



Modalidad Abierta y a Distancia

# Introducción a los Agronegocios

Guía didáctica



Facultad de Ciencias Exactas y Naturales

Departamento de Ciencias Biológicas y Agropecuarias

---

## Introducción a los Agronegocios

*Guía didáctica*

Carrera	PAO Nivel
▪ <i>Agronegocios</i>	V

**Autora:**

Karen Silvana Carpio Sánchez



**Asesoría virtual**  
[www.utpl.edu.ec](http://www.utpl.edu.ec)

## **Universidad Técnica Particular de Loja**

### **Introducción a los Agronegocios**

Guía didáctica

Karen Silvana Carpio Sánchez

### **Diagramación y diseño digital:**

Ediloja Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418.

San Cayetano Alto s/n.

[www.ediloja.com.ec](http://www.ediloja.com.ec)

[edilojacialtda@ediloja.com.ec](mailto:edilojacialtda@ediloja.com.ec)

Loja-Ecuador

ISBN digital - 978-9942-39-511-5



**Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual  
4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)**

Usted acepta y acuerda estar obligado por los términos y condiciones de esta Licencia, por lo que, si existe el incumplimiento de algunas de estas condiciones, no se autoriza el uso de ningún contenido.

Los contenidos de este trabajo están sujetos a una licencia internacional Creative Commons – **Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0)**. Usted es libre de **Compartir – copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato**. **Adaptar – remezclar, transformar y construir a partir del material citando la fuente, bajo los siguientes términos:** **Reconocimiento-** debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciatante. **No Comercial-no puede hacer uso del material con propósitos comerciales.** **Compartir igual-Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original.** No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

# Índice

<b>1. Datos de información.....</b>	<b>8</b>
1.1. Presentación de la asignatura .....	8
1.2. Competencias genéricas de la UTPL.....	8
1.3. Competencias específicas de la carrera.....	8
1.4. Problemática que aborda la asignatura .....	9
<b>2. Metodología de aprendizaje .....</b>	<b>10</b>
<b>3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje .....</b>	<b>11</b>
<b>Primer bimestre.....</b>	<b>11</b>
<b>Resultado de aprendizaje 1.....</b>	<b>11</b>
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	11
Semana 1 .....	11
<b>Unidad 1. Introducción Agronegocios .....</b>	<b>11</b>
1.1. Concepto de Agronegocios .....	12
1.2. Objetivos de los Agronegocios .....	13
1.3. Entorno de los Agronegocios .....	14
Actividad de aprendizaje recomendada .....	15
Autoevaluación 1 .....	16
Semana 2 .....	20
<b>Unidad 2. Agroindustrias .....</b>	<b>20</b>
2.1. Concepto de agroindustrias.....	20
2.2. Objetivos de la Agroindustria.....	20
2.3. Características de la Agroindustria .....	21
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	22
Semana 3 .....	22
2.4. Actividades de la Agroindustria .....	22
2.5. Las Cadenas agroindustriales .....	23
2.6. Tipos de agroindustrias.....	23
Actividadad aprendizaje recomendada.....	25

<b>Semana 4 .....</b>	<b>25</b>
2.7. Factores Agroindustrias .....	25
2.8. Procesos de agroindustrialización .....	26
2.9. Principales impactos medioambientales de las agroindustrias....	31
2.10. Agroindustria en Ecuador .....	31
Actividad de aprendizaje recomendada .....	32
Autoevaluación 2 .....	33
<b>Semana 5 .....</b>	<b>36</b>
<b>Unidad 3. Administración del Agronegocio.....</b>	<b>36</b>
3.1. Conceptualización de Administración del Agronegocio.....	36
3.2. Recursos para los Agronegocios .....	36
3.3. Funciones de la Administración.....	39
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	40
<b>Semana 6 .....</b>	<b>41</b>
3.4. Planificación Estratégica.....	41
3.5. Planificación de la producción.....	43
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	44
Autoevaluación 3 .....	46
<b>Semana 7 .....</b>	<b>49</b>
<b>Unidad 4. Contabilidad de agronegocios .....</b>	<b>49</b>
4.1. Estados financieros .....	49
4.2. Análisis Financiero.....	52
4.3. Ejercicio Práctico .....	56
Actividad de aprendizaje recomendada .....	59
<b>Semana 8 .....</b>	<b>60</b>
Autoevaluación 4 .....	61
Actividades finales del bimestre .....	64
<b>Segundo bimestre .....</b>	<b>68</b>
<b>Resultado de aprendizaje 2.....</b>	<b>68</b>
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	68

<b>Semana 9 .....</b>	<b>68</b>
<b>Unidad 5. Marketing en el Agronegocio.....</b>	<b>68</b>
5.1. Agromarketing .....	68
5.2. Mercados Agropecuarios .....	69
Actividad de aprendizaje recomendada .....	70
<b>Semana 10 .....</b>	<b>70</b>
5.3. Demanda Agropecuaria.....	70
5.4. Oferta Agropecuaria.....	71
Actividad de aprendizaje recomendada .....	72
<b>Semana 11 .....</b>	<b>72</b>
5.5. Características que influyen en el Marketing Agropecuario.....	73
5.6. Social Media en el Agromarketing .....	73
Actividad de aprendizaje recomendada .....	73
Autoevaluación 5.....	74
<b>Semana 12 .....</b>	<b>76</b>
<b>Unidad 6. Logística en el Agronegocio .....</b>	<b>76</b>
6.1. Distribución física y logística de mercados .....	76
Actividad de aprendizaje recomendada .....	77
<b>Semana 13 .....</b>	<b>77</b>
6.2. Gestión Logística .....	78
Actividad de aprendizaje recomendada .....	78
<b>Semana 14 .....</b>	<b>79</b>
6.3. Logística en el proceso de producción agrícola .....	79
Actividad de aprendizaje recomendada .....	80
Autoevaluación 6.....	81
<b>Resultado de aprendizaje 3.....</b>	<b>83</b>
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	83

<b>Semana 15 .....</b>	<b>83</b>
<b>    Unidad 7. Modelo en el Agronegocio.....</b>	<b>83</b>
7.1. Modelo de Agronegocio.....	83
7.2. Situación del sector Agropecuario en la economía ecuatoriana ....	84
7.3. El caso de la cadena del maíz y la empresa PRONACA.....	85
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	90
Autoevaluación 7 .....	91
Actividades finales del bimestre.....	93
<b>Semana 16 .....</b>	<b>93</b>
<b>    4. Solucionario .....</b>	<b>96</b>
<b>    5. Glosario.....</b>	<b>103</b>
<b>    6. Referencias bibliográficas .....</b>	<b>106</b>



---

## 1. Datos de información

---

### 1.1. Presentación de la asignatura



### 1.2. Competencias genéricas de la UTPL

- Comunicación oral y escrita.
- Orientación a la innovación y a la investigación.
- Pensamiento crítico y reflexivo
- Compromiso e implicación social.

