el aprendizaje a través de actividades interactivas guiadas u orientadas por el cuerpo docente, donde la figura del auxiliar tutor es clave. La cátedra podrá trabajar mediante el uso de “**guías de aprendizaje**”, específicamente preparadas para facilitar al proceso, si bien no será el único mecanismo didáctico, ni el prioritario.

Los siguientes son algunos de los temas relevantes propuestos, donde los grupos estudiantiles ejecutarán actividades tipo aula taller:

- a) liquidaciones al productor de granos.
- b) liquidaciones al productor de ganados.
- c) liquidaciones al productor de leche.
- d) otros temas, según criterio de la cátedra y en función de la dinámica del grupo del aula.

Se prevén entrega de informes grupales obligatorios, **con nota computable** para el promedio de la promoción. Según la dinámica de la modalidad, podrían plantearse exposiciones obligatorias.

9.3 TRABAJOS PRÁCTICOS

9.3.1 SEMINARIO. Para la aprobación de esta asignatura se requiere de la realización de dos seminarios.

Seminario es una técnica del proceso de enseñanza aprendizaje por la cual un grupo reducido de alumnos investiga y analiza un tema, en sesiones planificadas, utilizando a fuentes secundarias y primarias de información. Significa una labor práctica donde los estudiantes, organizados en grupos de no más de cuatro personas, abordarán diferentes aspectos de un mismo tema.

Los **auxiliares tutores** coordinarán las distintas actividades, **en un seguimiento cuasipersonalizado**, quienes, además, realizarán las primeras correcciones. Se tiene la idea del aprovechamiento de los errores como instrumento de aprendizaje.

En forma quincenal deberán entregar informes parciales escritos, que ameritarán aprobación. Sobre el fin de cada cuatrimestre, los grupos organizarán sus exposiciones, planificando todos los recursos necesarios para ello; llevarán a cabo su puesta en común, con descripciones, análisis y principales conclusiones.

9.3.2 LISTADO DE ACTIVIDADES QUE INTEGRAN EL TRABAJO DE SEMINARIO. Se considerará clave la capacidad que el estudiante tendrá para articular el marco teórico con la investigación en un informe final, escrito y expositivo:

9.3.2.1 SEMINARIO 1. Previsto en el primer cuatrimestre. Una vez seleccionada una empresa, y tras entrevista personal con algún integrante de la misma, cada grupo procederá a:

1. Su descripción, usando como modelo el de la rueda operativa (Serra y Kastika, 2004). En particular, resaltaré las actividades desarrolladas por el subsistema comercial, evaluando su operatividad. Realizaré críticas con propuestas de mejora, sobre todo aplicando el enfoque bidimensional de la comercialización; particularmente, resaltaré la visión empresaria detectada (operativa o comercial).
2. Describiré a sus principales mezclas comerciales, así como las estrategias comerciales respectivas.
3. Propondré una matriz comparativa, en función del modelo evolutivo propuesto por Levy, A. (2003).
4. Sobre la base del producto principal de la empresa seleccionada, determinaré a su mesosistema comercial. Analizaré los roles que la empresa posee en tal contexto, tanto desde el punto de vista estructural como funcional.
5. Si se pudiera disponer de los precios de la organización, estimaré sus costos y márgenes comerciales.
6. Propondré factibilidades de **integración** o de **cuasiintegración**.
7. Finalmente, el grupo expondrá sobre los aspectos más importantes analizados en el seminario. **La organización de la clase, con el material didáctico incluido, estará a su cargo. Se pondrá una nota que se utilizará para el promedio anual.**

9.3.2.2. SEMINARIO 2. Previsto para el segundo cuatrimestre. En función de una cadena o subcadena sorteada (de las unidades 11 a 14), el grupo la analizará, utilizando como modelo al expuesto por Pons y plantado en la “Guía de Aprendizaje: Sistema comercial agropecuario” (Saravia, 2007).

8. Una vez identificada la cadena principal, plantearé a la megacadena y a las subcadenas que las componen. Además, la examinaré clasificándola en función de la materia prima, del estado de transformación y del estado de consumo.
9. Identificaré y clasificaré a los actores claves, así como sus articulaciones comerciales. Analizaré la presencia, o no, de mercados institucionalizados.
10. Explicaré la resolución de las utilidades y actividades comerciales desarrolladas a lo largo del sistema: acopio, acondicionamiento, conservación, almacenaje, transportes, transformaciones, etc. En particular, se detendrá en las distintas formas de clasificaciones, tipificaciones y normalizaciones.
11. Identificaré estructuras de mercado predominantes, aplicando dos modalidades: la tipología de Euken, propuesta por Iriarte (2006), y las formas neoclásicas que plantea la economía.
12. Analizaré las formas de pago al productor primario.
13. Describiré y clasificaré al sector agroindustrial (Saravia y col, 2007).
14. Determinaré la presencia de “*commodities*” y de especialidades relevantes, con sus características predominantes.

15. Analizará las estructuras de “*governancia*”, resaltando su importancia en la formación de los precios (Alvarado Ledesma, 2004).
16. Analizará el índice de transabilidad del producto o productos más importante/s.
17. Finalmente, el grupo expondrá sobre los aspectos más importantes analizados en el seminario. La organización de la clase, **con el material didáctico incluido**, estará a su cargo. **Se le pondrá una nota que se utilizará para el promedio anual.**

9.4. VIAJES 1 y 2. Al menos, el grupo anual realizará dos viajes didácticos (supeditados e la disponibilidad de transporte por parte de la UNLPam. y de la disposición de las empresas), uno considerado como “ruta del ganado y la carne” y otro como “ruta de los granos” Es intención que estas visitas guiadas no sirvan meramente para observar instalaciones, sino y sobre todo para consultar sobre temas inherentes a la materia. Por ello y para cada caso, **cada grupo deberá presentar un informe escrito**, en función de algunos aspectos seleccionados previamente por los docentes; la nota se promediará para el caso de aspirar a la promoción. La mecánica consistirá en investigar sobre: subsistemas de compra y comercial de la empresa, las estructuras de “*governancia*”, mezclas y estrategias comerciales, experiencias en integraciones horizontal y vertical, etc.

9.4.1 Ruta del ganado y la carne. Se asistirá a un ámbito institucionalizado, caso una feria de hacienda. Además, se prevé visitar a un matadero frigorífico y a una empresa consignataria.

9.4.2. Ruta de los granos. Se visitará a un acopio y a una agroindustria (preferentemente molinera o aceitera).

10. EVALUACIONES

Contemplando el reglamento vigente, estas instancias serán integradoras de todos los aspectos claves para el proceso de enseñanza aprendizaje propuesto. Como el sistema contempla la **promoción directa**, se prevén distintos recursos evaluativos para facilitarla, procediéndose de la siguiente manera:

10.1 ASISTENCIA A CLASES TEÓRICAS Y TEÓRICO-PRÁCTICAS (TIPO TALLER O VIAJES DIDÁCTICOS). De carácter obligatorio en el 80% de los casos, sólo se contemplarán inasistencias por actividades propias o situaciones reglamentadas por la Facultad.

10.2 APROBACIÓN DE LOS TRABAJOS PRÁCTICOS. Deberán mostrar aptitud y actitud para el trabajo grupal e individual. Con orientación del tutor, el docente aprobará, desaprobará o propondrá mecanismos para reaver a los trabajos prácticos. Los trabajos culminarán con la exposición de sus principales tópicos, ante el resto del auditorio estudiantil. **La organización didáctica de esta clase estará a cargo de los estudiantes.** Una vez aprobada esta instancia, realizarán la presentación escrita del informe realizado. Se computará una nota a **promediarse** con la de los parciales.

