

Plan 461 GRADO EN INGENIERÍA AGRÍCOLA Y DEL MEDIO RURAL (SORIA)

Asignatura 45092 VALORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AGRARIA

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

OBLIGATORIA

4º CURSO

2º CUATRIMESTRE

Créditos ECTS

6 ECTS = 150 HORAS

2,4 ECTS PRESENCIALES= 60 HORAS

3,6 ECTS TRABAJO AUTÓNOMO = 90 HORAS

Competencias que contribuye a desarrollar

- G1 Conocer los elementos básicos del ejercicio profesional
- G2 Saber y aplicar los conocimientos en la práctica
- G3 Ser capaz de analizar y sintetizar
- G4 Ser capaz de organizar y planificar
- G5 Ser capaz de comunicarse de forma oral y escrita, tanto en foros especializados como para personas no expertas
- G8 Gestionar la información
- G9 Ser capaz de resolver problemas
- G10 Ser capaz de tomar decisiones
- G12 Trabajar en equipo
- G13 Ser capaz de trabajar en un contexto local, regional, nacional o internacional
- G14 Desarrollar las relaciones interpersonales
- G15 Demostrar un razonamiento crítico
- G16 Tener un compromiso ético
- G17 Aprender de forma autónoma tanto de manera individual como cooperativa
- G18 Adaptarse a nuevas situaciones
- G19 Desarrollar la creatividad.
- G20 Ser capaz de liderar
- G22 Ser capaz de tomar iniciativas y desarrollar espíritu emprendedor
- G23 Poseer motivación por la calidad
- G24 Comprometerse con los temas medioambientales
- G25 Comprometerse con la igualdad de género, tanto en los ámbitos laborales como personales, uso de lenguaje no sexista, ni racista
- G26 Comprometerse con la igualdad de derechos de la persona con discapacidad
- G27 Comprometerse con una cultura de la paz
- C11 Valoración de empresas agrarias y comercialización

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- Conocer los fundamentos y los métodos básicos de la valoración agraria y sus aplicaciones prácticas en el el campo agrícola y agroindustrial.
- Conocer la estrategias de marketing de las empresas agroalimentarias
- Conocer la estructura financiera de las empresas agrarias y agroalimentarias y las técnicas de análisis de estados contables.
- Conocer los procedimientos de control, trazabilidad y certificación de la producción agraria.
- Conocer las estructuras comerciales de la cadena de valor agroalimenaria tanto a escala nacional como internacional.
- Conocer los principios cooperativos, las redes de cooperativas y sus aplicaciones en el sector agrario y agroalimentario.
- Adquirir capacidad para participar, coordinar y dirigir grupos de trabajo multidisciplinares.

- 
- Conocer y diseñar técnicas de organización y gestión del tiempo.
  - Aprender a criticar desde el punto de vista técnico.
  - Aprender a fijar objetivos, evaluar resultados y formular nuevos planeamientos.
- 

## Contenidos

### PROGRAMA

#### BLOQUE TEMÁTICO I. INTRODUCCIÓN A LA VALORACIÓN

##### TEMA 1. La empresa agraria

- 1.1. Conceptos y fundamentos
- 1.2. Modelos de empresas agrarias
- 1.3. Asociacionismo de la empresa agraria
- 1.4. Descripción del sistema contable
- 1.5. Obtener el resultado de la actividad económica

##### TEMA 2. Comprender la utilidad de la valoración

- 2.1. Definición y contenido
- 2.2. Conocimientos previos
- 2.3. Criterios usuales de valor utilizados en la valoración
- 2.4. Guión para un informe de valoración

##### TEMA 3. Valoración de rentas financieras

- 3.1. Concepto financiero de renta
- 3.2. Clasificación de las rentas
- 3.3. Valoración de rentas anuales constantes
- 3.4. Valoración de rentas anuales variables en progresión aritmética
- 3.5. Valoración de rentas anuales variables en progresión geométrica
- 3.6. Valoración de rentas constantes con periodicidad superior al año
- 3.7. Valor actual de la renta perpetua

##### TEMA 4. Valoración de inversiones

- 4.1. Concepto y tipos de inversiones
- 4.2. Variables que definen una inversión
- 4.3. La influencia del tiempo en el valor del dinero
- 4.4. Métodos estáticos de selección de inversiones
  - 4.4.1. Plazo de recuperación (Pay-back)
- 4.5. Métodos dinámicos de selección de inversiones
  - 4.5.1. El valor actual neto (VAN)
  - 4.5.2. El tipo de rendimiento interno (TIR)
- 4.6. Efectos de la inflación y los impuestos
- 4.7. Sensibilidad en los criterios de inversión