### 1.3. Competencias específicas de la carrera

- Analiza la situación económica y genera planes de desarrollo para empresas agropecuarias y agroindustriales,
- Optimiza procesos administrativos y de producción para incrementar su nivel y factibilidad económica.

## 1.4. Problemática que aborda la asignatura

Dentro de los problemas de la realidad que integran el objeto de estudio de la profesión existen las siguientes necesidades:

- Dar valor agregado a la producción de la materia prima de origen vegetal y animal.
- Generar y desarrollar sistemas agroempresariales (producción-transformación-comercialización-consumo) con base en la adición de valor, altamente eficientes y competitivos para solventar y reactivar eficazmente el sector rural en el entorno globalizado.
- Imprimir competitividad en los sistemas de las cadenas agroalimentarias como estrategia de desarrollo potencial en el sector agropecuario.
- Hacer del conocimiento (dominio) de la legislación y la normativa vigente una ventaja competitiva que permita a las agroempresas (emprendimientos) posicionarse en el mercado.

El núcleo básico innovación, comercialización y exportación de productos agrícolas y pecuarios, se constituye a partir de la búsqueda permanente del mejoramiento de la eficiencia y eficacia del sector agropecuario, haciendo referencia a conocimientos relacionados con la innovación en procesos, productos y servicios y marketing, con un enfoque aplicado en la tecnología de punta que, permita generar alternativas diferentes para gestionar la empresa y así lograr diversificación en el mercado. Este núcleo se abordará desde los componentes relacionados con emprendimiento, biocomercio, buenas prácticas agrícolas, buenas prácticas pecuarias, buenas prácticas acuícolas, sistemas agroindustriales, diseño y evaluación de proyectos, investigación de mercados, técnicas de negociación, comercio nacional, comercio exterior, derecho tributario, marketing, logística agropecuaria y el itinerario promoción empresarial.



---

## 2. Metodología de aprendizaje

---

Para el estudio de la presente materia se llevarán a cabo las metodologías participativas y activas; permitiendo que los estudiantes contribuyan de forma activa al proceso de aprender durante el desarrollo de las unidades planteadas. Se utilizará metodología basada en problemas y gamificación.

La metodología basada en problemas se caracteriza por promover un aprendizaje autodirigido para resolver problemas basándose en el autoaprendizaje y desarrollo de pensamiento crítico. La metodología detallada promoverá al estudiante analizar los conceptos de la materia para poderlos plasmar dentro del caso de estudio.

La gamificación para potenciar la concentración, esfuerzo y motivación del estudiante para avanzar con los contenidos de la materia; permitiendo al estudiante comprobar el nivel de comprensión y aprendizaje adquirido al culminar las unidades planteadas.

Se sugiere a los estudiantes organizar su tiempo para poder realizar todas las actividades planteadas en el desarrollo de la presente guía.

Tome en cuenta las siguientes orientaciones:

- Cómo estudiar
  1. Dedíquese al menos una vez al día a leer el material para cumplir con los temas propuestos.
  2. Busque un ambiente y horario adecuado en el que se sienta cómodo para poder ejercitarse y empezar a estudiar.
  3. Intenta mantener contacto con tus tutores por medio de foros, chats y herramientas de mensajería de la plataforma para aclarar cualquier duda relacionada con la materia.



### 3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



#### Primer bimestre

##### Resultado de aprendizaje 1

- Conoce el campo de los agronegocios y su funcionamiento.

Estimado estudiante para cumplir con el resultado de aprendizaje planteado se trabajarán algunas unidades que permitirá conocer acerca de los conceptos, objetivos, entorno y administración de los Agronegocios. Para ello se debe empezar con la Unidad 1 en donde se detallan los temas de concepto, objetivos y en torno de los Agronegocios, lo invito a revisar el texto complementario de [Economía del Agronegocio de Guerra y Aguilar \(2011a\)](#).

#### Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



##### Semana 1

#### Unidad 1. Introducción Agronegocios

Estimados estudiantes en la primera semana de estudio sobre la unidad, tendrá la oportunidad de orientarse acerca de la importancia de la actividad de Agronegocios, en donde constató el porqué de la evolución del concepto, y como los avances tecnológicos afecta cada una de las actividades de producción a nivel mundial.

Recuerde que esta información la puede encontrar en el texto complementario de [Economía del Agronegocio de Guerra y Aguilar \(2011a\)](#).

## 1.1. Concepto de Agronegocios

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO 2021), más del 70% de las necesidades alimentarias mundiales están cubiertas por la actividad de pequeños productores.

El término agronegocios, incluye los siguientes participantes, mismos que están involucrados en la producción, procesamiento y mercadeo de productos e insumos (semillas, maquinaria, fertilizantes, pesticidas, entre otros), agropecuarios y se incluye las instituciones que intervienen en las etapas de los productos desde su producción hasta el consumidor final (G. Guerra & Aguilar, 2011, p. 22).

Se considera dos fases:

- La fase agrícola: referente a la producción agropecuaria.
- La fase industrial: que engloba las actividades de transformación.

Es, por tanto, que, al fusionar estas fases, nace la conceptualización del Agronegocio, tal como se presenta en el recuadro, en marco de la transformación de la materia prima como objeto, hacia la producción.

### **Conceptualización de Agronegocios**

- **Concepto de agroindustria:** toda actividad que incluye producción primaria y la transformación de insumos de origen agrícola, pesquero o forestal en productos intermedios o de consumo final.
- **Concepto de negocio:** esfuerzo organizado de los individuos para producir y vender, por una ganancia bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad.
- **Agronegocio:** una unidad de decisiones que combina recursos naturales, humanos, capital, conocimiento e información para dedicarles a producir bienes de origen animal, vegetal para un mercado determinado y dentro de una operación rentable.