10.3 PARCIALES. De carácter individual, serán tres. Existirá la posibilidad de **un recuperatorio, a utilizarse en cualquier evaluación.**

Si no accede a la condición anterior, el reglamento contempla, para aquellos que consigan entre 4 (cuatro) y 6 (seis), un examen final. Si la nota fuera menor, el estudiante quedará en situación de alumno libre (ver ítem 10.7).

10.4 PARA CUMPLIR CON LA PROMOCIÓN DIRECTA, EL SISTEMA EVALUATIVO CONTEMPLA QUE:

1. El estudiante deberá aprobar un primer parcial con puntaje 7 (siete) o mayor.
2. Luego, ha de aprobar el segundo parcial, oral o escrito (según la posibilidad que brinde la estructura de cátedra), donde se evaluarán los temas del primero y los dictados para el segundo. El puntaje será de 7 (siete) o más.
3. Finalmente, el estudiante deberá aprobar un tercer parcial. Se considerarán todos los temas dictados a lo largo de la cursada. Será de carácter oral, con notas que oscilarán entre 7 (siete) y 10 (diez). El desafío estará en conocer los temas contemplados en el presente programa analítico y en sus articulaciones, propuesta didáctica que denomino **evaluación sistémica**.
4. **PROMEDIO FINAL PARA EL LOGRO DE LA PROMOCIÓN DIRECTA.** Se contemplarán **cuatro notas**, una que promedia a los trabajos prácticos (seminarios e informes previstos en ítems 9.2, 9.3 y 9.4) más aquellas logradas en los tres parciales. En todos los casos, deberán logra al menos un 7 (siete). Dispondrá de un examen recuperatorio a utilizarse en cualquiera de los parciales.

10.5 CON EXAMEN FINAL El alumno **podrá optar por esta posibilidad**. Se utilizará el presente programa analítico como programa de examen.

10.7 ALUMNO LIBRE. Para esta situación, el estudiante deberá presentar una carpeta de trabajos con los temas previstos en los ítems 9.2, 9.3, y 9.4. Para ello, previamente se contactará con los integrantes de la asignatura (personal o vía email), con el objetivo de discutir sobre los seminarios 1 y 2. El aspirante deberá conseguir y analizar tres liquidaciones: sobre granos, hacienda y leche. Para los informes previstos en el ítem viajes se podrá recurrir a empresas del medio santarroseño. Podrá requerir de un tutor orientador, por lo que se reitera lo clave del contacto previo entre profesor y estudiante, con suficiente antelación. Fundamentalmente, sobre la base de esta carpeta se elaborará el escrito del final, considerado como práctico según la reglamentación vigente. Aprobada esta instancia, pasará al examen oral.

11. BIBLIOGRAFÍA

11.1 BIBLIOGRAFÍA BÁSICA. Según el desarrollo del curso, la cátedra proveerá material de estudio en formato de cuadernos, confeccionado y compaginado por los integrantes de la asignatura. Podrán solicitarse en sus versiones discos compactos o en “pendrive”.

Además, están disponibles en www.agro.unlpam.edu.ar/catedra

Para el caso de libros, se orientará en el/los capítulo/s a leer. La mayoría están disponibles en biblioteca; aquellos que no, serán cedidos por los docentes.

A continuación se organiza el material de lectura en función de la unidad temática, provisto a los estudiantes, según criterio docente. No es intención que se lea todo el material siguiente, sólo se expone a modo de servicio para aquellos que intenten ampliar algún marco teórico.

UNIDAD 1: Sistema, empresa y comercialización.

Balestri, L.; Saravia, C. (2005) “La empresa como sistema y el empresario tradicional”. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Facultad de Agronomía (2007) “Plan de Estudios”. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Francia, A. (1984) “Introducción a la teoría general de los sistemas”. Librería Agropecuaria. Argentina.

- Guerra Espinel, G y Aguilar Valdés, A. (1995) “Guía del mercadeo para la administración de agronegocios” Cap. 3 y 4. IICA. Ed. Limusa UTEHA. Méjico.
- Mc Carthy, J. y Perreault, W. (1994) “Fundamentos de comercialización. Principios y métodos” El Ateneo. Argentina.
- Rojas, P. y Sepúlveda, S. (1999) “Competitividad de la agricultura: las cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial” Serie de cuadernos técnicos. IICA, n° 8
- Serra, R y Kastika, E. (2004) “Reestructurando empresas. Las nuevas estructuras de redes para diseñar las organizaciones”. Norma SA. Argentina.

UNIDAD 2: Estructura, conducta y desempeños de los mercados.

- Caldentey, P (1987) “Una propuesta de remodelación del paradigma estructura – conducta – resultados”. Revista de Estudios Agrosociales N° 141. España
- Crowford, I (1977) “Gestión de mercadeo agrícola”. FAO. Adaptado por Oficial de Mercadeo y Crédito de la Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe, Santiago de Chile, 1999.
- Guerra Espinel, G y Aguilar Valdés, A. (1995) “Guía del mercadeo para la administración de agronegocios” Cap. 3 y 4. IICA. Ed. Limusa UTEHA. Méjico.
- Iriarte, L. (2006) “Enfoques para el análisis de la comercialización de productos agropecuarios y alimentos” Inédito. Facultad de Ciencias Agrarias, UNMdelP. Balcarce, Argentina.
- Koutsoyiannis, A. (2002) “Microeconomía moderna” Amorrortu editores. Argentina.
- Mendoza, G. (1987) “Compendio de mercadeo de productos agropecuarios” Servicio Editorial IICA. San José, Costa Rica.
- Saravia, C. (2009) “Comercialización y mercados agropecuarios” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.
- Saravia, C. (2009) “Sistemas de comercialización. Guía de aprendizaje.” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

UNIDAD 3: Factores adquisición y comercialización.

UNIDAD 4: Mezcla y estrategia comerciales.

- Balestri, L. y Biasotti, L (2006) “Marketing internacional” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.
- Caldentey Albert, P; Haro Giménez, T.; Titos Moreno, A; Briz Escribano, J. (1994) “Marketing Agrario” Cap. 8. Editorial Mundi Prensa. Madrid, España.
- Guerra Espinel, G y Aguilar Valdés, A. (1995) “Guía del mercadeo para la administración de agronegocios” Cap. 3 y 4. IICA. Ed. Limusa UTEHA. Méjico.
- Levy, A. (2003) “La marca, la mística y la gente” en Manual para el Desarrollo Empresarial, Líderes del Tercer Milenio. Clarín – Mercado. Argentina.
- Mc Carthy, J. y Perreault, W. (1994) “Fundamentos de comercialización. Principios y métodos” El Ateneo. Argentina.
- Saravia, C. (2006) “Investigación del mercado de los insumos” Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina. En Balestri, L.; Saravia, C. y Biasotti, L (2006) “Estudios del mercado para productos y servicios”. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina
- Saravia, C. (2009) “Comercialización y mercados agropecuarios” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.
- Saravia, C. (2009) “Estudios del mercado para productos y servicios” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

UNIDAD 5: La comercialización como sistema.

UNIDAD 6: Etapas y desempeño de un sistema comercial.

