

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA
FACULTAD DE AGRONOMÍA
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS AGROPECUARIOS

COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA

**SISTEMA COMERCIAL
AGROPECUARIO**
GUÍA DE APRENDIZAJE

Dr. Carlos Daniel SARAVIA

Breve documento para la utilización de los alumnos que cursan la asignatura.
El material confeccionado es de responsabilidad de los autores.
Santa Rosa, mayo de 2009.

*“empezar con los problemas
de comercialización en la puerta
de la explotación agraria
es empezar demasiado
tarde”*

Shepherd y Futrell, extraído de P. Caldentey
(1992)

OBJETIVOS:

Evaluar al sistema comercial, considerándolo como una red de cadenas comerciales, desde la organización comercial de la producción hasta el consumidor final.

Asumir actitud crítica sobre su importancia.

Evaluar ventajas y desventajas de las distintas alternativas que un producto posee para llegar a su consumo final, considerando también las posibilidades de integración vertical y horizontal.

Reconocer a la teoría de sistemas como instrumento metodológico en la evaluación de los sistemas comerciales.

CONTENIDOS: se corresponden con las **unidades 2, 3 y 4 del programa 2001 vigente.**

ACTIVIDADES:

- 1- CUESTIONARIO INTRODUCTORIO: se realiza con la finalidad de recordar conceptos necesarios.

Responder:

- 1) Analice a los conceptos de preproducción, sujeto económico, oferta y demanda derivadas, cantidades derivadas, agroindustria, subsistema agroindustrial, formación de precios en el sistema, niveles comerciales, canales y cadenas comerciales.
- 2) ¿Cómo aplicaría un análisis tipo caja negra en un sistema comercial agropecuario/agroindustrial? ¿Cómo lo haría tipo caja blanca? Relaciónelo con los conceptos eficacia, eficiencia y subsistemas.
- 3) Diferencie entre visión productiva y visión comercial en el sistema.
- 4) ¿Cuáles son los indicadores de eficacia – eficiencia para los sistemas comerciales?
- 5) Mencione a las utilidades comerciales.
- 6) Diferencie entre función comercial y actividad comercial. Dé ejemplos.
- 7) Desarrolle el paradigma ECR. Dé ejemplos en función de cada nivel comercial.
- 8) Mencione a los actores de la cadena comercial, utilizando como eje a la clasificación vista en estructura.
- 9) Mencione a las funciones generales de la comercialización.

- **2.- ORGANIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN:** Dibuje el sistema comercial correspondiente a su trabajo (rueda operativa). Particularmente, detalle la presencia de la empresa por Ud. analizada. Tome como esquema al flujograma siguiente.



- **3.- CUESTIONARIO FINAL** En función de su trabajo práctico:

- 1) Nombre y justifique las **utilidades comerciales** que “su” empresa agrega al sistema.
- 2) Incorpore la posibilidad de la **integración vertical y la horizontal**. Analice ventajas y desventajas.
- 3) Diferencie **funciones y estructura** de los distintos niveles. Particularmente, expláyese sobre la participación de “su empresa” (le aconsejo usar la tabla de la página siguiente, adaptada de Pons (1991).
- 4) Posteriormente, analícelo desde la **localización, cambio de dominio jurídico, estacionalidad, presentación del producto e instantaneidad**.
- 5) Mencione aspectos referidos a la **estructura, conducta y desempeño**, según la teoría de la organización industrial.
- 6) Según su criterio, quiénes son los sujetos o mercados **formadores del precio**? Son los mismos que **coordinan** la cadena?
- 7) Qué **estrategia/s** se le ocurre/n para el sector donde está trabajando (rueda operativa), en caso de querer mejorar el posicionamiento?
- 8) Incorpore al sistema anterior la **comercialización externa**. Es importante? Influye en la formación de precios de su industria? Vincule este análisis con el concepto de **elasticidad** y con el índice de transabilidad del bien.
- 9) En un mismo nivel puede haber cambio de **dominio jurídico**. Afirme o niegue, justificándolo.
- 10) Cómo realizaría un estudio de **margen comercial** y para qué?

Controle si cumplió con los objetivos previstos en esta guía de aprendizaje.

- **IMPORTANTE:** siempre recuerde que al estudiar los distintos productos de origen agropecuario, objetos de la asignatura, hágalo aplicando el criterio anterior basado en la “Teoría General de Sistemas”.

<u>ASPECTOS</u>	Proceso Productivo con objetivos	de De la oferta comercializable	organización Agroindustrial	comercial De la distribución
ESTRUCTURA				
FUNCIONES				
Localización				
Estacionalidad				
Presentación y formas				
Dominio Jurídico				
Instantaneidad				
Documentación				

TABLA adaptada de Pons (1991)

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado Ledesma, M. (2004) "*Agronegocios. Empresa y emprendimiento*" El Ateneo. Argentina.
- Balestri, L. y Saravia, C. (2005) "*Comercialización y mercados agropecuarios*" Cuaderno de cátedra: Comercialización Agropecuaria. Licenciatura en Administración de Negocios Agropecuarios. Facultad de Agronomía, UNLPam. Santa Rosa, Argentina.
- Balestri, L. y Saravia, C. (2005) "*Sistema comercial agropecuario*" Cuaderno de cátedra: Comercialización Agropecuaria. Licenciatura en Administración de Negocios Agropecuarios. Facultad de Agronomía, UNLPam. Santa Rosa, Argentina.
- Caldentey Albert, P. (1998) "*Nueva economía agroalimentaria*" Editorial Agrícola Española SA. España
- Caldentey P. y Gómez A. (1993) "*Economía de los mercados agrarios*". Mundi Prensa. España.
- Caldentey, A. (1992) "*Comercialización de productos agrarios*". Editorial Agrícola Española.
- Coscia, Adolfo. (1978) "*Comercialización de productos agropecuarios.*" Hemisferio Sur. Argentina
- Ghezan, G y Acuña, A. (1994) "*La comercialización de productos agropecuarios La comercialización de productos agropecuarios*" Documento de cátedra "Desarrollo y política agropecuaria" Facultad de Ciencias Agrarias. UNMdelp. Balcarce.
- McCarthy, J. y Perreault Jr., W. (1994) "*Fundamentos de comercialización. Principios y métodos*" El Ateneo. Argentina.
- Mochón, F. y Beker, V. (1998) "*Economía. Principios y aplicaciones*" McGraw-Hill. España.
- Pons, R. (1991) "*Comercialización de la producción*". Fundación Universidad de Belgrano. Argentina.
- Rivera Vilas, L. (1989) "*Marketing para las pymes agrarias y alimentarias*" MAPA Aedos. España.
- 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.