Nota. Representa la relación que existe entre la agroindustria y el mercado de consumo (G. Guerra & Aguilar, 2011, pp. 21–23).



Es así que León, C. y otros (2007) sostienen que "el agronegocio involucra: provisión de insumos, producción, procesamiento y distribución de productos agropecuarios" (2007, p. 16), teniendo presente que la principal distinción de esta actividad, es que al trabajar con seres vivos, es decir la biomasa, implica que durante el ciclo vital del cultivo o unidad de producción este deber ser atendido oportunamente para ser productivo.

## 1.2. Objetivos de los Agronegocios

Según Guerra y Aguilar (2011a) la teoría empresarial del hoy, analiza las consecuencias de su manejo y sus resultados, cuando se persiguen objetivos distintos a los de maximización de ingreso. Por lo tanto, una empresa tiene tres propósitos fundamentales (ver recuadro) que se enmarcan en los sectores económicos y social:

### ***Propósitos fundamentales de los objetivos de los agronegocios.***

- a. Maximización de los beneficios y minimización del riesgo.
- b. Preservar su situación y en lo posible crecer a través del uso de sus propios beneficios
- c. Servir a la sociedad en la que se desenvuelve, es decir satisfacer las necesidades de los clientes, hacer tratos justos con sus proveedores y pagar impuestos al Estado.



**Nota.** Depende de las leyes económicas de cada estado o país.  
Tomado de Economía del agronegocio(G. Guerra & Aguilar, 2011, p. 27).

Conforme a lo preliminar, en el libro "El agronegocio y la empresa agropecuaria frente al siglo XXI" de Guerra(2002) se explica que "Los agronegocios aplican de manera integral varias ciencias a los problemas de la empresa, proporcionando elementos para evaluar el efecto de los cambios institucionales y técnicos en la producción y en el uso de los recursos"(2011, p. 27).

Es entonces que en la figura 1, se puede apreciar los objetivos permanentes que debe tener una empresa.

## Figura 1.

*Objetivos permanentes de una empresa.*

La empresa debe tener como objetivos permanentes

**Rentabilidad:**

beneficio o ganancia que se obtiene como retorno a la inversión y por el riesgo.

**Competitividad:**

capacidad para mantener y expandir su participación en el mercado tanto nacional como internacional en una condición rentable y con crecimiento.

**Eficiencia:**

la empresa debe mantener eficiencia en su administración en todas las áreas básicas operacionales: producción, finanzas, mercadeo personal.

**Flexibilidad:**

la habilidad y factibilidad para hacer ajustes en la operación de la empresa en respuesta a los cambios de las condiciones de mercado del tiempo de las políticas y otros factores.

*Nota.* Depende de las leyes económicas de cada estado o país. Tomado de Economía del agronegocio (G. Guerra & Aguilar, 2011, p. 27).

### 1.3. Entorno de los Agronegocios

Existen fuerzas que están fuera del negocio y, por tanto, del control del administrador que pueden afectar el comportamiento y resultado de la empresa; estas fuerzas en su conjunto se denominan ambiente o en torno de la empresa en el que se representa competidores y consumidores (G. Guerra & Aguilar, 2011, p. 27).

Para el caso de estudio del entorno de la empresa en los Agronegocios se puede tomar en cuenta los siguientes factores:

- **Entorno físico o biológico:** conformado por la tierra, el agua, el aire, la luz, el suelo y nutrientes naturales.

- **Entorno económico:** conformado por normas generales tales como la propiedad y tenencia de la tierra y otros medios de producción, precios del producto, de los insumos, impuestos y subsidios al sector.
- **Entorno social:** establece la organización de la sociedad, las relaciones de la empresa con el estado y las relaciones del trabajador con el empleador.
- **Entorno institucional:** conformado por los organismos del Estado y del sector privado.
- **Entorno tecnológico:** proporciona adelantos de la ciencia como variedades en los cultivos y adelantos en la ingeniería genética, informática, entre otros.
- **Entorno educacional:** permite adquirir nuevos conocimientos susceptibles de ser aplicados en la empresa.



### Actividad de aprendizaje recomendada

Luego de la revisión y comprensión de los contenidos de la presente unidad, lo invito a investigar otros conceptos de Agronegocios y los compruebe con el texto complementario "["Economía del Agronegocio"](#)" para que adquiera su propio concepto y mejore su entendimiento. Una vez revisado las temáticas de la unidad, refuerce su conocimiento respondiendo las siguientes interrogantes:



## Autoevaluación 1

Estimados estudiantes una vez concluido con el estudio de la unidad 1, es necesario medir los conocimientos adquiridos hasta el momento, de surgir dudas regresen a repasar los temas correspondientes para reforzar sus conocimientos y de ser necesario contacte a su tutor.

1. El término Agronegocios incluye los siguientes participantes involucrados en:
  - a. La producción, procesamiento y mercadeo de productos e insumos (semillas, maquinaria, fertilizantes, pesticidas, entre otros).
  - b. Agropecuarios y se incluye las instituciones que intervienen en las etapas de los productos desde su producción hasta el consumidor final.
  - c. A y b.
  - d. Ninguna.
2. El concepto de Agroindustria es
  - a. El atrevimiento constituido de las personas para provocar y transferir, por un lucro de haciendas y productos que compensen las escaseces de la familia.
  - b. El esfuerzo organizado de los individuos para producir y vender, por una ganancia de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad.
  - c. Ninguna.
  - d. A y b.

3. Dentro del ámbito de los objetivos de los Agronegocios la empresa tiene
- 8 intentos que se encuadran en las secciones monetario y nacional.
  - 3 propósitos que se enmarcan en los sectores económico y social.
  - 5 propósitos que se enmarcan en los sectores financiero y sindical.
  - Ninguna.
4. Los objetivos que se reconocen son:
- renta, idoneidad, vigencia y blandura.
  - utilidad, aptitud, vigencia y flexibilidad.
  - rentabilidad, competitividad, eficiencia y flexibilidad.
  - Ninguna.
5. El objetivo de Rentabilidad es:
- El beneficio o ganancia que se obtiene como retorno a la inversión y por el riesgo.
  - El favor o lucro que se consigue como regreso a la variación y por el conflicto.
  - El bien o usura que se alcanza como llegada a la transformación y por el peligro.
  - Todas las anteriores.
6. El objetivo de Eficiencia se trata de
- La capacidad para mantener y expandir su participación en el mercado tanto nacional e internacional en.
  - Una condición rentable y con crecimiento.
  - La capacidad para mantener y expandir su participación en el mercado tanto nacional e internacional en una condición rentable y con crecimiento.
  - Expandir su participación en el mercado tanto nacional e internacional en una condición rentable y con crecimiento.
  - Todas las anteriores.