- Balestri, L. y Saravia, C. (2005) “Sistemas de comercialización agropecuaria” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.
- Balestri, L.; Saravia, C. (2006) “El enfoque de los agronegocios”. Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.
- Bini, F., Caruso, L., Fernández, D., Grignafini, A., Mas, D., Silvestri, L. (1998) “Lecturas sobre comercialización de granos”. Bolsa de Comercio de Rosario. Argentina.
- Bolsa Comercio de Rosario (2007) “Manual del operador del mercado de granos” Rosario, Argentina.
- Caldentey Albert P. y Haro Jiménez, T. (2004) “Comercialización de productos agrarios”. Editorial Agrícola Española – Mundi Prensa. España.
- Crowford, I (1977) “Gestión de mercadeo agrícola”. FAO. Adaptado por Oficial de Mercadeo y Crédito de la Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe, Santiago de Chile, 1999.
- Formento, S. (2003) “Empresa agraria y sus contratos de negocios” Editorial Facultad Agronomía. UBA.

Argentina.

Iriarte, L. (2006) "Enfoques para el análisis de la comercialización de productos agropecuarios y alimentos" Inédito. Facultad de Ciencias Agrarias, UNMdelp. Balcarce, Argentina.

Mendoza, G. (1987) "Compendio de mercadeo de productos agropecuarios" Servicio Editorial IICA. San José, Costa Rica.

Pontón, R.; Bergero, P.; Ponté, 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

Rojas, P. y Sepúlveda, S. (1999) "Competitividad de la agricultura: las cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial" Serie de cuadernos técnicos. IICA, n° 8

Saravia, C. (2009) "Comercialización y mercados agropecuarios" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

UNIDAD 7: Funciones de intercambio.

Balestri, L. y Saravia, C. (2005) "Sistemas de comercialización agropecuaria" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Bini, F., Caruso, L., Fernández, D., Grignafini, A., Mas, D., Silvestri, L. (1998) "Lecturas sobre comercialización de granos". Bolsa de Comercio de Rosario. Argentina.

Bolsa Comercio de Rosario (2007) "Manual del operador del mercado de granos" Rosario, Argentina.

Ciencia y Técnica Agropecuaria (2007) "Reglamentaciones oficiales argentinas" Su Impres SA 15ª Edición. Buenos Aires, Argentina.

Formento, S. (2003) "Empresa agraria y sus contratos de negocios" Editora Facultad Agronomía. UBA. Argentina.

Iriarte, L. (2006) "Enfoques para el análisis de la comercialización de productos agropecuarios y alimentos" Inédito. Facultad de Ciencias Agrarias, UNMdelp. Balcarce, Argentina.

Pontón, R.; Bergero, P.; Ponté, 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

Saravia, C. (2009) "Comercialización y mercados agropecuarios" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Saravia, C. (2009) "Sistemas de comercialización. Guía de aprendizaje." Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

UNIDAD 8: Funciones físicas de la comercialización.

Balestri, L. y Saravia, C. (2005) "Sistemas de comercialización agropecuaria" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Bini, F., Caruso, L., Fernández, D., Grignafini, A., Mas, D., Silvestri, L. (1998) "Lecturas sobre comercialización de granos". Bolsa de Comercio de Rosario. Argentina.

Bolsa Comercio de Rosario (2007) "Manual del operador del mercado de granos" Rosario, Argentina.

Caldentey Albert P. y Haro Jiménez, T. (2004) "Comercialización de productos agrarios". Editorial Agrícola Española – Mundi Prensa. España.

Caldentey Albert P. y Gómez Muñoz, A (1993) "Economía de los mercados agrarios". Mundi Prensa. España.

Ciencia y Técnica Agropecuaria (2007) "Reglamentaciones oficiales argentinas" Su Impres SA 15ª Edición. Buenos Aires, Argentina.

Iriarte, L. (2006) "Enfoques para el análisis de la comercialización de productos agropecuarios y alimentos" Inédito. Facultad de Ciencias Agrarias, UNMdelp. Balcarce, Argentina.

ONCCA. (2007) "Instructivos básicos de confección y uso de los formularios 1116"

Pontón, R.; Bergero, P.; Ponté, 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

Romano, N. (2005) "Caracterización del transporte de hacienda en pie –flujo bovino y su distribución espacial en la provincia de La Pampa" Con la dirección de Tesis de Zanotti, N. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Santángelo, F. (2004) "Costos de transacción en la cadena de carne vacuna argentina" Cuarto Seminario Hereford. Asociación Argentina Criadores de Hereford – Universidad Católica Argentina.

Saravia, C., Balestri, L y Tapia, G. (2007) "Agroindustrias" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina

Saravia, C. (2009) "Comercialización y mercados agropecuarios" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Saravia, C. (2009) "Sistemas de comercialización. Guía de aprendizaje." Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos – Secretaría de Transporte y Administración Federal de Ingresos Públicos “Transporte de granos”. Argentina.

Shepherd, A. (1995) “Guía para el cálculo de los costos de comercialización” FAO. Italia.

Tapia, G. (2007) “Costos de acopio y transporte” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

UNIDAD 9: Funciones facilitadoras de la comercialización.

Balestri, L.; Saravia, C.; Tapia, G. (2007) “Funciones facilitadoras de la comercialización. Asunción del riesgo” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Balestri, L.; Saravia, C. y Sánchez, A. (2006) “Funciones facilitadoras de la comercialización. El financiamiento de la comercialización” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Balestri, L. y Saravia, C. (2005) “Sistemas de comercialización agropecuaria” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Bini, F., Caruso, L., Fernández, D., Grignafini, A., Mas, D., Silvestri, L. (1998) “Lecturas sobre comercialización de granos”. Bolsa de Comercio de Rosario. Argentina.

Caldentey Albert P. y Gómez Muñoz, A (1993) “Economía de los mercados agrarios”. Mundi Prensa. España.

Caldentey Albert P. y Haro Jiménez, T. (2004) “Comercialización de productos agrarios”. Editorial Agrícola Española – Mundi Prensa. España.

Pontón, R.; Bergero, P.; Ponté, 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

Sánchez, A., Saravia, D., Balestri, L. (2004). “Los impuestos en la actividad profesional agropecuaria y en la comercialización de carnes, lácteos y granos”. Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Shepherd, A. (2001) “Interpretación y uso de la información de mercados.” FAO. Italia.

UNIDAD 10: Comercialización e integración.

AACREA (2005) “Agroalimentos Argentinos II” En www.aacrea.org.ar. Argentina.

Alvarado Ledesma, M. (2004) “Agronegocios. Empresa y emprendimiento” El Ateneo. Argentina.

Balestri, L. y Saravia, C. (2005) “Sistemas de comercialización agropecuaria” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Balestri, L.; Saravia, C. (2006) “El enfoque de los agronegocios”. Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Balestri, L.; Saravia, C.; Poma, K. y Fuentes, V. (2004) “Tipos de agronegocios”. Cuaderno de cátedra. Facultad de Ciencias Veterinarias, UNLPam. Argentina.

Bini, F., Caruso, L., Fernández, D., Grignafini, A., Mas, D., Silvestri, L. (1998) “Lecturas sobre comercialización de granos”. Bolsa de Comercio de Rosario. Argentina.

Caldentey Albert P. y Haro Jiménez, T. (2004) “Comercialización de productos agrarios”. Editorial Agrícola Española – Mundi Prensa. España.

Formento, S. (2003) “Empresa agraria y sus contratos de negocios” Editora Facultad Agronomía. UBA. Argentina.

Ghezán, G; Acuña, A y Mateos, M. (2006) “Estrategia y dinámica de la innovación en la industria alimentaria argentina.” Astralib. Argentina.

Molina, M. (2008) “Granos. Normas de calidad y metodología para la comercialización de granos” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Pontón, R.; Bergero, P.; Ponté, 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

Rojas, P. y Sepúlveda, S. (1999) “Competitividad de la agricultura: las cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial” Serie de cuadernos técnicos. IICA, n° 8

Saravia, C. (2009) “Sistemas de comercialización. Guía de aprendizaje.” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Saravia, C., Balestri, L y Tapia, G. (2007) “Agroindustrias” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina

Teubal, M. (1995) “Globalidad y expansión agroindustrial. "Superación de la pobreza en América Latina” Corregidor. Argentina.