##### TEMA 5. Valoración de empresas

- 5.1. Concepto y definición
- 5.2. Situaciones de la empresa ante una valoración
- 5.3. Factores que deben considerarse en la valoración de empresas
- 5.4. Métodos de valoración de empresas
  - 5.4.1. Métodos estáticos
  - 5.4.2. Métodos dinámicos

#### BLOQUE TEMÁTICO II. PANORÁMICA Y MÉTODOS DE VALORACIÓN AGRARIA

---

---

## TEMA 6. Valoración o tasación de fincas

- 6.1. Objetivos
- 6.2. Valoración de interés privado
- 6.3. Valoración de interés público
- 6.4. Valoración de daños y perjuicios
- 6.5. Valoración de otros activos agrarios
- 6.6. Valoración agraria, valoración forestal y valoración ornamental

## TEMA 7. El mercado de fincas. Objetivos del juicio de valor

- 7.1. Características de los mercados
  - 7.1.1. Libertad
  - 7.1.2. Homogeneidad
  - 7.1.3. Frecuencia de las transacciones
  - 7.1.4. Transparencia
  - 7.1.5. Concurrencia
- 7.2. Clases de mercados
- 7.3. Formación y fijación del precio
- 7.4. El precio en el mercado de fincas

## TEMA 8. Los métodos sintéticos

- 8.1. Método de clasificación o estimación directa
- 8.2. Método de corrección
- 8.3. Método de los valores típicos
- 8.4. Método de comparación espacial
- 8.5. Método de comparación temporal o valoración histórica
- 8.6. Método del saber y entender o a la vista

## TEMA 9. El método analítico

- 9.1. Fundamentos
- 9.2. Concepto de renta de la tierra
- 9.3. Tipo de capitalización
- 9.4. Inconvenientes

## TEMA 10. Los métodos estadísticos

- 10.1. Método de las series cronológicas
- 10.2. Método de comparación por ratios
- 10.3. Método del baricentro
- 10.4. Método de los dos extremos
- 10.5. Método del ajuste por mínimos cuadrados
- 10.6. Método de comparación de funciones de distribución
  - 10.6.1. Variante Beta
  - 10.6.2. Variante Triangular

## TEMA 11. Valoración subjetiva

- 11.1. Valor subjetivo de una finca
- 11.2. Sistemas de cálculo
- 11.3. Influencia de las inversiones alternativas sobre el valor subjetivo. Teorema de Sieben
- 11.4. Estimación del valor subjetivo mediante la Teoría de Juegos. Procedimiento de Ballester.

## TEMA 12. Valoración Objetiva y valor probable de mercado

- 12.1. El valor objetivo como media de los valores subjetivos
- 12.2. El valor objetivo como moda de los valores subjetivos
- 12.3. El valor probable de mercado

---

## BLOQUE TEMÁTICO III. VALORACIÓN FORESTAL Y VALORACIONES ESPECIALES

### TEMA 13. Métodos de valoración de la madera en pie

- 13.1. Método de Costes
- 13.2. Método de inversión
- 13.3. Método clásico de Mackay
- 13.4. Ratios de valoración

### TEMA 14. Métodos de tasación de un monte

- 14.1. Valoración de un rodal regular maduro
  - 14.1.1. Valoración del vuelo
  - 14.1.2. Valoración del suelo
- 14.2. Valoración de un rodal regular inmaduro
  - 14.2.1. Método de costes
  - 14.2.2. Método potencial
- 14.3. Valoración de rodales irregulares
  - 14.3.1. Entresaca pura: Renta anual
  - 14.3.2. Entresaca regularizada: Renta periódica
- 14.4. Valoración de un monte ordenado
  - 14.4.1. Masas regulares
  - 14.4.2. Masas irregulares

### TEMA 15. Valoración de árboles ornamentales y daños en el arbolado

- 15.1. Valoración de árboles ornamentales
  - 15.1.1. Método de la Norma Granada
  - 15.1.2. Método de valoración de árboles ornamentales según el ICONA (1975)
- 15.2. Valoración de daños en el arbolado

### TEMA 16. Valoración ambiental

- 16.1. Funciones ambientales de los bosques
- 16.2. Otros componentes del valor económico de un monte
- 16.3. Métodos de valoración ambiental
  - 16.3.1. Métodos directos
  - 16.3.2. Métodos indirectos

## BLOQUE TEMÁTICO IV. LA COMERCIALIZACIÓN

### TEMA 17. Conceptos básicos de la comercialización

- 17.1. Introducción
- 17.2. Conocimientos previos
- 17.3. Concepto y definición de la comercialización
- 17.4. Entorno y alcance de la comercialización
- 17.5. Críticas de la comercialización

### TEMA 18. Análisis del mercado y del comportamiento de los consumidores

- 18.1. Concepto y límites del mercado
- 18.2. Clasificación del mercado
- 18.3. Naturaleza y alcance de la segmentación de mercados
- 18.4. Análisis del comportamiento del consumidor
- 18.5. El proceso de decisión de compra
- 18.6. Determinantes del comportamiento del consumidor

### TEMA 19. Estrategias de la comercialización

---

- 19.1. El producto
- 19.2. El precio
- 19.3. La distribución
- 19.4. La publicidad

## Principios Metodológicos/Métodos Docentes

La docencia presencial se estructura fundamentalmente a través de la combinación de clases teóricas y prácticas. Como complemento a este esquema general se realizarán Seminarios y ejercicios complementarios.