7. Los factores para tomar en cuenta en el entorno de Agronegocios son:
- Concretos o vivo, mercantil, general, corporativa, especializado y Educativo.
  - Materiales o orgánico, financiero, mutuo, corporativo, técnico y Formativo.
  - Corporales o consonante, bancaria, general, colectivo, especializado y Didáctico.
  - Ninguna.
8. Existen fuerzas que están:
- El administrador que no afectan al comportamiento y resultado de la empresa.
  - Afuera del negocio y
  - De la empresa.
  - Ninguna.
9. El entorno físico conformado por:
- La propiedad, el rocío, el viento, el albor, el pueblo y sustentos nativos.
  - la tierra, el agua, el aire, la luz, el suelo y nutrientes naturales.
  - Ninguna.
  - Todas.
10. El entorno educacional permite
- Adquirir nuevos conocimientos susceptibles de ser aplicados en la empresa.
  - Ser aplicados en la empresa.
  - Alcanzar desconocidos sapiencias dispuestas.
  - Conseguir ignoradas ciencias susceptibles de ser aprovechados en la asociación.

*Nota:* Compruebe las respuestas en el solucionario.

[Ir al solucionario](#)

En el caso que no acierte en las respuestas, por favor revise los contenidos.

***Felicitaciones, estimados estudiantes y ánimo que vamos avanzando con nuestro conocimiento.***



## Semana 2

---

Estimados estudiantes una vez que hemos revisado los conceptos relacionados con los Agronegocios, continuamos con la unidad 2 acerca de las Agroindustrias, para lo cual, les invito a revisar los contenidos que a continuación se detallan y de esta manera ampliar su conocimiento; recuerde en caso de existir dudas puede contactar a su tutor.

## Unidad 2. Agroindustrias

---

La presente unidad los inmocuirá en los temas sobre la agroindustria, su conceptualización, objetivos y características, para lo que los invitamos a revisar dichos temas en el texto complementario de "[Teoría económica y experiencias latinoamericanas](#)" de López y Castrillón (López & Castrillón, 2007), y en la publicación de José Pineda sobre "[Agroindustria](#)" (2021).

### 2.1. Concepto de agroindustrias

De acuerdo a la [Comisión Económica para América Latina y el Caribe](#) (2021), es aquella actividad económica que hace referencia al conjunto de industrias encargadas de producir, transformar y comercializar los diferentes productos: agrícolas, ganaderos, forestales, pesca, silvicultura y recursos naturales.

#### 2.1.1. Evolución del Concepto

Según los autores López y Castrillón (2007), se presenta una diferencia en las empresas agroindustriales dependiendo de la forma de producción, pues la presencia de la tecnología agropecuaria e industrial para producir a gran escala, provoca nuevos procesos como los sistemas de refrigeración entre otros (2007, p. 13).

### 2.2. Objetivos de la Agroindustria

Producir, industrializar y comercializar los diferentes productos agroalimentarios. Asimismo, modificar las características físicas, químicas y biológicas de las materias primas originarias (Pineda, 2021).

## 2.3. Características de la Agroindustria

Transforma un producto natural en industrializado y reduce la pérdida postcosecha o conservar los productos. Además, cosecha selectiva e intensiva, eleva el valor agregado y ejes del desarrollo rural. También de impacto ambiental y de tecnología apropiada (Lozada, 2021). Hay que prestar atención a otras características figura 2.

**Figura 2.**  
*Características de la agroindustria*



*Nota.* Tomado de Paredes (2001, p. 27).



## Actividades de aprendizaje recomendadas

Una vez revisados los contenidos los invito a desarrollar la siguiente actividad recomendada acerca de los temas planeados lo que les ayudará a reforzar sus conocimientos, y le permitirá conocer, interpretar, sintetizar los subtemas relacionados a las agroindustrias.

### Agroindustrias



### Semana 3

---

Estimados estudiantes durante esta semana se revisará temas acerca de las actividades, cadenas y tipos de Agroindustria, para lo que los invitamos a revisar dichos temas en el texto complementario de "[Teoría económica y experiencias latinoamericanas](#)" de López y Castrillón (López & Castrillón, 2007).

## 2.4. Actividades de la Agroindustria

Las actividades de la agroindustria están relacionadas con las materias primas que serán procesadas, pues son un elemento clave; se entiende que es la forma en la que se lanzará un producto al mercado, y con una calidad aceptable, en cantidad adecuada y suficiente para el mercado elegido, es así que la agroindustria puede realizar actividades de la siguiente manera:

### 2.4.1. Sin transformación

Es decir que, no son sometidos a una modificación en su esencia, como: la leche, pescado, frutas, verduras y materia prima para la industria.

### 2.4.2. Almacenamiento

Hacen la función de custodios, su misión es conservar y preservar, como depósito de granos, cámaras frigoríficas y congeladoras.

### **2.4.3. Con transformación**

Este aparato es sobre, como la conservación y empaque del producto, o también su elaboración, es decir servicios de: conglomerado cárnico, de madera, lácteos, frutas, verduras y pescados.

## **2.5. Las Cadenas agroindustriales**

La cadena agroindustrial, se base en componentes interactivos, que agregan valor y se fortalecen por la asociatividad, que es un mecanismo de cooperación entre empresas, principalmente pequeñas y medianas, con el fin de lograr una competitividad internacional a largo plazo en el campo industrial (López & Castrillón, 2007). Por otro lado, para el autor Miguel Murillo (2009) argumenta que las cadenas agroindustriales "involucran flujos continuos y discontinuos de productos, procesos y agregación de valores y son unidades de análisis para la toma de decisiones a nivel político y para el desarrollo tecnológico" (Miguel Murillo, 2009, p. 1). También señala que el sistema agroindustrial se compone por la agroindustria alimentaria y la no alimentaria.