UNIDADES 11, 12, 13 y 14: Análisis de productos. Granos, haciendas y carnes, leche y derivados, otros productos.

Balestri, L. y Saravia, C. (2005) "Mercado internacional de la carne bovina" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Balestri, L. y Saravia, C. (2005) "Sistemas de comercialización agropecuaria" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Balestri, L.; Saravia, C. (2006) "El enfoque de los agronegocios". Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Balestri, L.; Saravia, C. y Biasotti, L. (2007) "Comercialización y mercados agropecuarios" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Balestri, L.; Saravia, C.; Poma, K. y Fuentes, V. (2004) "Tipos de agronegocios". Cuaderno de cátedra. Facultad de Ciencias Veterinarias, UNLPam. Argentina.

Bini, F., Caruso, L., Fernández, D., Grignafini, A., Mas, D., Silvestri, L. (1998) "Lecturas sobre comercialización de granos". Bolsa de Comercio de Rosario. Argentina.

Bisang, R. (2003) "Eficiencia y redes productivas: la industria de las carnes en Argentina." LITTEC. Instituto de Industria. Universidad Nacional de General Sarmiento. Argentina. En www.littec.ungs.edu.ar

Bisang, R.; Gutman, G. y Cesa, V. (2003) "La trama de lácteos en Argentina" Estudio 1.EG.33.7 Estudio sobre el sector agroalimentario. Componente B: Redes agroalimentarias. Tramas. Ministerio de Economía de La Nación. Argentina.

Bolsa Comercio de Rosario (2007) "Manual del operador del mercado de granos" Cap. 3. 4º edición. Rosario, Argentina.

Caldentey Albert P. y Haro Jiménez, T. (2004) "Comercialización de productos agrarios". Editorial Agrícola Española – Mundi Prensa. España.

Ciencia y Técnica Agropecuaria (2007) "Reglamentaciones oficiales argentinas" Su Impres SA 15ª Edición. Buenos Aires, Argentina.

de Dios, M. (2007) "Comercialización de granos" Facultad de Ciencias Agrarias, UNMdelp. Inédito. Mar del Plata, Argentina

Estrada, M. (2005) "Complejo apícola argentino. Caracterización de los agentes económicos y formas de coordinación" XXXVI Reunión anual de AAEA. Lomas de Zamora, Argentina.

Formento, S. (2003) "Empresa agraria y sus contratos de negocios" Editora Facultad Agronomía. UBA. Argentina.

Ghezán, G; Acuña, A y Mateos, M. (2006) "Estrategia y dinámica de la innovación en la industria alimentaria argentina." Astralib. Argentina.

Iglesias, D.; Zanotti, N.; Lucero, B.; Di Giuseppe, R.; Suárez, A y Chimeno, P. (2004) "Cadena del trigo en la provincia de La Pampa" INTA - UNLPam - Gobierno de La Pampa. Santa Rosa, Argentina. También en www.inta.gov.ar/anguil.

Iglesias, D.; Torrado Porto, R.; Torrado, J.; Medina, S. y Saravia, C. (2004) "Cadena de la carne bovina en la provincia de La Pampa" INTA - UNLPam - Gobierno de La Pampa. Santa Rosa, Argentina. También en www.inta.gov.ar/anguil.

Iriarte, I. (2003) "Comercialización de ganados y carnes" Cámara Argentina de Consignatarios de Ganados. Argentina.

Paggi, D. y Saravia, C. (2006) "Comercialización de ovinos. Lana y carne". Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Paggi, D. y Saravia, C. (2005) "Comercialización de porcinos". Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Perotti, E. "Funcionamiento y organización del sistema comercial agrícola en Argentina" Dirección de informaciones y estudios económicos. Bolsa de Comercio. Rosario En www.bcr.com.ar

Poma, K. y Saravia, C. (2006) "Sistemas comerciales de carne aviar y huevos" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Pontón, R.; Bergero, P.; Ponté, 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

Pons, R. (1991) "Comercialización de la producción". Fundación Universidad de Belgrano. Argentina.

Sánchez, G. y Saravia, C. (2004) "Comercialización de cereales y oleaginosas" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Santángelo, F. (2004) "Costos de transacción en la cadena de carne vacuna argentina" Cuarto Seminario Hereford. Asociación Argentina Criadores de Hereford – Universidad Católica Argentina.

Saravia, C. (2005) "Sistema comercial de la leche bovina" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Saravia, C. (2009) "Sistemas de comercialización. Guía de aprendizaje." Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Saravia, C. (2006) "Mercado nacional de la carne bovina. Organización comercial del abastecimiento y de la distribución" Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Saravia, C., Balestri, L y Tapia, G. (2007) “Agroindustrias” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina
Saravia, C. y Ferrán, A. (2007) “Organización comercial de la producción y oferta en ganados y carnes bovinas” Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.
Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos – Secretaría de Transporte y Administración Federal de Ingresos Públicos “Transporte de granos”. Argentina.

11.2 BIBLIOGRAFIA disponible en la cátedra o en dominio de los docentes, que los estudiantes podrán solicitar para profundizar temas.

AACREA (2003) “Agroalimentos argentinos.” AACREA. Argentina. En www.aacrea.org. Argentina.
AACREA (2005) “Agroalimentos Argentinos II” En www.aacrea.org.ar. Argentina.
AAEA (1998 – 2009) “Anales de las reuniones anuales de la Asociación Argentina de Economía Agraria” Ediciones propias. Distintos lugares de publicación. Argentina.
AAEA (2000-2009) “Revista Argentina de Economía Agraria” Asociación Argentina de Economía Agraria. Argentina. Publicación periódica semestral. Varios números.
AFIP (1997) “Resolución General 18/97 y sus modificatorias”. Argentina.
AFIP (1998) “Resolución General 129/98”. Argentina.
Alimentos Argentinos (2002) “Perfiles productivos. Carne aviar.” Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Octubre de 2002, N° 20. Argentina.
Alvarado Ledesma, M. (2004) “Agronegocios. Empresa y emprendimiento” El Ateneo. Argentina.
Alvarado Ledesma, M. (2005) “Marketing agroindustrial. La cadena de valor en los agronegocios” Ariel. Argentina.
Aráoz, L. (2004) “Trazabilidad de la carne bovina en Argentina. Documento de perfil detallado de proyecto.” Proyecto FAO – Países del MERCOSUR ampliado, “Apoyo a la integración del sector agropecuario del cono sur para contribuir a las políticas de seguridad alimentarias” Argentina.
Arese, H. (2003) “Práctica profesional de negocios internacionales”. Grupo Editorial Norma. Argentina.
Asad, A y Lamelas, K (2004). “Informe de carne aviar”. SAGPyA. Argentina.
Asad, A. (1999-2001). “Alimentos argentinos”. Informes. SAGPyA. Argentina.
Asad, A. y Lamelas, K. (2003) “Informe de carne aviar n° 1” SAGPyA, Ministerio de Economía y Producción. Argentina. En www.alimentosargentinos.gov.ar
Austin, J. (1984) “Análisis de proyectos agroindustriales” Tecnos SA. España.
Ayala Espino, J. (1999) Instituciones y economía” Fondo de la Cultura Económica. Méjico.
Ayala Rolando, H.; Araya Meza, R.; Aldunate Low, L.; Galofré Terrasa, E.; Sáenz María, M.; Urrutia Hewstone, E. (1981) “Manual de administración y financiamiento cooperativo” N° 1° Serie Manuales. Ediciones Intercoop. Argentina.
Bain, J. (1963) “Organización industrial” Ediciones Omega. España.
Balán, O. (2001) “Los impuestos y la actividad agropecuaria”. Consejo Profesional de Ciencias Económicas. Santa Rosa, La Pampa. Argentina.
Balestri, L., Saravia, C. y Williamson, J. (1994) “Producción de reinas y núcleos adaptados a la zona apícola I de la provincia de La Pampa” Dirección de prensa, difusión y publicaciones. Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria. UNLPam. Argentina.
Balestri, L.; Saravia, C.; Allasia, J. y Coller, D. (2004) “Causas de las crisis de las cooperativas agropecuarias pampeanas en los primeros años de la década del noventa” Primer congreso regional de economistas agrarios. AEA – SUEA – AAEA. Mar del Plata, Argentina.
Bertalanffy, L. von (1976) “Teoría general de los sistemas”. FCE. España.
Bertalanffy, L. von; Ashby, W.; Weingerg, G. y otros. (1984) “Tendencias en la teoría general de sistemas”. Compilados por Klir, G. Alianza Editorial. 3ª ed..España.
Bini, F., Caruso, L., Fernández, D., Grignafini, A., Mas, D., Silvestri, L. (1998) “Lecturas sobre comercialización de granos”. Bolsa de Comercio de Rosario. Argentina.
Bisang, R. (2003) “Eficiencia y redes productivas: la industria de las carnes en Argentina.” LITTEC. Instituto de Industria. Universidad Nacional de General Sarmiento. Argentina. En www.littec.ungs.edu.ar
Bisang, R. (2003) “La trama de las carnes bovinas en la Argentina” Estudio I.EG.33.7 Estudio sobre el sector agroalimentario. Componente B: Redes agroalimentarias. Tramas. Ministerio de Economía de La Nación. Argentina.
Bisang, R.; Gutman, G. y Cesa, V. (2003) “La trama de lácteos en Argentina” Estudio I.EG.33.7 Estudio sobre el sector agroalimentario. Componente B: Redes agroalimentarias. Tramas. Ministerio de Economía de La Nación. Argentina.
Bolsa Comercio de Rosario (2007) “Manual del operador del mercado de granos” 4º edición. Rosario, Argentina.

