

**Proyecto/Guía docente de la asignatura**

<b>Asignatura</b>	VALORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
<b>Materia</b>	VALORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
<b>Módulo</b>	ESPECÍFICO		
<b>Titulación</b>	GRADO EN INGENIERÍA DE LAS INDUSTRIAS AGRARIAS Y ALIMENTARIAS		
<b>Plan</b>	2010	<b>Código</b>	42236
<b>Periodo de impartición</b>	2C	<b>Tipo/Carácter</b>	OB: OBLIGATORIA
<b>Nivel/Ciclo</b>	GRADO	<b>Curso</b>	2
<b>Créditos ECTS</b>	6		
<b>Lengua en que se imparte</b>	ESPAÑOL		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Beatriz Urbano López de Meneses (coordinadora) Margarita Rico González		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	<a href="mailto:beatriz.urbano@uva.es">beatriz.urbano@uva.es</a> <a href="mailto:mrico@iaf.uva.es">mrico@iaf.uva.es</a>		
<b>Departamento</b>	Ingeniería Agrícola y Forestal		



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

### 1.1 Contextualización

Esta asignatura persigue la formación en el ámbito de la valoración de empresas y comercialización agroalimentaria.

Con este propósito, trata de dotar a los estudiantes de los conocimientos teóricos y aplicados básicos para comprender la estimación del valor de la empresa agroalimentaria, así como las cualidades más importantes de los bienes objeto de valoración.

Y por otro lado, trata la Gestión Comercial y la Cadena de Valor Agroalimentaria de manera específica. Consecuentemente, el alumno recibirá las herramientas y los instrumentos para la gestión comercial de la empresa agroalimentaria. Se identificarán intermediarios, las funciones de comercialización, los márgenes comerciales y las técnicas que mejoran el flujo de productos desde la industria hasta el usuario final. La asignatura aborda la cadena de valor de los productos agroalimentarios desde la industria hasta el consumidor. Asimismo se establecen las relaciones entre los diferentes eslabones del canal comercial y cómo se puede mejorar el flujo de productos y servicios a través de las estrategias de investigación de mercados.

### 1.2 Relación con otras materias

La asignatura está relacionada con los conocimientos de economía de empresa, marco institucional y jurídico de la empresa; desarrollados en la asignatura Gestión de Empresas. La asignatura está vinculada directamente con la asignatura de primer curso Gestión de Empresas en la cual se adquirieron los conocimientos básicos sobre las características de las empresas agrarias y agroalimentarias, así como el funcionamiento de los mercados.

Asimismo, esta asignatura relaciona con todas aquellas en las que se estudien los procesos de producción y acondicionamiento de los productos agroalimentarios, ya que las decisiones de comercialización influyen directamente en las decisiones de producción y viceversa. La Gestión Comercial es una parte importante en el proceso de producción ya que conocer los eslabones y relaciones que se establecen a través del canal comercial incide positivamente en la optimización de todo el proceso.

### 1.3 Prerrequisitos

Ninguno en concreto pero sí es aconsejable conocer los procesos de producción y acondicionamiento de los productos agroalimentarios.

## 2. Competencias

### 2.1 Generales

G3: Ser capaz de analizar y sintetizar

G15: Demostrar un razonamiento crítico

G5: Ser capaz de comunicarse de forma oral y escrita, tanto en foros especializados como para personas no expertas

### 2.2 Específicas

E 14- Conocimiento, comprensión y aplicación de los principios de valoración de empresas agrarias

E 15- Conocimiento de las estrategias de marketing, estudios de mercado y políticas de distribución.

E 16- Conocimiento de las herramientas de comunicación, información, motivación y gestión de personal.



### 3. Objetivos

1. Adquirir capacidad para analizar los condicionantes actuales del sector agroalimentario y los retos a los que se enfrentan las empresas.
2. Adquirir conocimientos para valorar una empresa agroalimentaria.
3. Obtener la capacidad para analizar mercados, sistemas de comercialización y políticas de distribución.
4. Obtener la capacidad para utilizar herramientas de comunicación, información, motivación y gestión de personal.
5. Adquirir los conocimientos necesarios sobre comercialización de productos agroalimentarios.