## **2.6. Tipos de agroindustrias**

Como en todo estudio de las ciencias sociales, el conocer las particularidades de sus componentes, facilita la comprensión en conjunto y también en cómo agruparlos, por ende, la agroindustria se divide en 2 principales categorías:

### **2.6.1. Alimentaria**

Para los productos de esta categoría, su conservación es mediante técnicas análogas; y donde se transforman aquellos productos agrícolas, pecuarios, selvicultura, forestales y pesqueros en alimentos (Lozada, 2021).

### **2.6.2. No alimentaria**

Transforman los productos anteriores para materias primas, desde sus recursos naturales, y elaboran variedad de productos industriales (Pineda, 2021). El grado de proceso en la agroindustria es muy variable, desde la simple limpieza y clasificación, hasta el cocinado y alteración química. En

la tabla 1, se presenta el nivel de proceso de transformación de acuerdo a López y Castrillón (2007).

**Tabla 1.**

*Categoría de la agroindustria según el tipo y producto.*

Categorías	Tipo de procesado	Productos a Procesar
1	Limpieza Clasificación Categorización	Frutas frescas Vegetales frescos Huevos
2	Acondicionamiento Molienda Corte Mezclado	Granos Carnes Especies Alimentos animales Algodón Caucho
3	Cocinado Pasteurización Envasado Congelado Tejido Extracción Montaje	Lácteos Frutas Vegetales Carnes Salsas Textiles Aceites Maderas Azúcar Bebida
4	Alteración Química texturización	Comidas instantáneas Productos vegetales texturizados Neumáticos

*Nota.* Tomado de Tecnologías de producción y agroindustria para el desarrollo (Pérez et al., 2006).

En relación con las materias primas a procesar, se debe considerar que la mayoría son estacionales, perecederas y variables, por lo tanto, en la tabla, se muestran estas peculiaridades.

**Tabla 2.**

*Particularidades de la materia prima*

#### **Estacionales**

Las épocas de producción y procesado pueden ser puntuales a lo largo del año, pero su demanda es constante.

#### **Perecederas**

Lo que requiere que, o bien se procese con rapidez, o que se disponga de los elementos necesarios para su acopio y conservación.

---

## Variables

Tanto en calidad como en cantidad. en mucho casos la industrialización de estas materias requieren para su acopio y conservación.

---

Nota. Tomado de (Pérez et al., 2006), Tecnologías de producción y Agroindustria para el desarrollo (Pérez et al., 2006, p. 72).



## Actividad de aprendizaje recomendada

Para su mejor entendimiento acerca de los temas revisados en esta semana es momento de recomendar algunas actividades para profundizar lo estudiado:

- Lea comprensivamente subrayando las ideas principales del Recurso Educativo de Aprendizaje "[Todo sobre la Industria Agroalimentaria](#)" de Pineda (2021) y el Recurso Educativo de aprendizaje de Lozada (2021) "[Introducción a los Agronegocios](#)". Con la finalidad de que tenga claro el enfoque de cada uno de los tipos de cadena y de la agroindustria, que les permitirá diferenciar entre Actividades, las cadenas agropecuarias, pues son de base fundamental para subir al siguiente peldaño de los contenidos de la presente materia.



## Semana 4

---

Estimados estudiantes, finalizando la UNIDAD 2 de la planificación, por lo que lo invito a revisar los últimos temas relacionados con las Agroindustrias, de la misma manera se les facilita el enlace para que profundice los contenidos de Quevedo (2013) de su publicación "[Agroindustria y concentración de la propiedad de la tierra: elementos para su definición y caracterización en el Ecuador](#)".

## 2.7. Factores Agroindustrias

El principal factor que se involucra en la producción agrícola y su comercialización es el factor Humano.

### **2.7.1. Factor humano**

Según las afirmaciones de López y Castrillón (2007), la agroindustria es una empresa, como tal, su éxito dependerá en gran parte de las personas que tienen la iniciativa de embarcarse en el proyecto, las que gestionan y de los trabajadores de la planta (2007, p. 45), mismos que deben estar en continua capacitación e innovación de sus instrucciones.

En relación con lo anterior, Quevedo (2013) en su libro “Agroindustria y concentración de la propiedad de la tierra: elementos para su definición y caracterización en el Ecuador”, sostiene que:

uno de los factores relacionados con el ser humano es la innovación tecnológica y la aplicación de la ciencia agraria admiten que en el campo se generen circunstancias para su reforma; en este contexto, la agroindustria es el resultado de un mayor nivel de inversión en tecnología y de las ventajas comparativas del territorio en el cual se asienta (Quevedo, 2013, p. 72).

## **2.8. Procesos de agroindustrialización**

Los procesos agroindustriales son un conjunto de etapas de transformación aplicados a materias primas de origen agrícola, pecuario, pesquero y forestal, que abarcan desde su beneficio (o primera incorporación de valor) hasta la instancia que generan productos finales, con mayor grado de elaboración, constituyéndose así uno de los subsectores de gran relevancia para el país, pues se encuentran estrechamente vinculadas con los demás sectores de la actividad económica (Jacqueline Agudelo, 2014, p. 1).

Lo anterior, resulta ser un elemento clave de la agroindustrialización, pues el producto para ser comercializado debe cumplir con algunas condiciones específicas como una calidad aceptable, en una cantidad adecuada y suficiente para el mercado elegido, en un tiempo que permita cubrir las necesidades de la demanda a un precio razonable y competitivo, tal como se muestra en la figura (Pérez et al., 2006, p. 76), sin olvidar la necesidad humana de un producto de carácter endógeno y de desarrollo interno del sector en donde se produce, permitiendo así una dinamización de la economía.

**Tabla 3.***Procesos de las materias primas*

a. Cantidad	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Superficie delicada a la producción</li><li>▪ Rendimientos</li><li>▪ Usos alternativos</li></ul>
b. Calidad	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Insumos utilizados</li><li>▪ Prácticas culturales</li><li>▪ Servicios de almacenamiento y transporte</li><li>▪ Controles de calidad establecidos</li></ul>
c. Tiempo	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Estacionalidad</li><li>▪ Durabilidad</li></ul>
d. Coste	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Suministros y demanda de materia</li><li>▪ Costes de oportunidades</li></ul>
e. Organización	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Finalmente la eficiencia de todo el proceso de obtención de materias primas para la industria.</li></ul>

*Nota.* Tomado de Tecnologías de producción y agroindustria para el desarrollo (Pérez et al., 2006, p. 76).