Bordas, M. (2000) “Estudio de la cadena agroalimentaria de carne bovina”. Cátedra de Seminario de campo III. Facultad de Agronomía. UBA. Argentina.

Buelink, D.; Schaller, A. y Labriola, S. (1996) “Principales cuencas lecheras argentinas” Segunda edición. Secretaría de agricultura, pesca y alimentación. Subsecretaría de alimentación. Departamento de lechería. Buenos Aires, Argentina.

Caldentey, P (1987) “Una propuesta de remodelación del paradigma estructura – conducta – resultados”. Revista de Estudios Agrosociales N° 141. España

Caldentey Albert, P (1988) “Vender en agricultura” Ediciones Mundi Prensa. España.

Caldentey P. (1992) “Comercialización de productos agrarios”. Editorial Agrícola Española. España

Caldentey Albert, P. (1998) “Nueva economía agroalimentaria” Editorial Agrícola Española SA. España

Caldentey Albert P. y Haro Giménez, T. (2004) “Comercialización de productos agrarios”. Editorial Agrícola Española – Mundi Prensa. España.

Caldentey Albert, P.; Haro Giménez, T.; Titos Moreno, A; Briz Escribano, J. (1994) “Marketing Agrario” Cap. 8. Editorial Mundi Prensa. Madrid, España.

Capellini, O. (1993) “Evolución del sector lácteo argentino: su incidencia en las PyMES. Serie documento de trabajo.” Del seminario – taller sobre “Competitividad y Desarrollo Agroindustrial”. Facultad de Ciencias Agrarias, UNMdP. Argentina.

Castagnino, A. (2004) “Planeamiento estratégico de la empresa agroindustrial” Hemisferio Sur SA. Argentina.

Castagnani, M.; Vargas Otto, G y Ramírez Vera, E. (2004) “Respuesta de la oferta de productos y demanda de insumos a cambio de precios en la lechería argentina.” 1º Congreso Regional de Economistas Agrarios. AEA-SUEA-AAEA. Mar del Plata, Argentina.

CEPAL (2002) “Globalización y desarrollo. Documentos de Brasilia” Ediciones CEPAL. Brasil

CFI-SAGPyA. (2001). “Análisis FODA del sector porcino nacional”. CFI. Argentina. En www.cfired.org.ar/esp2/redes/porcinos

Chavarría, H.; Rojas, P. y Sepúlveda, S. (2002) “Competitividad, cadenas agroalimentarias y territorios rurales. Elementos conceptuales” IICA. Costa Rica.

Chavarría, H.; Rojas, S.; Romero, S. y Sepúlveda, S. (2000) “Los complejos productivos: de la teoría a la práctica”. Cuaderno técnico 15. IICA. Costa Rica.

Ciencia y Técnica Agropecuaria (2007) “Reglamentaciones oficiales argentinas” Su Impres SA 15ª Edición. Buenos Aires, Argentina.

Coase, R. (1994) “La empresa, el mercado y la ley” Alianza Economía. España.

Colángelo; R. (2001) “Normas legales que regulan la actividad lechera en La Pampa” Inédito. Dirección de ganadería, Ministerio de la producción, provincia de La Pampa. Santa Rosa, Argentina.

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (2005) “Evasión y competitividad en el mercado de la carne”. Argentina. En www.mecon.gov.ar

Compés López, r. (1998) “Economía neoinstitucional, subcontratación y transporte terrestre agroalimentario” Tesis doctoral. Departamento de Economía y Ciencias Sociales, Universidad Politécnica de Valencia, España.

Consterjnic, S.; Estiz, M y Torres, J. (1993) “Análisis del mercado lanero. Panorama mundial y argentino.” Dirección de Estimaciones y Sistemas, SAGyP. Argentina.

Cordero Salas, P.; Chavarría, H.; Echeverri, R. y Sepúlveda, S. (2003) “Territorios rurales, competitividad y desarrollo” Cuaderno técnico n° 23 IICA. Costa Rica.

Cordeu, J. (2002) “Las posibilidades de Chile de convertirse en exportador de carne vacuna” En www.rlc.fao.org

Cortés Conde, J; Figueroa, G.; López Aramburu, J.; Maisterra, A.; Nahas, C; Ramondo, N.; Reami, F.; Szpak, C.; Cafiero, J. y Molle, G. (1999) “Informe de barreras a las exportaciones argentinas en la Unión Europea” Comisión Nacional de Comercio Exterior. Argentina.

Coscia, A. (1980) “Economía agraria”. Hemisferio Sur. Argentina.

Coscia, Adolfo. (1978) “Comercialización de productos agropecuarios.” Hemisferio Sur. Argentina

Crowford, I (1977) “Gestión de mercadeo agrícola”. FAO. Adaptado por Oficial de Mercadeo y Crédito de la Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe, Santiago de Chile, 1999.

De La Canal, J. (1992) “Reglamento de inspección de productos, subproductos y derivados de origen animal” De La Canal y asociados SRL. Argentina. Con actualizaciones.

De las Carreras, A. (1999) “Panorama y perspectivas de los mercados de carne del mundo y del País”. INTA -Concepción del Uruguay. Argentina.

Departamento de Lechería (1996) “Principales cuencas lecheras argentinas”. SAGPyA. Argentina.

DGI “Resolución General 4059/95 y sus modificatorias”. Argentina.