### 4. Contenidos y/o bloques temáticos

#### Bloque 1: Valoración de empresas agroalimentarias

Carga de trabajo en créditos ECTS: 2,00

##### a. Contextualización y justificación

En este bloque el alumno adquiere los conocimientos básicos acerca de los condicionantes actuales a los que se enfrentan las empresas del sector agroalimentario. Asimismo, se estudiarán conceptos básicos de valoración de empresas agroalimentarias y sus aplicaciones. Finalmente, se analizarán los retos del sector alimentario en la actualidad.

##### b. Objetivos de aprendizaje

- Determinar los condicionantes actuales de las empresas agroalimentarias.
- Reconocer los diferentes métodos de valoración de empresas agroalimentarias.
- Aplicar los métodos de valoración de empresas agroalimentarias.
- Analizar los retos y oportunidades del sector agroalimentario.

##### c. Contenidos

1. La empresa agroalimentaria. Conceptos y condicionantes básicos
2. Valoración de empresas agroalimentarias. Metodología y aplicaciones
3. Retos y oportunidades del sector agroalimentario en la actualidad

##### d. Métodos docentes

Clases Magistrales Participativas (Mp) + Resolución de Problemas (Pr) + Tutorías ECTS (Tu Pr) + Conferencias

##### e. Plan de trabajo

Se dedicarán 20 horas de clases presenciales. Las clases expositivas se complementarán con ejercicios, casos de estudio, debates y trabajo colaborativo.



## f. Evaluación

Dossier de tareas (Ds) + Evaluación escrita (Ev)

## g. Bibliografía básica

Alonso, R.; Serrano, A. (2008): *Economía de la empresa agroalimentaria*. Mundi-Prensa. Madrid.  
Alonso, R. y Villa, A. (2007). *Valoración de empresas. Aplicación al sector agroalimentario*. Mundi-Prensa. Madrid.  
Ballesteros, E. (2000). *Economía de la empresa agraria y alimentaria*. Mundi-Prensa. Madrid.

## i. Recursos necesarios

En el desarrollo de la asignatura se incluirá tanto la explicación de los contenidos teóricos, mediante el apoyo de material escrito que se pondrá a disposición de los alumnos en los servicios de reprografía y en la plataforma Moodle de la UVA, como la realización de ejercicios y cuestiones prácticas que sirvan para afianzar y ampliar las explicaciones teóricas, cuyos enunciados serán facilitados de la misma forma.

Se anima a los alumnos a revisar con frecuencia los archivos subidos a la página Moodle de la asignatura (donde se colgarán apuntes, avisos, etc.). Si tienes problemas para acceder a ellos, ponte en contacto con la profesora.

También se manejarán diversas páginas web de organismos públicos y privados, que se irán detallando a lo largo de las explicaciones de los distintos temas.

## j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
2	Semanas 1-15

## Bloque II: COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

Carga de trabajo en créditos ECTS:

### a. Contextualización y justificación

El primer bloque de la asignatura aborda una descripción sobre los condicionantes que existen en la comercialización de productos agroalimentarios.

Posteriormente se realizará una descripción de los sistemas de comercialización de los principales productos del sector.

### b. Objetivos de aprendizaje

- ✓ Conocer e identificar los eslabones que forman parte de la cadena de comercialización de los productos forestales.
- ✓ Identificar las relaciones entre los intermediarios del canal comercial.
- ✓ Reconocer los modelos de canales comerciales y tipos de mercados.



### c. Contenidos

---

#### 1. COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING: LA CADENA DE VALOR

- 1.1. La Comercialización y el marketing.
  - 1.1.1. Conceptos.
  - 1.1.2. Utilidades añadidas a los productos.
  - 1.1.3. Funciones de la Comercialización: La Cadena de Valor
  - 1.1.4. Servicios de la Comercialización

#### 2. MERCADOS Y CENTROS DE CONTRATACIÓN

- 2.1. El mercado.
- 2.2. Peculiaridades del mercado.
  - 2.2.1. Presencia de la mercancía.
  - 2.2.2. Mercados especializados y polivalentes.
  - 2.2.3. Organización