#### 2.8.1. Procesamiento

Este varía dependiendo de la materia prima a procesar y del producto final a obtener, sin embargo, Pérez et al. (2006) sustentan que, existe una serie de factores comunes que han de ser:

##### i. **Selección de la tecnología para el procesamiento.**

Esta es una de las decisiones más importantes. Los criterios para la selección de la tecnología pueden ser, según Pérez et al. (2006):

###### a. *Necesidades cualitativas:*

Para que un producto sea reconocido tanto en mercados locales o de exportación, tiene que cumplir una serie de parámetros de calidad. Dependiendo del producto o mercado, las inversiones en tecnología tendrán que ser más o menos fuertes.

###### b. *Necesidades del procedimiento de procesado.*

Puede ocurrir que la tecnología disponible para el procedimiento de procesado escogido es limitada. Otros factores a tener en cuenta son:

- Según la tecnología sea más o menos sofisticada para un mismo propósito, comparar si merece la pena una mayor inversión en tecnología, que implicaría un proceso de capacitación del personal en su manejo. Esto último es un gran compromiso en las agroindustrias que quieren tener un compromiso social.
- Disponibilidad de energía y agua. Sobre todo, en agroindustrial en zonas alejadas de los grandes centros de distribución.
- Materias primas. Según la materia prima, se podrá elegir la que nos de mayor eficiencia en su procesado.

c. *Capacidad de uso.*

Algunas materias primas son temporales y, por ello, no hay una demanda continua del mercado. Se habrá de estudiar con qué tecnología podremos mantener la agroindustria más tiempo en funcionamiento.

d. *Capacidad de gestión.*

Hay que comprobar que los gestores son capaces de afrontar la tecnología escogida.

e. *Consecuencias nutricionales.*

Según la tecnología de procesamiento que se decida, los valores nutricionales de los productos serán distintos. Por ejemplo, en la industria como la de descortezado de arroz, según el tipo de procesado a que sometamos el arroz, desde el simple descortezado, hasta la molienda fina; encontraremos productos con más o menos calidad (Pérez et al., 2006, p. 78).

ii. *Localización de la planta procesadora.*

Una serie de criterios su elección es:

a. *Materias primas, transporte y mercados.*

Cuanto más frágiles y perecederas sean las materias primas, la planta estará más cerca de las zonas de producción, pero si se ha de disponer de ciertos elementos necesarios para el procesado (como botellas) que hay que transportar de un modo continuo, se ha de hacer un análisis de los

costes para ver localización óptima. El coste de transporte de todos los insumos utilizados en la agroindustria será también un factor determinante.

- Disponibilidad de infraestructuras. Carreteras, puertos, etc.; energía, agua, etc.
- Coste de los terrenos. El precio de la tierra suele ser mucho menor en zonas rústicas que en zonas urbanas. Por otro lado, y en relación con su precio, se ha de prever terreno suficiente para poder instalar todas las infraestructuras necesarias.
- Efectos sobre el desarrollo. La localización en una zona más deprimida puede producir un fomento de las producciones relacionadas con la agroindustria en la zona y la creación de puestos de trabajo, tanto en la agroindustria en sí, como en los suministradores, y es posible que se encuentren incentivos financieros del gobierno que fomenten el desarrollo de ciertas zonas. Aunque esto no es siempre así en el caso de que los precios locales no sean competitivos (Pérez et al., 2006, p. 80).

### **iii. *Manejo de inventarios.***

Por la naturaleza estacional y perecedera de ciertas materias primas, se deberá tener en cuenta:

#### **a. *Capacidad de almacenamiento:***

Según Pérez et al., (2006) contar con un ítem, se ha de comprobar cuál es el punto de equilibrio entre la cantidad de suministro y la capacidad de procesamiento. Se dimensionará para el almacenaje de materias primas, productos intermedios (zumo concentrado, por ejemplo) y productos terminados, y cada uno requerirá un distinto diseño de almacén. Se tendrá en cuenta la localización de almacenes, dentro o fuera de la planta (Pérez et al., 2006, p. 81).

#### **b. *Diseño de las instalaciones.***

Dependiendo de la materia prima a procesar, del tipo de procesado y del producto final a obtener, así deberán ser las instalaciones.

- Sistemas de almacenamiento y/o de conservación de materias primas, para mantenerlas en condiciones sanitarias óptimas.

- Las instalaciones de procesado y de acopio de insumos para el procesado.
  - Instalaciones para almacenamiento y conservación de productos terminados (Pérez et al., 2006, p. 81).
- c. *Financiación de inventarios.*

Antes de conseguir beneficios de la venta de productos terminados, se ha de financiar, posiblemente en distintas épocas del año, suministros e instalaciones para el procesado.

**iv. *Manejo de suministros distintos de las materias primas.***

Para procesarlas se requieren otros suministros auxiliares para los que habrá que tener en cuenta:

a. *Fuentes de suministro.*

Además de embalajes, son necesarios ingredientes, distintos de la materia prima principal, como sustancias químicas, materiales para mantenimiento, se deben conocer las fuentes de suministro más adecuadas, en coste y distancia.

b. *Consideraciones nutricionales.*

En especial habrá que tener en cuenta sistemas de empacado adecuados para conservación de las propiedades nutricionales

**v. *Programación y control.***

El diseño de la producción y la consecución de productos de mayor o menor calidad, tienen relación directa con el éxito de la agroindustria.

a. *Diseño de la producción.*

Mediante planes de puesta en marcha y producción y diseño de la ingeniería del proceso, para controlar desde la adquisición de materias primas, hasta la venta de productos finales, siguiendo una programación previamente diseñada (Pérez et al., 2006).

b. *Control de calidad.*

Ha de haber controles de calidad en todos los pasos del proceso (Quevedo, 2013).

vi. *Productos secundarios.*

Los procesos agroindustriales suelen tender a la desagregación de las materias primas, más que a la combinación de varias. Esto permite obtener varios productos útiles. Se han de identificar estos productos y su valor potencial, debido a que podría ocurrir que por el producto secundario se obtuvieron mayores beneficios que por el producto principal, lo que llevaría a reconsiderar todo el proceso agroindustrial.