1º.- Clases teóricas Explicación por parte del profesor de los conceptos teóricos de cada tema mediante su exposición oral.

2º Clases prácticas: Aplicación mediante ejemplos de los conceptos teóricos.

3º Seminarios: El profesor junto con los estudiantes resolverán en clase un ejercicio, problema, o caso que previamente les ha sido facilitado.

4º) Ejercicios complementarios: Se plantearán varios ejercicios para que los alumnos los realicen en horario distinto al de las clases presenciales. Estas actividades supondrán la preparación de informes, resolución de problemas, casos, etc. bien en equipos de trabajo, bien de manera individual, pudiendo tener el carácter de obligatorios o no

## Criterios y sistemas de evaluación

| INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO | PESO EN LA NOTA FINAL |
|---------------------------|-----------------------|
|---------------------------|-----------------------|

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 1) EXÁMEN FINAL teórico-práctico | 70% |
|----------------------------------|-----|

Es necesario obtener una calificación igual o superior a 4 para poder considerar los restantes instrumentos

|   |     |
|---|-----|
| 2) REALIZACIÓN DE EJERCICIOS, Y SUPUESTOS | 30% |
|---|-----|

## Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

- Explicación oral por parte del profesor
- Realización de ejercicios prácticos de forma individual y en grupo
- Consulta de bibliografía específica
- Referencia a artículos de prensa, noticias coyunturales, etc.
- Referencia a enlaces en Internet

## Calendario y horario

HORARIO: 2º CUATRIMESTRE

MARTES 19 – 21 h.

MIÉRCOLES 19 - 21 h.

## Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

BLOQUE TEMÁTICO

CONTENIDO

PERIODO

TRABAJO PRESENCIAL

Teoría

TRABAJO PRESENCIAL

Práctica y otras

TRABAJO AUTÓNOMO

Bloque I

Tema 1

Tema 2

Tema 3

Tema 4

Tema 5

1ª Sem.

1ª Sem.

1ª, 2ª, 3ª Sem.

4ª, 5ª Sem.

5ª Sem.

1 H

1 H

3 H

2 H

1 H

-

-

7 H.

4 H.

---

1 H.

1 H.  
2 H.  
12 H.  
6 H.  
3 H.

Bloque II  
Tema 6  
Tema 7  
Tema 8  
Tema 9  
Tema 10  
Tema 11  
Tema 12

6ª Sem.  
6ª Sem.  
6ª, 7ª Sem.  
7ª Sem.  
8ª, 9ª Sem.  
10ª Sem.  
10ª Sem.

1 H.  
1 H.  
1 H.  
1 H.  
3 H.  
1 H.  
1 H.

-  
-  
2 H.  
2 H.  
5 H.  
1 H.  
1 H.

1 H.  
2 H.  
4 H.  
5 H.  
12 H.  
2 H.  
2 H.

Bloque III  
Tema 13  
Tema 14  
Tema 15  
Tema 16

11ª Sem.  
12ª, 13ª Sem.  
13ª Sem.  
13ª Sem.

2 H.  
2 H.  
1 H.  
1 H.

2 H.  
3 H.

---

---

1 H.

-

3 H.

8 H.

2 H.

1 H.

Bloque IV

Tema 17

Tema 18

Tema 19

14ª Sem.

14ª, 15ª Sem.

15ª Sem.

1 H.

1 H.

2 H.

-

1 H.

3 H.

1 H.

2 H.

6 H.

Total carga de trabajo

Bloques Temáticos..... 135 H.  
5,4 ects

27 H.

1,08 ects

33 H.

1,32 ects

75 H.

3 ects

Carga de trabajo autónomo

Para evaluación..... 15 H.  
0,6 ects

15 H.

0,6 ects

---

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

- Profesor responsable:

- Datos de contacto:

Campus Universitario de Soria;

Módulo 3 - Despacho nº 8;

e-mail:

- Departamento: Economía Financiera y Contabilidad

- Otra información:

. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la UNED. Madrid

. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la UNED. Madrid

. Profesor Asociado (6 + 6)

---

