

NOMBRE DEL CURSO	<b>COMERCIO INTERNACIONAL DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS.</b> Prerrequisito: Economía Agrícola Semestre en que se imparte: 8°.
CÓDIGO / CRÉDITOS / DURACIÓN	2342 4 horas teoría/semana.
CARRERA	INGENIERO AGRÓNOMO EN SISTEMAS DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA.
RESPONSABLE	Ing. Agr. M.A. Jorge Luis Rodríguez P.
CONTEXTO/ INTRODUCCIÓN /PROPÓSITO	El curso de Comercio Internacional de Productos Agrícolas, está fundamentado en el área de conocimiento de las ciencias sociales básicas y aplicadas, orientada a la comprensión del desarrollo rural, <u>las relaciones comerciales</u> y administrativas de los sistemas de producción agrícola y los recursos naturales renovables y el ambiente; valorando la complejidad y riqueza pluricultural, multiétnica y multilingüe del país, con el propósito de contribuir a su desarrollo, mediante la aplicación de la teoría en los procesos del comercio internacional de los diversos productos agropecuarios que se producen en Guatemala; entendiendo de manera global el impacto que está provocando la pandemia del COVID 19 sobre las políticas comerciales en el estudio de la estructura y organización de los mercados de insumos y productos, la insuficiencia en los precios agrícolas, las funciones de la comercialización. Los costos y márgenes y su relación con la eficiencia del mercado. Los procesos que se dan a través de todos los servicios y actividades comerciales y de elaboración que permiten o facilitan la movilización, transformación de los productos agropecuarios, desde el punto inicial de su cosecha u obtención hasta llegar a manos del consumidor final.
COMPETENCIAS Y SUB COMPETENCIAS INOLUCRADAS	<p><b>COMPETENCIAS.</b> El estudiante al finalizar el curso, será competente en que:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Comprende los procesos de negociación y comercialización nacional e internacional, conociendo las normas y reglamentos existentes sobre control de calidad e inocuidad de los productos agrícolas perecederos en combinación con la conservación del medio Ambiente y desarrollo organizacional de los productores y empresas exportadoras.</li> <li>2.- Posee un enfoque empresarial, complementado con un sentido de servicio a la Comunidad, anteponiendo el bien común sobre el particular, sin perder de vista, los Cambios globales en el actual desarrollo de la humanidad.</li> <li>3.- Analiza los fenómenos que inciden y gobiernan la comercialización, ante la economía política que prevalece sobre la economía comercial, así como la arquitectura que se se está cambiando a nivel organizacional el país y su relación con los tratados de libre comercio.</li> </ol> <p><b>SUB COMPETENCIAS:</b> El estudiante al finalizar el curso, estará en la capacidad de:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Establecer la dinámica de comercialización de cultivos agrícolas de importancia económica para exportar a diversos países, de acuerdo a normas y reglamentos de cada uno, en función a requerimientos de volumen y calidad de consumo, sin olvidar la conservación del medio ambiente.</li> <li>2.- Conocer detalladamente el proceso de comercialización de los productos Agropecuarios del mercado nacional.</li> <li>3.- Desarrollar el concepto de empresarialidad aplicado a la producción agropecuaria de los pequeños, medianos y grandes productores del país.</li> <li>4.- Determinar con un alto grado de certeza los elementos propios de la comercialización así como los elementos que el mercado presenta en función a estándares de calidad y acreditación, de los tratados de libre comercio, el comercio justo y solidario, afectados por la pandemia COVID 19.</li> </ol>
CRITERIOS DE DESEMPEÑO/	CRITERIO DE DESEMPEÑO: El trabajo desarrollado por el estudiante se considera satisfactorio si es capaz de formular bibliográficamente un Proyecto de Comercialización

<p>EVIDENCIAS REQUERIDAS</p>	<p>agropecuario, con todos los elementos que se involucran en dicho proceso; tanto a nivel nacional como internacional, contemplando un producto agropecuario previamente seleccionado y actualizado, según las condiciones prevalecientes del mundo actual y los efectos de la pandemia COVID 19.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicar los conceptos fundamentales de la comercialización y mercadeo de productos Agropecuarios, conforme los diversos cambios en la política comercial que actualmente Se plantean como desafíos para el desarrollo de los países.</li> </ul> <p><b>EVIDENCIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conoce y aplica los principios fundamentales de la comercialización de productos Agropecuarios en el contexto mundial según las políticas comerciales actuales.</li> <li>- Describe los conceptos y las relaciones entre los productores independientes y Organizados para la exportación de productos agropecuarios.</li> <li>- Sabe aplicar los principios de una buena integración y coordinación de la comercialización para mantener relaciones de confianza con los beneficiarios/usuarios de un proyecto de esa naturaleza.</li> <li>- Logra establecer al menos un canal de comercialización del producto agropecuario seleccionado en su investigación académica, según lineamientos de AGEXPORT.</li> </ul>
<p>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación parcial continua de conocimientos, mediante cuestionarios (60%)</li> <li>- Informe completo: incluye trabajos en línea, investigaciones, foros (30%)</li> <li>- Observación de Actitudes: puntualidad, honestidad, trabajo en equipo,</li> <li>- Colaboración para apoyar actualización virtual de conocimientos en línea (10%)</li> </ul>
<p>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisión e investigación de conceptos y nociones teóricas de las unidades de trabajo.</li> <li>- Trabajos grupales y plenarias en foros virtuales programados previamente.</li> <li>- Lecturas guiadas y evaluaciones continuas individuales y grupales.</li> <li>- Estudios de casos planteados por los estudiantes en su propia experiencia,</li> <li>- Elaboración de un portafolio de experiencias de comercialización a nivel nacional e Internacional que facilite la autoformación del estudiante.</li> </ul> <p>Tutorías docentes en el diseño de trabajos colaborativos para impulsar la creatividad Individual y autonomía del estudiante.</p>
<p>HABILIDADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de aptitud de cómo se realiza la comercialización entre oferente y demandante. Para aplicar el conocimiento y las destrezas ante las demandas de la sociedad, Utilizando la tecnología adecuada en la formulación y ejecución de proyectos de Comercialización agropecuaria a nivel nacional e internacional.</li> <li>- Aplicación del enfoque de sistemas de la comercialización nacional e internacional.</li> <li>- Relacionar el entorno físico, económico, político, social, jurídico con los proyectos de Comercialización agropecuaria nacional e internacional.</li> <li>- Gestión de información contable del estudio financiero de un proyecto de comercialización con relación al flujo de fondos, impuestos sobre utilidades, costo financiero, origen y costo de los fondos.</li> </ul>
<p>CONTENIDO TEMÁTICO: UNIDAD /TEMA / SUBTEMA</p>	<p><b><u>UNIDAD I: DEFINICIONES Y CONCEPTOS BÁSICOS APLICADOS AL MERCADO:</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Mercadeo y comercialización.</li> <li>2.- Conceptos de mercado.</li> <li>3.- Estructura del mercado y precio.</li> <li>4.- Aplicaciones de la oferta y la demanda.</li> <li>5.- Análisis del consumo.</li> <li>6.- Integración y coordinación en el mercado.</li> <li>7.- Foro</li> </ol> <p><b><u>UNIDAD 2: LA APLICACIÓN Y EL DESARROLLO:</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Aspectos complementarios entre producción y mercado.</li> <li>2.- La comercialización del mercado.</li> </ol>