#### 3. EQUILIBRIO DEL MERCADO

- 3.1. Oferta, Demanda y Precios.
- 3.2. Formas del mercado.
  - 3.2.1. Mercado de competencia perfecta.
  - 3.2.2. Mercados de competencia imperfecta.
  - 3.2.3. Competencia perfecta y otras formas del mercado.
- 3.3. Información de mercados.
  - 3.3.1. Grupos a los que debe dirigirse la información.
  - 3.3.2. Tipo de información necesaria.
- 3.4. Investigación de mercados.
  - 3.4.1. Funciones de la investigación de mercados
  - 3.4.2. Fuentes de datos de los estudios de mercado.
  - 3.4.3. Métodos de investigación externa.
- 3.5. Segmentación de mercados.
  - 3.5.1. Criterios de segmentación de mercados
  - 3.5.2. Segmentación de mercados.
  - 3.5.3. Tipos de Marketing según la segmentación de mercados.

### d. Métodos docentes

---

- ✓ Clase magistral.
- ✓ Estudio de Casos.
- ✓ Seminarios-Talleres.
- ✓ Trabajo en grupo.
- ✓ Documentación disponible en la plataforma Moodle.

### e. Plan de trabajo

---

Se dedicarán a este bloque 40 horas de clases presenciales.

Se incluirán sesiones de análisis de mercados, problemas de mercados y estudios de casos.

### f. Evaluación

---

- ✓ Prueba escrita tipo test.
- ✓ Trabajos prácticos

### g. Bibliografía básica

---

Briz, J. y de Felipe, I (coords.). 2011. La Cadena de Valor Agroalimentaria: Análisis Internacional de casos reales. Editorial Agrícola. Madrid. 829 pp.

Briz, J. y de Felipe, I. 2012. Las Redes de Cadena de Valor Alimentaria en el SXXI. Editorial Agrícola. Madrid. 740 pp.



### h. Bibliografía complementaria

Briz, J. y de Felipe, I. 2013. Metodología y Funcionamiento de la Cadena de Valor. Editorial Agrícola. Madrid. 587pp.

### I. Recursos necesarios

- ✓ Aula con medios audiovisuales.
- ✓ Lecturas facilitadas. Plataforma Moodle.

### j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
4,0	Semana 1 a 15

## 5. Métodos docentes y principios metodológicos

### BLOQUE I: Valoración de empresas agroalimentarias

La responsable de este bloque es la Profesora Margarita Rico.

Las explicaciones teóricas se irán complementando con actividades prácticas, ya sea con ejemplos resueltos o con ejercicios propuestos. Asimismo, se utilizarán recursos multimedia para realizar actividades dinámicas y participativas en clase. Se utilizarán métodos docentes basados en el trabajo colaborativo y el análisis de casos.

### BLOQUE II: Comercialización de productos agroalimentarios

La responsable de este bloque es la Profesora Beatriz Urbano. La metodología docente será una combinación de clases magistrales, resolución de problemas prácticos de mercados de futuros y opciones, estudio de casos y delineación de las cadenas de valor agroalimentarias.

## 6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	24	Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	30
Clases prácticas: trabajos y ejemplos	20	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos.	30
Clases prácticas: presentación de casos reales	12	Trabajo específico sobre plan de empresa	15
Seminario/Conferencia	4	Preparación orientada a la evaluación	15
<b>Total presencial</b>	<b>60</b>	<b>Total no presencial</b>	<b>90</b>

## 7. Sistema y características de la evaluación

La nota final será la suma de las notas alcanzadas en los Bloques I y II de la asignatura ponderados en función de los ECTS impartidos en cada bloque. La evaluación de cada uno de esos bloques se llevará a cabo del siguiente modo:

### **BLOQUE I: Valoración de empresas agroalimentarias**

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Examen final de conceptos y ejercicios.	60 %	Preguntas cortas y ejercicios
Tareas	40 %	Entregables individuales y en grupo

#### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**  
La prueba escrita un 60% de la nota y las tareas un 40%
- **Convocatoria extraordinaria:**  
Si en la convocatoria ordinaria tienen aprobados los trabajos obligatorios propuestos, esa nota se guardará y los alumnos tendrán que enfrentarse a un examen de recuperación con la misma estructura y ponderación que en la convocatoria ordinaria. Si los trabajos obligatorios propuestos no estuvieran aprobados, los alumnos han de enfrentarse a un examen con contenidos más amplios que puntuará el 100% de la nota de la asignatura.