## 2.9. Principales impactos medioambientales de las agroindustrias

Los principales impactos medioambientales de las agroindustrias son: la contaminación atmosférica, contaminación del agua, eliminación de los residuos o desechos sólidos y cambios en el uso de la tierra. Asimismo, erosión, pérdida de biodiversidad, deforestación y otros efectos sobre los ecosistemas naturales(Pérez et al., 2006).

## 2.10. Agroindustria en Ecuador

El desarrollo de la agroindustria en Ecuador, tiene como eje central la región costa, lugar desde el cual se tiene una mejor conexión con el mercado internacional, mediante puertos; además en esta región se agrupaban, algodón y maíz a más de la producción bananera, cacao, café y caña de azúcar, es decir, el origen de la agroindustria va de la mano con la consolidación del modelo primario exportador. Se plantea que el crecimiento de la agroindustria en el procesamiento de materia prima de origen agrícola es desde los años 40, cuando empiezan a operar las primeras empresas aceiteras en el país (Quevedo, 2013).

***¡Felicitaciones!***

***Ha concluido el estudio de esta unidad.***



## Actividad de aprendizaje recomendada

Para reforzar lo aprendido, los invitó a revisar el siguiente [video](#) de Bonilla (2020), el mismo que fue publicado el pasado 2020, por lo que cuenta con información sumamente actualizada de la realidad de la Agroindustria, que le ayudará a empatizar con la entorno de las empresas agropecuarias, titulado "[¿Qué es la Agroindustria?](#)".

Por otro lado, es momento de revisar los conceptos adquiridos durante el desarrollo de la unidad 2 por medio de la siguiente autoevaluación.



## Autoevaluación 2

1. Agroindustria es aquella actividad económica que hace referencia a:
  - a. Al conjunto de industrias encargadas de producir transformar y comercializar muebles de oficina.
  - b. Al conjunto de industrias encargadas de producir transformar y comercializar productos de papelería
  - c. Al conjunto de industrias encargadas de producir transformar y comercializar productos agropecuarios.
2. Las características de las agroindustrias son:
  - a. Rapidez de producción, facilidad de realización, facilidad de traslado.
  - b. Precipitación de producción, disposición de realización, facilidad de traslado y facilidad de venta.
  - c. Rapidez de producción, facilidad de realización, facilidad de traslado y facilidad de venta.
  - d. Ninguna.
3. La actividad de la Agroindustria sin transformación es:
  - a. Aquellos que hacen la función de conservadores, su iluminado es guardar y resguardar.
  - b. Aquellos que forman el cargo de vigilantes, su cometido es almacenar y salvar.
  - c. Aquellos que hacen la función de custodios, su misión es conservar y preservar.
  - d. Ninguno.
4. Las cadenas agroindustriales involucran:
  - a. Procesos y agregación de valores.
  - b. Flujos continuos y discontinuos de productos, procesos y agregación de valores.
  - c. Crecientes incessantes y variables de mercados.
  - d. Ninguna.

5. Los tipos de Agroindustria se dividen en 2 categorías;
  - a. Nutritivo y no nutritivo.
  - b. Alimentaria y no alimentaria.
  - c. Apetitoso y no apetitoso.
  - d. Ninguna.
6. Los procesos agroindustriales son:
  - a. Materiales de origen agrícola, pecuario, pesquero y forestal.
  - b. Etapas de transformación aplicados a materiales.
  - c. Un conjunto de etapas de transformación aplicados a materiales de origen agrícola, pecuario, pesquero y forestal.
  - d. Ninguna.
7. En capacidad de almacenamiento se comprueba cual es:
  - a. El punto de equilibrio.
  - b. Entre la cantidad de suministro.
  - c. Y capacidad de procesamiento.
  - d. Todas.
8. Las fuentes de suministro se refieren a
  - a. A los inversionistas para las compras de materia prima
  - b. Los mercados de productos farmacéutico.
  - c. Ninguno.
  - d. Las instalaciones de procesado y acopio de insumos para el procesado.
9. Los principales impactos medioambientales de las Agroindustriales son:
  - a. Contaminación atmosférica, contaminación del agua.
  - b. Eliminación residuos o desechos sólidos.
  - c. Deforestaciones.
  - d. Todas las anteriores.

10. Los productos secundarios en los procesos agroindustriales suelen tener degradación de las materias primas más que a la combinación de varias:
- a. Tienen impactos generalizados y profundos.
  - b. Como un impulsor del crecimiento y del desarrollo.
  - c. Ninguna.
  - d. Todas.

Compruebe las respuestas en el solucionario.

[Ir al solucionario](#)

En el caso que no acierte en las respuestas, por favor revise los contenidos.

¡Felicitaciones a quienes respondieron correctamente a todos los enunciados, y en caso contrario seguir intentándolo!



Bienvenidos a la Unidad 3, en donde abordaremos temas generales de la administración del agronegocio, para lo cual utilizaremos el texto complementario de Guerra y Aguilar (2011a) titulado "[Economía de la Agroindustria](#)".

### **Unidad 3. Administración del Agronegocio**

---

A continuación, revisaremos los temas concernientes con la administración de los Agronegocios, con el propósito de observar temas de gran relevancia como son los recursos para los agronegocios y funciones de la administración.

#### **3.1. Conceptualización de Administración del Agronegocio**

La agricultura es la principal actividad proveedora de alimentos, por ello Guerra (E. Guerra et al., 2011, p. 1) sostiene, que esta ha evolucionado y aumentado su productividad, así como la frontera agrícola desde décadas atrás, en sus intentos de solucionar este problema los administradores agropecuarios y otros profesionales afines en ciencias socioeconómicas, han dado una amplia e importante contribución a la solución de este problema.

Es por tanto, que desde la administración de la agricultura a nivel local, nacional y regional, así como la gestión de las empresas agrícolas, ganaderas y agronegocios, son la base de la producción de alimentos en cualquier país, los administradores de agronegocios han ayudado sustancialmente (E. Guerra et al., 2011, p. 616).