	<p>3.- La comercialización en el desarrollo.</p> <p><b><u>UNIDAD 3: ENFOQUE PARA EL ANÁLISIS DEL MERCADEO AGROPECUARIO:</u></b></p> <p>1.- Análisis por funciones de la comercialización.  2.- Análisis institucional del mercadeo.  3.- Análisis por producto.  4.- Análisis por pérdida post-cosecha.</p> <p><b><u>UNIDAD 4: FUNCIONES DE LA COMERCIALIZACIÓN:</u></b></p> <p>1.- Funciones físicas: acopio, almacenamiento, transformación industrial.  2.- Funciones de intercambio: compra y venta, compraventa por inspección,  Compraventa por muestra, determinación de los precios,  Cotizaciones de precios.</p> <p><b><u>UNIDAD 5: ORGANIZACIÓN DE LOS MERCADOS:</u></b></p> <p>1.- Tipos de mercado.  2.- Mercado de productos.  3.- Intermediarios.  4.- Mercados mayoristas.  5.- Mercados de exportación.  6.- Mercados detallistas.  7.- Estructura de mercado de granos básicos.  8.- Estructura de mercado de cultivos agroindustriales.  9.- Estructura de mercado de frutales.  10- Estructura de mercado de hortalizas y ornamentales.</p> <p><b><u>UNIDAD 6: TRATADOS DE LIBRE COMERCIO:</u></b></p> <p>1.- Descomposición general del tratado.  2.- Razones por las cuales se negoció el tratado de libre comercio.  3.- Eliminación de impuestos a la importación.  4.- Normas de origen.</p>
<p>PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lecturas introductorias y presentación de material didáctico para revisión de los conceptos básicos acerca de los sistemas de Comercialización agropecuaria. Ejercicios y evaluaciones cortas continuas, un tiempo estimado del 20% del total del curso.</li> <li>- Elaboración de presentaciones individuales y grupales, sobre la base de revisión e investigación de casos de comercialización existentes a través de foros. Este proceso será a lo largo de todo el semestre, agregando contenidos según el avance del curso, y se estima un tiempo de 50% del total.</li> <li>- La exposición final y evaluación de la investigación y elaboración de un caso de un proyecto de Comercialización local, para evaluar la aplicación, comprensión de los principios del contenido del curso y su utilidad en la formación académica del alumno. Una estimación del 30% del total del tiempo del curso.</li> </ul>
<p>RECURSOS/ MATERIALES DIDÁCTICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Libros de texto afines al curso. Video-tapes. Presentaciones en power point. Materiales en la red, como tutoriales y otros.</li> </ul>
<p>BIBLIOGRAFÍA</p>	<p>1.- Cardona Castillo, Hugo, (2018) Economía de la Producción: Teoría Básica y Aplicaciones en agricultura. Editorial Universitaria. Universidad de San Carlos de Guatemala. <a href="mailto:editorialusac@usac.edu.gt">editorialusac@usac.edu.gt</a> Guatemala, Guatemala.</p> <p>2.- Ministerio de economía de Guatemala. MinEco. Tratado sobre comercio, Cámara De Industria de Guatemala. Manual, 200. 88 pp.</p>

	<p>3.- OPCION, Organización para la promoción comercial y la investigación. Dirección Regional, Quetzaltenango.</p> <p>4.- Copias Mimeografiadas, Curso Comercialización Agrícola, Carrera de Agronomía Centro Universitario de Occidente.</p> <p>5.- Documentos sobre Tratado de libre comercio entre Estados Unidos y Centro-américa.</p> <p>6.- Documentos curso sobre Exportación, servido por AGEXPRONT.</p>
CONTACTO	<p>Ing. Agr. Jorge Luis Rodríguez P. email: <a href="mailto:jorgerodriguez@cunoc.edu.gt">jorgerodriguez@cunoc.edu.gt</a>  <a href="mailto:/agronomo07@yahoo.es">/agronomo07@yahoo.es</a></p>
VERSIÓN	<p>Julio-2020.</p>