### **BLOQUE II: Comercialización de productos agroalimentarios**

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Examen final de conceptos y ejercicios.	60 %	Consistirá en un examen con preguntas tipo test
Trabajo escrito de prácticas	30 %	Entregable individual
Presentación en clase	10 %	Consistirá en una presentación oral la semana 14 de la asignatura.

#### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**  
Los trabajos y prácticas un 40% de la nota y el examen de conceptos un 60%
- **Convocatoria extraordinaria:**  
Examen con un valor del 100%

## 8. Consideraciones finales



La profesora **Urbano López de Meneses** es Doctora Ingeniera Agrónoma por la Universidad Politécnica de Madrid y profesora titular de Universidad del Área de Economía, Sociología y Política Agraria de la Universidad de Valladolid. Su área de investigación son las cadenas de valor y el Marketing agroalimentario.

Ha dirigido y participado en una veintena proyectos competitivos de investigación, transferencia tecnológica y capacitación de diversas entidades como la Agencia Española de Cooperación Internacional, la Red Universitaria de Investigación sobre Cooperación para el Desarrollo, la Universidad Politécnica de Madrid y la Junta de Castilla y León. Es o ha sido profesora visitante de 12 Universidades latinoamericanas y europeas.

Las últimas obras impresas sobre la temática de esta asignatura han sido:

Autores: Marcano, I.E.; Díaz-Alcántara, C.A.; Seco, V.; Urbano, B.; González-Andrés, F.  
Título: Induced Systemic Resistance Could Explain the Reduction in the Incidence of Black Sigatoka (*Mycosphaerella fijiensis*) in Banana Plants Inoculated with Bacteria Isolated from Banana Tree Roots in the Dominican Republic  
Ref. CL Biological Nitrogen Fixation and Beneficial Plant-Microbe Interaction  
pp. 155-170  
Editorial: Springer  
Lugar de publicación: Suiza Año 2016  
DOI: 10.1007/978-3-319-32528-6\_14

Autores: Marcano, I.E.; Díaz-Alcántara, C.A.; Urbano, B.; González-Andrés, F.  
Título: Assessment of bacterial populations associated with banana tree roots and development of successful plant probiotics for banana crop.  
Ref. Soil Biology and Biochemistry 99:1-20 · August 2016  
AÑO 2016  
DOI: 10.1016/j.soilbio.2016.04.013

Autores: Rosana Fuentes Fernández, Frank Vriesekoop y Beatriz Urbano López de Meneses.  
Título: Social Media as a Means to Access Millennial Wine Consumers.  
Ref. International Journal of Wine Business Research  
Páginas vol. 29 iss: 3  
Editorial: Emerald Publishing  
Lugar de publicación: Año 2017  
ISSN: 1751-1062

Autores: Rosana Fuentes Fernández y Beatriz Urbano López de Meneses.  
Título: An integral Sustainable Innovation and Communication Strategy: First non-sulfited "Bierzo" Wine "Puerta del Viento" Case Study.  
Ref. CL Crafting Sustainable Wine Businesses: Concept and Case.  
Páginas 80-97  
Editorial: Palgrave McMillan  
Lugar de publicación: New York. United States AÑO 2015  
ISBN: 978-1-137-55306-5  
DOI: 10.1057/9781137553089.0006

Autores: Collazos Bravo, A.B.; Rondón Domínguez, F.R.; Urbano López de Meneses, B.  
Título: Rice value chain analysis in a free trade agreement context: a developing region of the Dominican Republic study case.  
Ref. Artículo Humanities and Social Sciences  
Número HSS, vol. XIX, 21 (4/2014), pp. 9-24  
Editorial:  
Lugar de publicación: AÑO 2014  
DOI:10.7862/rz.2014.hss.53

Autores: Collazos Bravo, A.B.; Pimentel Pujols, A.; Urbano López de Meneses, B.  
Título: Caracterización del nivel tecnológico de las explotaciones cafetaleras en la DO Café de Barahona (República Dominicana) como estrategia de posicionamiento.  
Ref. Artículo Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros.  
Número 239: diciembre 2014, p. 177-128  
Editorial: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente del Gobierno de España  
Lugar de publicación: Madrid, España AÑO 2014  
ISSN: 1575-1198; NIPO: 770-09-104-7

