



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ITAPÚA
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y FORESTALES
PROGRAMA DE ESTUDIO

I- IDENTIFICACIÓN

MATERIA:

AGRONEGOCIOS

CURSO:

TERCERO

SEMESTRE:

PRIMERO

HORAS CATEDRAS SEMANAL: 06 MENSUAL: 24 SEMESTRAL: 90

TEORÍA: 4

PRÁCTICA: 2

PRE-REQUISITO:

ECONOMÍA AGRICOLA

CÓDIGO:

06/01/03/06/C

II. FUNDAMENTACIÓN

Agronegocios es una nueva noción cuya perspectiva es la de situar a la actividad agrícola en una secuencia productiva ampliada. La producción agrícola se sitúa así en medio de un proceso en el que existe un “hacia atrás” representado por los insumos necesarios para la producción; y un “hacia delante”, centrado en una cantidad de actividades que continúa y completa dicha actividad.

Los agronegocios constituyen una corriente nueva en el sentido de que engloba un conjunto de actividades y funciones relacionando la producción, el consumo de alimentos y materia prima de origen agropecuario. Es decir, los agronegocios envuelven tres sectores: a) el sector proveedor de insumos y factores de producción (semillas, pesticidas, fertilizantes, maquinarias agrícolas, etc.); b) el sector de producción agropecuaria; y c) el sector de procesamiento y distribución.

La importancia de los agronegocios en términos mundiales se manifiesta por las proyecciones del Profesor Ray Goldberg quien estimó que para el año 2000, el sector proveedor de insumos facturará alrededor de 500 billones de dólares, el sector agropecuario alrededor de 1,115 trillones y el sector de procesamiento y distribución, 4 trillones de dólares. En el ámbito nacional, alrededor del 27% del PIB se genera en el sector agropecuario, pudiendo esta contribución ser ampliada a través de mayor valor agregado en los productos, lo que implica un enfoque de agronegocios.

Dada la importancia del sector y los cambios continuos en el ambiente socioeconómico nacional y mundial, es importante que se estudie y discuta las transformaciones y nuevos rumbos que están tomando los agronegocios de tal forma que los estudiantes estén preparados para enfrentar los desafíos del nuevo milenio.

III. OBJETIVOS

El objetivo general de la asignatura es el de proveer conceptos básicos a los estudiantes de tal forma que los mismos puedan desempeñarse eficazmente en la caracterización, financiamiento y gerenciamiento de los distintos procesos que envuelven los agronegocios y las estructuras de los mercados para productos agrícolas.

Específicamente, el curso pretende que los estudiantes conozcan y dispongan de:



1. Conceptos básicos respecto a los agronegocios
2. Herramientas básicas para el gerenciamiento de agronegocios
3. Nuevos mecanismos de financiamiento de agronegocios
4. Estrategias empresariales para competir en el ámbito nacional e internacional
5. Políticas que impactan a los agronegocios

IV. METODOLOGÍA

Las actividades estarán orientadas hacia métodos que faciliten el proceso de enseñanza - aprendizaje. Las estrategias de enseñanza a ser utilizadas consistirán específicamente de:

1. Exposiciones del instructor y de especialistas invitados.
2. Discusiones y debates en grupos, mesas redondas.
3. Presentaciones individuales y en grupos de los estudiantes.
4. Análisis de casos e investigaciones bibliográficas
5. Entrevistas y visitas guiadas
6. Estudio de casos.

V. CONTENIDO

Unidad I. Agronegocios.

Definición. Importancia de los agronegocios en Paraguay. Característica de los sectores proveedores de insumos y factores de producción, sector agropecuario y el sector de procesamiento y distribución.

Unidad II. Cadenas Productivas.

Definición de cadenas productivas. Tipos de cadenas productivas. Características de las cadenas agroindustriales. Procesos que envuelven las cadenas productivas.

Unidad III. Mercados de Agronegocios.

El mercado interno. Estructura. Características. El mercado internacional. Características. Estructura. Segmentación de mercados. Integración de mercados. Mercados agrícolas regionales. Mercado de productos ambientales

Unidad IV. Estrategias Empresariales en Agronegocios.

Integración vertical. Integración horizontal. Integración hacia delante. Integración hacia atrás. Tipos de empresas de acuerdo a su nivel de integración (Empresa integrada agroindustrial, empresa integrada agrocomercial, cooperativas, industrias independientes, productores no integrados). Concentración de capital. Inversiones. Innovaciones organizacionales. Diversificación (Estrategias exportadoras, integración horizontal, ampliación de escalas de operaciones).

Unidad V. Comercialización en agronegocios.

Nuevas formas de comercialización. Las transacciones en los agronegocios (Mercados, contratos, verticalización).

Unidad VI. Mecanismos de financiamiento.



Cédula de Producto Rural (CPR). Opciones de ventas del Gobierno. Mercados futuros. Mercados a término. Refinanciamiento. Contratos adelantados (Forward Contracting).

Unidad VII. Políticas y tendencias para los agronegocios.

Transformaciones de las relaciones internacionales. Bloques regionales. Políticas económicas que afectan a los agronegocios (tarifas, cuotas, licencias, certificaciones, normas sanitarias, reglas de embalaje y etiquetado, compras gubernamentales, subsidios a la exportación, protección de propiedad intelectual, barreras de comercio, barreras a la inversión, etc.).

Unidad VIII. El mercosur y los agronegocios.

El MERCOSUR, el proceso de integración en agroalimentos. Integración tecnológica y de servicios. Principales países productores, importadores, exportadores. Situación relativa de la industria local. Su competitividad. Oportunidades, amenazas y desafíos. Efectos del MERCOSUR en los agronegocios paraguayos.

Unidad IX. Desarrollo de los agronegocios en Paraguay.

Construyendo las ventajas competitivas. Requerimientos tecnológicos. Requerimientos humanos. Promoción de exportaciones.

Unidad X. Estudio de casos.

Agronegocios lácteos. Agronegocios de granos. Agronegocios de carnes. Cadena productiva avícola. Sistema agroindustrial de la caña de azúcar. Sistema agroindustrial cítrico. Sistema agroindustrial de jugos de frutas.

VI. CRITERIOS EVALUATIVOS

La evaluación de los estudiantes se hará teniendo en cuenta sus rendimientos en pruebas parciales y un examen final. Además se deberá presentar un trabajo práctico que consistirá en la realización de un estudio de caso de un Agronegocio. Las calificaciones se basarán en la escala establecida por la FaCAF.

VII. BIBLIOGRAFÍA

1. AGUIAR, D.R.D.; PINHO, J.B. 1998. O agronegocio brasileiro: desafios y perspectivas. /s.l./. SOBER. v.1.
2. AUSTIN, J.E. 1992. Análisis de proyectos agroindustriales. /s.l./. EDI
3. BALLESTERO, E. 1991. Economía de la empresa agraria y alimentaria. /s.l. /. Mundi Prensa.
4. GUTIÉRREZ, A.A. 1998. Paraguay: sector agrícola y agroindustrial. /Asunción, Par./. Secretaría Técnica de Planificación, Proyecto PLANDES.
5. IICA. 1997. Agricultura en el MERCOSUR y Chile.
6. IICA. 1997. PROCISUR. Mapeo tecnológico de cadenas agroalimentarias en el Cono Sur. /s.n./
7. KLAUS, E. 1997. Paraguay: construyendo las ventajas competitivas. /Asunción, Par./. Secretaría Técnica de Planificación, Proyecto PlanDES.