Dirección de Mercados Ganaderos. (2002 – 2010). SAGPyA. Argentina. En www.sagpya.com.ar

Eidelman, J. (1999) "Régimen simplificado para pequeños contribuyentes. Monotributo". Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina. Santa Rosa, La Pampa.

Estrada, M. (2005) "Complejo apícola argentino. Caracterización de los agentes económicos y formas de coordinación" XXXVI Reunión anual de AAEA. Lomas de Zamora, Argentina.

Facultad de Agronomía (2007) "Plan de Estudios". Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Farina, J. (1993) "Contratos comerciales modernos". Astrea. Argentina.

Fernández Besada, A.; Formento, S. y Peretti, M. (1999). "Vinculaciones intersectoriales en la actividad porcina. Un estudio de caso". Documento de Trabajo N° 10. Instituto de Economía y Sociología INTA. p. 21 a 30. Argentina

Ferrán, A.; Balestri, L.; Giorgis, A.; Pardo Sempere, L. y Saravia, C. (2000) "La capacidad de gestión del empresario rural de La Pampa. Análisis de variables influyentes" Ciencia Veterinaria. General Pico, Argentina. También en www.vet.unlpam.edu.ar

Ferrazino, A. y Bocchicchio, A. (1998) "Estructuración organizativa de la empresa agropecuaria. La descripción de tareas". Extensión Rural, FAUBA. Comunicación XXIX Reunión anual de AAEA. La Plata. Argentina.

Forrajes y Granos journal (1998) "Planeamiento, diseño de un plan" Extractado de Osgood, W, Bases del éxito en la gerencia de empresas, Colombia, Norma, 1984. Argentina. p. 68-82.

Formento, S. (1998) "Empresa agraria. Marco jurídico y contratos más usuales" Orientación gráfica editora. Argentina.

Formento, S. (2003) "Empresa agraria y sus contratos de negocios" Editora Facultad Agronomía. UBA. Argentina.

Francia, A. (1984) "Introducción a la teoría general de los sistemas". Librería Agropecuaria. Argentina.

Francia, A., Gavidia, R., Moreno, J. y Sassone, A. (1986) "Manual de economía general" Hemisferio Sur. Argentina

García, R. (1988) "La investigación interdisciplinaria de sistemas complejos". Centro de Estudios Avanzados. UBA. Argentina.

Garramón, A.; Obschatko, E.; Gallacher, M.; Lamarca, P.; Regúnaga, M.; Reza, A; Marzana, M.; López, G.; Khon J.; Polo, C. y Troise, R. (1990) Cap.3 "La Comercialización de Granos en la Argentina" Legasa. Argentina.

Ghezán, G y Acuña, A. (1994) "La comercialización de productos agropecuarios" Documento de cátedra "Desarrollo y política agropecuaria" Facultad de Ciencias Agrarias. UNMdelp. Balcarce. Argentina.

Ghezán, G.; Brieva, S. e Iriarte, L (1999) "Análisis prospectivo de la demanda tecnológica en el sistema agroindustrial" Servicio Internacional para la Investigación Agrícola Nacional (ISNAR). La Haya, Países Bajos

Ghezán, G; Acuña, A y Mateos, M. (2006) "Estrategia y dinámica de la innovación en la industria alimentaria argentina." Astralib. Argentina.

Gola, F.; Paggi, D. e Iglesias, D. (2004) "Trabajo final: Valor agregado de la carne vacuna" Tesina final de la Licenciatura en Administración de Negocios Agropecuarios. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Guerra Esquivel, G. y Aguilar Valdés, A. (1995) "Guía de mercados para el administrador de agronegocios" Uteha. Méjico.

Guerra, G. (1992) "Manual de administración de empresas agropecuarias". IICA. Costa Rica.

Guerrien, B. (1998) "La microeconomía" En www.eumed.net Traducido por Álvarez, C. Departamento de economía, Universidad Nacional de Colombia. Colombia

Gutman, G. y Reza, A. (1998) "Análisis de subsistemas agroalimentarios. Notas metodológicas." Curso FAO, SAGPyA. Argentina.

Gutman, G.; Guiguet, E. y Rebolini, J. (2003) "Los ciclos en el complejo lácteo argentino. Análisis de políticas lecheras en países seleccionados" SAGPyA. Argentina

Haag, H., y Soto Angli, J. (1981) "El mercadeo de los productos agropecuarios". Limusa. Méjico.

Haddad, P. (1999) "A competitividade do agronegócio e o desenvolvimento regional no Brasil. Estudo de clusters" Embrapa. Brasil.

Hermida, J. y Serra, R. (1989) "Desafío empresario". Macchi. Argentina.

Hogg, S. (1998) Exposición en el "Seminario: Identificando el futuro ganadero. La trazabilidad y sus posibilidades" Honorable Cámara de Diputados de la Nación. Argentina.

Iglesias, D. (2000) "Competitividad de las PyMEs agroalimentarias pampeanas productoras de commodities". Publicación técnica 49. INTA Anguil. SAGPyA. Argentina.

Iglesias, D. (2002) "Cadenas de valor como estrategias: las cadenas de valor en el sector agroalimentario" Documento de trabajo INTA Anguil, SAGPyA. Argentina.

Iglesias, D. (2003) "Competitividad de las PyMEs agroalimentarias: el papel de la articulación entre los componentes del sistema agroalimentario". Cuaderno técnico n° 20. IICA. Costa Rica.

Iglesias, D.; Torrado Porto, R.; Torrado, J.; Medina, S. y Saravia, C. (2004) “Cadena de la carne bovina en la provincia de La Pampa” INTA - UNLPam - Gobierno de La Pampa. Santa Rosa, Argentina. También en www.inta.gov.ar/anguil.

Iglesias, D.; Zanotti, N.; Lucero, B.; Di Giuseppe, R.; Suárez, A y Chimeno, P. (2004) “Cadena del trigo en la provincia de La Pampa” INTA – UNLPam_ Gobierno de La Pampa. Santa Rosa, Argentina. También en www.inta.gov.ar/anguil.

INTA (1994) “Charlas, conclusiones y propuesta del Seminario sobre la producción y comercialización de carne ovina patagónica” Estación experimental del INTA Bariloche. Argentina

Iriarte, L. (2006) “Enfoques para el análisis de la comercialización de productos agropecuarios y alimentos” Inédito. Facultad de Ciencias Agrarias, UNMDelP. Balcarce, Argentina.

Kobrich, C.; Agüero, D. Bottini, M.; Picca, C. (2000) “Caracterización de la capacidad de gestión en comercialización de productores agropecuarios del departamento de Río IV -Córdoba. XXXI Reunión Anual de AAEA. Rosario, Argentina.

Koutsoyiannis, A. (2002) “Microeconomía moderna” Amorrortu editores. Argentina.

Lacelli, G. (2000) “La cadena de carne bovina santafesina” INTA – SAGPyA. Argentina

Landrein, M. “Acopios” Bolsa de Comercio de Rosario. Argentina. En www.bcr.com.ar

Lazzarini, A. (2002) “La industria frigorífica argentina: localización y asignación de los recursos. Una propuesta para su análisis” XXXIII Reunión Anual de Economía Agraria. AAEA. Buenos Aires, Argentina.

Ledesma, C. (2005) “Estudio y análisis del mercado internacional”. En www.hellerconsulting.com

Levy, A. (2003) “La marca, la mística y la gente” en Manual para el Desarrollo Empresarial, Líderes del Tercer Milenio. Clarín – Mercado. Argentina.