Autores: Rondón, F. y Urbano López de Meneses, B.  
Título: Análisis de la cadena de valor en República Dominicana: aproximación metodológica  
Ref. CL Investigaciones Agrarias para un desarrollo sostenible: Estudio de casos internacionales. Urbano y González (coords.)  
Volumen Número Páginas 316  
Editorial: Universidad de León  
Lugar de publicación AÑO 2014  
ISSN: 978-9773-658-9

Autores: Beatriz Urbano López de Meneses  
Título: ACOR: Una apuesta por la diversificación



Ref. CL El tamaño de las cooperativas agroalimentarias como factor de competitividad. Análisis de las fórmulas de crecimiento para alcanzarlo

Volumen 6 Número Páginas 181-200

Editorial: Fundación Cajamar. Serie Economía

Lugar de publicación: Almería AÑO 2014

ISSN: 1822-323

---

Autores: Fernando González-Andrés y Beatriz Urbano López de Meneses

Título: The impact of the Free Trade Agreement on the Sustainable Rural Development of the Barahona Region in Dominican Republic

Ref. CL Proceedings of the 6th International Scientific Conference "Rural Development 2013"

Volumen 6 Número 1 Páginas 408-414

Editorial: Aleksandras Stulginskis University

Lugar de publicación: Kaunas, Lithuania AÑO 2013

ISSN: 1822-3230 print and ISSN: 2345-0916 online

---

Autores: Caballero Lázaro, R. y Urbano López de Meneses B.

Título: Análisis del sector vitivinícola en las DO de Castilla y León. Campaña 2012

Ref. Libro: Análisis del sector vitivinícola en las DO de Castilla y León. Campaña 2012

Volumen Número Páginas 72

Editorial: Fundación Cajamar

Lugar de publicación: Almería AÑO: 2013

Depósito Legal: AL-2924-2007

---

La **Profesora Rico González** es Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valladolid. Su trabajo de investigación se ha centrado en el estudio de la situación económica y social del medio rural y en las posibilidades de desarrollo de este territorio. En este ámbito, la profesora Rico ha profundizado en temas de análisis tales como la contribución al desarrollo rural de las mujeres, la multifuncionalidad agraria, la percepción social acerca de los temas rurales, el cooperativismo, las posibilidades de dinamización económica por medio del turismo rural y de los productos agroalimentarios o sobre el aprovechamiento socioeconómico de los recursos forestales.

En este sentido, la Profesora Rico ha participado en numerosos Proyectos de Investigación competitivos, siendo Investigadora Principal en alguno de ellos y ha publicado los resultados de su investigación en varios libros y capítulos de libros y en revistas científicas nacionales e internacionales, participando asimismo en un gran número de congresos.

Pueden citarse las siguientes publicaciones como representativas de su trayectoria:

RICO, M. y GÓMEZ GARCÍA J.M (2009): "La contribución de la mujer en la economía rural de Castilla y León". *Revista de Economía Agraria y Recursos Naturales*, nº 18, pp. 51-77.

GÓMEZ-LIMÓN, J.A.; VERA, E. y RICO, M. (2012) "Measuring individual preferences for rural multifunctionality: The importance of demographic and residential heterogeneity". *Journal of Agricultural Economics*, nº 63(1), pp. 1-24.

RICO, M. y GÓMEZ GARCÍA J.M. (2011): "Economía social e igualdad de oportunidades en el ámbito rural. Un análisis aplicado a la comunidad autónoma de Castilla y León". *Revesco Revista de Estudios Cooperativos*, nº 105, pp. 85-114.

GÓMEZ RAMOS, A.; RICO, M. y OLMEDILLA, S. (2013): "Contribución de un modelo de producción bioenergética a escala local al desarrollo del medio rural. El caso de la comarca de Odra-Pisuerga (Burgos)". *Ager: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, nº 15, pp. 153-188.

RICO, M. y GONZÁLEZ, A. (2015): "Social participation into regional forest planning attending to multifunctional objectives". *Forest Policy and Economics*, nº 59, pp. 27-34.



LOSADA, R.; GÓMEZ RAMOS, A. y RICO, M. (2019): "Rural areas receptivity to innovative and sustainable agrifood processes. A case study in a viticultural territory of Central Spain". *Regional Science. Policy and Practise*, nº 11-2, pp. 307-327.