Levy, A (2006) “Mayonesa. Del marketing a la estrategia competitiva” Ed. Granica. Argentina

Linari, J. (2003) “El campo que viene en las producciones tradicionales. Lechería”. Charla a cargo del Director del programa nacional de política lechera, SAGPyA. 1º Jornada Productiva Pampeana. General Pico, La Pampa. Argentina.

Llach, J.; Harriague, M. y O’ Connor, E. (2004) “La generación de empleo en las cadenas agroindustriales” Fundación Producir Conservando. Argentina.

Longo, L. y Gavidia, R. (2002) “Principios de economía” Editorial Facultad de Agronomía, UBA. Argentina.

Martínez Ferrario, E. (1995) “Estrategia y administración agropecuaria” Troquel SA. Argentina.

Mastellone Hnos. (2003) “Le informamos cómo está compuesto el valor de un litro de leche, con menos de 100.000 bacterias, marca La Serenísima” Viva, La revista de Clarín del 16 de marzo, p.20 y 21. Argentina.

Mc Carthy, J. y Perreault Jr., W. (1994) “Fundamentos de comercialización. Principios y métodos” El Ateneo. Argentina.

Medán, F. (1994) “Porcinos. Venta de cortes frescos y chacinados.” Serie Integración Vertical. Dirección de Información y Sistemas. Dirección Nacional de Producción Agropecuaria, SAGyP. Argentina.

Medan, F. (1994). “Serie integración vertical porcinos Ventas de cortes frescos y chacinados”. Dirección Nacional de Producción Agropecuaria. Segunda Edición. Argentina. Pág. 7 a 11.

Meléndez, R, Baños, A. (1984) “Mercadeo de productos agropecuarios”. Limusa. Méjico.

Mendizábal, A. (1998) Exposición en el “Seminario: Identificando el futuro ganadero. La trazabilidad y sus posibilidades” Honorable Cámara de Diputados de la Nación. Argentina.

Mendoza, G. (1987) “Compendio de mercadeo de productos agropecuarios” Servicio Editorial IICA. San José, Costa Rica.

Mirás, J. (1992) “Créditos - Alternativas de financiamiento”. AACREA- Banco Río. Argentina.

Mochón, F. y Beker, V. (1998) “Economía. Principios y aplicación” McGraw – Hill. España.

Molinari, C. (2006) “Marketing agropecuario” 1º Edición. Thomson. Buenos Aires, Argentina.

Naciones Unidas (1958) “Manual de proyectos de desarrollo económico”. Publicación de NU. Méjico.

Nimo, M. (1994) “Productos apícolas. Producción, industrialización y venta” Serie Integración Vertical. 2º Edición. Dirección Nacional de Producción Agropecuaria, SAGyP. ISBN 03283437. Argentina

Nimo, M. (1994) “Reconversión de la empresa agropecuaria. Integración vertical en lácteos: alternativas de producción, industrialización y venta de dulce de leche.” Dirección Nacional de Producción Agropecuaria. SAGyP. Argentina.

Nimo, M. (1995) “La integración contractual. Experiencias en el mundo.” Serie Integración Vertical. Dirección Nacional de Producción Agropecuaria, SAGyP. ISBN 03283437. Argentina.

Nimo, M. (1998) “Análisis de la cadena alimentaria de la miel” AAEA 29º Reunión Anual La Plata, Argentina.

Nimo, M. y Pujato, J. (1995) “Variables estratégicas de integración vertical. Productos lácteos.” Dirección nacional de producción agropecuaria, SAGyP. Argentina.

- Nimo, M. y Pujato, J. (1995) "Variables estratégicas de integración vertical. Productos apícolas." Serie Integración Vertical. Dirección Nacional de Producción Agropecuaria, SAGyP. ISBN 03283437. Argentina.
- Nimo, M. (2003) "Cadena de la miel: análisis del sector" SAGPyA. Argentina.
- North, D. (1984) "Estructura y cambio en la historia económica" Alianza Editorial. Madrid, España.
- ONCCA. (2007-2010) "Instructivos básicos de confección y uso de los formularios 1116"
- Ordóñez, H. (1995) "Carnes entrerrianas. La denominación de origen como instrumento de transformación de un *commodity* en un *speciality*. Un caso líder" Dirección de Información y Sistemas SAGyP. Argentina.
- Ordóñez, H. (1995) "La estrategia alimentaria con las denominaciones de origen". En "Perspectivas agropecuarias 95/96". AAEEA. Argentina.
- Ordóñez, H. (2000) "La nueva economía y agronegocios alimentarios. Aplicación a la estrategia alimentaria de las denominaciones de origen". Facultad de Agronomía, UBA. Argentina.
- Ordóñez, H. (2009) "La nueva economía y negocios agroalimentarios". Ed. Facultad de Agronomía, UBA. Argentina.
- Ordóñez, H.; Jatib, M. y Lugarese, A. (1995) "Primer seminario internacional de denominación de origen". SAGPyA. Argentina.
- Otero, M. y Larios, F. (1998) "La industrialización de la agricultura". Centro Regional Andino, IICA. Venezuela.
- Pardo Sempere, L. (2001) "Medidas de eficiencia en la producción de leche: el caso de la provincia de Córdoba" Tesis Doctoral. Universidad de Córdoba, Facultad de Veterinaria. Departamento de Producción Animal. España.
- Pérez, L.; Barreira, D. (1997) "Riesgo crediticio". R. Guido Editor. Argentina.
- Pizzi, J. (1998) "La fiebre aftosa en Argentina" Eudeba. Facultad de Ciencias Veterinarias, UBA. Argentina.
- Ponce J. (1996) "Aspectos económicos de la comercialización y los mercados agropecuarios" Gráfica Noroeste. Tucumán, Argentina.
- Pons, R. (1991) "Comercialización de la producción". Fundación Universidad de Belgrano. Argentina.
- Pontón, R.; Bergero, P.; Ponté, 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
- Ponzio, A. (1994) "Producción avícola. Venta de huevos" Serie Integración Vertical. 2ª Edición. Dirección Nacional de Producción Agropecuaria, SAGyP. Argentina
- Pouiller, C. (2005) "Comercialización de granos" 1ª Edición. AACREA Buenos Aires, Argentina.
- Pozo Munucio, J.; Pérez Echeverría, M.; Domínguez Castillo, J.; Gómez Crespo, M. y Postigo Angón, Y. (1994) "La solución de problemas". Santillana, Aula XXI. España.
- Quintana, J. (2003) "Polémica en el sachet" Infortambo. Argentina.
- Rearte, D. (1996) "La integración de la ganadería argentina". SAGPyA – INTA. Argentina.
- Rementería, I. de (1997) "Los mercados agrícolas y el medio ambiente" Nueva Sociedad Nº 148. Perú. República Argentina. "Ley Nacional 22375 y sus modificatorias. Ley Federal Sanitaria de carnes". Argentina.
- Rivera Vilas, L. (1989) "Marketing para las Pymes agrarias y alimentarias" MAPA Aedos. España.
- Rojas, P. y Sepúlveda, S. (1999) "Competitividad de la agricultura: las cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial" Serie de cuadernos técnicos. IICA, nº 8
- Romano, N. (2005) "Caracterización del transporte de hacienda en pie –flujo bovino y su distribución espacial en la provincia de La Pampa" Con la dirección de Tesis de Zanotti, N. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.
- Rodríguez Alcaide, J.; García Martínez, A.; Ruiz, D. y Pamio, J. (1997) "Gestión de la empresa agropecuaria de la pampa arenosa" Universidad de Córdoba – UNLPam. Servicio de publicaciones de la Universidad de Córdoba. España.
- SAGPyA (1998-2005) "Alimentos Argentinos" SAGPyA. Argentina. Publicación periódica trimestral. Varios números. Varios autores.
- SAGPyA (1999) "La tipificación de carnes porcinas por magro en la Argentina". SAGPyA. Argentina. En www.sagpya.mecon.gov.ar
- SAGPyA. (1995) "Resolución Nº 57/95. Res porcina. Calidad. Tipificación". SAGPyA. Argentina. En www.sagpya.mecon.gov.ar
- SAGPyA. (2001). "Stock, producción y consumo de porcinos en países relevantes del mundo y en Argentina". SAGPyA. Argentina. En www.aacrea.org.ar/economia
- SAGPyA. (2002 - 2005) "Noticias de los mercados de la carne vacuna". En www.sagpya.mecon.gov.ar Argentina.

- SAGPyA. (2004) “El sistema de información de precios porcinos”. SAGPyA. Argentina. En www.sagpya.mecon.gov.ar
- SAGyP (1994) “Cuota Hilton”. Secretaría de agricultura, ganadería y pesca. Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos. Argentina.
- SAGyP (1994) “Estrategia conjunta del Estado, los ganaderos y los frigoríficos para transformar un *commodity* en un *speciality*. Caso Carne Ovina Patagónica”. Dirección Nacional de Producción Agropecuaria, SAGyP. Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos. Argentina.
- Sánchez, A.; Saravia, C. y Balestri, L. (2001) “Los impuestos en la actividad profesional agropecuaria y en la comercialización de carnes, lácteos y granos en la provincia de La Pampa” Ciencia Veterinaria. General Pico, Argentina.
- Santángelo, F. y García de la Torre, P. (2004) “Costos de transacción en la cadena de carne vacuna argentina” Asociación Argentina Criadores de Hereford – Universidad Católica Argentina. Cuarto Seminario Hereford, octubre 2004. Argentina.
- Saravia, C.; Larrea, A. y Cheves, L. (2003) “Propuesta didáctica interdisciplinaria para el abordaje de la comercialización de leche y sus derivados” Proyecto educativo para la obtención del grado de “Especialista en Docencia Universitaria en Ciencias Veterinarias”. Argentina.
- Sasso H. (1997) “Como analizar estados contables para el otorgamiento de créditos”. Ediciones Macchi. Argentina.
- Scalla, E. y Weiner, A. (1992) “Búsqueda de mejor rentabilidad en leche y ganadería” Ciencia Pura SRL. Año 2, n° 9. Argentina.
- Scannone, G. y Remolina, G. (1998) “Ética y economía” Editorial Bonum. Argentina.
- Scannone, J. y col. (1999) “Argentina: alternativas frente a la globalización” Editorial San Pablo. Argentina.
- Schaller, A. y Guardini, E. (2003) “Informes de coyuntura del sector lácteo. N° 20, mayo 2003” Dirección de Industria Alimentaria. SAGPyA. Argentina.
- Schaller, A., Guardini, E. y Labriola, S. (2002) “Productos lácteos” Alimentos Argentinos. SAGPyA. Argentina.
- Schiariti, M. y Lara, P. (2004-2005) “Informe económico mensual” CICCRA. Argentina.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos – Secretaría de Transporte y Administración Federal de Ingresos Públicos “Transporte de granos”. Argentina.
- Serra, R. y Kastika, E. (1991) “Estructuras empresarias dinámicas”. Macchi. Argentina.
- Serra, R y Kastika, E. (2004) “Reestructurando empresas. Las nuevas estructuras de redes para diseñar las organizaciones”. Norma SA. Argentina.
- Sheinkermn de Obschatko, E. (2003) “El aporte del sector agroalimentario al crecimiento económico argentino. 1965-2000” IICA. Argentina.
- Shepherd, A. (1995) “Guía para el cálculo de los costos de comercialización” FAO. Italia.
- Shepherd, A. (2001) “Interpretación y uso en la información de mercados. Guía de extensión en comercialización 2” Servicio de mercadeo y finanzas rurales. FAO. Roma, Italia En www.fao.org
- Shepherd, A. (2003) “Estudio de mercados agroindustriales. Guía de extensión en comercialización 3” Servicio de mercadeo y finanzas rurales. FAO. Roma, Italia En www.fao.org
- Small Business Research and Publishing Co. “Cómo armar el plan de negocios” De la serie “Management y Gestión de Agroempresas”. Sin datos de edición. España.
- Steiger, C. (1995) “La empresa agropecuaria en el sistemas de agronegocios”. Universidad de Belgrano. Argentina.
- Teubal, M. (1995) “Globalidad y expansión agroindustrial. "Superación de la pobreza en América Latina” Corregidor. Argentina.
- Velásquez, B. (1995) “La dimensión internacional en las integraciones verticales. Alternativas de exportación” Serie Integración Vertical. Dirección Nacional de Producción Agropecuaria, SAGyP. ISBN 03283437. Argentina.
- Villegas, C. (1999) “Las garantías del crédito”. Rubinzal-Culzoni Editores. Argentina.
- Williamson, O. (1989) “Las instituciones económicas del capitalismo” Fondo de Cultura Económica. Méjico.
- Zárate Tinoco, E. (2002) “Marketing veterinario”. Universidad Alas Peruanas. Perú. En www.visiónveterinaria.com

Nota: Dado lo dinámico que resultan los datos de esta asignatura, se puede recomendar la lectura de diversas revistas y periódicos actuales y especializados.

PÁGINAS WEB RECOMENDADAS

AACREA En www.aacrea.org Argentina.

Aaprotrigo. En www.aaprotrigo.org. Argentina
Acontece. En www.acontece.com.ar Argentina.
Asagir. En asagir.gov.ar. Argentina
Bolsa comercio de Rosario. En www.bcr.com.ar Argentina
Centro de Consignatarios Directos de Hacienda En www.ccdh.org.ar Argentina
Consejo Federal de Inversiones. En www.cfired.org.ar Argentina.
ECK-Econolink. En www.econolink.com.ar Argentina.
FAO En www.fao.org Italia.
FAO Latinoamérica. En www.rlc.fao.org Chile.
Fundación Producir Conservando. En www.producirconservando.gov.ar Argentina.
Futuro y Opciones. En www.fyo.com Argentina.
INDEC En www.indec.gov.ar Argentina.
Instituciones agropecuarias/ agroindustriales. En www.viarural.com.ar. Argentina.
Instituto de promoción de la carne vacuna argentina. En www.ipcva.com.ar. Argentina.
Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Infoagro. IICA. En www.infoagro.net Costa Rica.
INTA En www.inta.gov.ar Argentina.
INTA. Instituto de Economía y Sociología. En www1.inta.gov.ar/ies Argentina.
Maizar En www.maizar.org.ar Argentina.
Mercado de Liniers. En www.mercadodeliniers.com.ar Argentina.
Ministerio de Economía y Producción, República Argentina. Información legislativa. En www.mecon.gov.ar. y www.infoleg.mecon.gov.ar Argentina.
Oficina Nacional de Control Comercial Agropecuario. En www.oncca.gov.ar Argentina.
Organización Mundial del Comercio. En www.wto.org Brusela, Bélgica.
Planeta Soja. En planetasoja.com Argentina.
Provincia de La Pampa. En www.lapampa.gov.ar Argentina.
Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA). En www.sagpya.mecon.gov.ar Argentina.
Servicio Nacional de Calidad Agroalimentaria (SENASA) En www.senasa.gov.ar Argentina.
Unión Europea. En www.epp.eurostat.cec.eu.int Eurostat, the Statistical Office of the European Communities. Bélgica.
United States Department of Agriculture. En www.usda.gov USA.
Universidad de Málaga. En www.eumed.net España.