#### **3.2. Recursos para los Agronegocios**

Los recursos de la empresa en Agronegocios tienen dos características: son escasos, tienen usos alternativos y participan en el proceso de producción en diferentes proporciones para la obtención de una cantidad dada de productos, pero nunca de forma aislada (G. Guerra & Aguilar, 2011).

El sistema agroalimentario y el territorio (el sector agrícola), permite valorar los recursos naturales y fortalecer la relación con el pueblo, y con los consumidores, con la valorización de la calidad asociada con el origen de los productos.

Los recursos para los agronegocios, se encuentran combinados e interrelacionados, y se clasifican en cuatro grupos: naturales, humanos, de capital y conocimiento e información (figura 3).

**Figura 3.**

*Agronegocios: Recursos.*



*Nota.* Tomado de Guerra, Economía del agronegocio (2011a, p. 40).

### 3.3. Funciones de la Administración

Las funciones básicas que debe desarrollar el administrador dentro de la empresa son: Planificación, Organización, Dirección y Control, en la figura 4, se representa la interacción continua de ellas, considerando que en caso de identificar otras, se puede incluir en cualquiera de estos grupos, como es el caso de la innovación (C. León et al., 2007) (G. Guerra & Aguilar, 2011a).

**Figura 4.**

*Agronegocios: funciones de la administración*



*Nota.* Tomado de Guerra, Economía del agronegocio (2011a, p. 43).

*A continuación, se detalla cada una de las funciones tratadas en la figura 5*

#### 3.3.1. Planificación

La planificación, de acuerdo al autor Guerra (2011a) "Se puede definir como la selección de actos futuros que parecen más apropiados para producir los resultados que se desean" (2011, p. 43). Puede hacerse simultáneamente, por lo que se requiere que el administrador tenga cierta habilidad para localizar la información, que resulte útil en la solución de más de un problema a la vez.

La información nueva que se obtiene de la función de control, proporciona una retroalimentación de la planificación, razón por la cual se convierte en una etapa importante de la empresa (G. Guerra & Aguilar, 2011a, p. 43).

### 3.3.2. Organización

Guerra (2011a) sostiene que es "el proceso en que se asignan tareas, se agrupan las actividades y se destinan los recursos con los que se va a administrar la empresa; se considera como una pieza clave para ocupar los recursos de una manera más eficiente"(2011, p. 43).

### 3.3.3. Dirección

Son las habilidades de influir para que otras personas realicen las tareas, y de esta forma cumplir con los objetivos planteados, por lo que se incluye "liderar, motivar y persuadir" a los integrantes de la empresa; esto es posible mediante mensajes claros y oportunos que permitan guiar al grupo a través de la motivación y mayor productividad en cada una de sus áreas(G. Guerra & Aguilar, 2011a, p. 44).

### 3.3.4. Control

Es la función encargada de comparar los desempeños reales con los objetivos previstos en los planes. Por lo tanto, se encarga de monitorear todas las funciones administrativas o tareas planificadas se cumplan, y finalmente analizar y reportar todas las novedades para corregir y establecer mejoras. En conclusión, Guerra (2011) argumenta que "consiste en establecer estándares, comparar los resultados obtenidos con ellos y realizar los ajustes necesarios para el logro de los objetivos trazados" (pág. 44).



### Actividades de aprendizaje recomendadas

Después de revisar los dos primeros temas de Administración de Agronegocios lo invito a leer del [texto complementario](#) el capítulo 2 para ampliar su conocimiento y subrayar las ideas que considere más importantes sobre la planificación estratégica y la planificación de la producción de los autores Carlos León (2007) sobre la [Gestión Empresarial para Agronegocios](#) y Guerra (2011a) la [Economía de los Agronegocios](#); de esta manera conocer el campo de Agronegocios relacionado con la administración que permitan elevar la rentabilidad de su negocio. Le sugiero que para su mejor compresión responda las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuáles son las funciones de la administración?
2. ¿Cuáles son las características de las empresas de los Agronegocios?



## Semana 6

---

Estimados estudiantes, continuamos con el estudio de la unidad 3 y es importante entender los temas relacionados con la producción y la planificación estratégica dentro de una organización, en especial para los textos relevantes a los agronegocios. Para lo que les invito a revisar el capítulo 2 del texto complementario de Guerra y Aguilar (2011a) titulado "["Economía de la Agroindustria"](#)".

### 3.4. Planificación Estratégica

La planificación estratégica en los agronegocios es al igual que en una organización estándar, constituye la guía vertebral a seguir en una administración (C. León et al., 2007), pues de acuerdo a Guerra (2011a) se refiere como un proceso de orientación y coordinación de un conjunto de actividades, para alcanzar una meta determinada, evaluando donde se encuentra y hacia dónde va: por lo que es posible establecer la misión, visión, valores, objetivos a largo plazo y los planes de acción que utilizará para alcanzarlos.

Cuando la planificación estratégica se encuentra bien estructurada puede ayudar para el éxito empresarial ya que es la guía para el gerente y sus empleados la mejor manera de responder a las oportunidades y desafíos (G. Guerra & Aguilar, 2011a, p. 44).

#### 3.4.1. Tipos de planes:

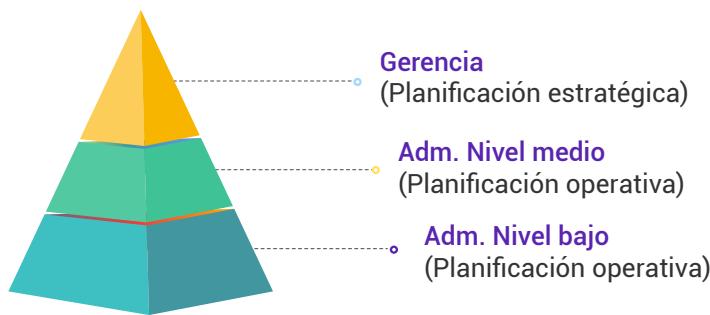
Existen tipos de planes:

- **Planes Estratégicos:** son aquellas que establecen o formulan objetivos para toda la organización se toma en cuenta un periodo extenso de tiempo (de tres a más años).
- **Planes Operacionales:** especifican los detalles de cómo se alcanzan los objetivos generales definidos por la planeación estratégica (C. León et al., 2007, p. 35).

Para que la Jerarquización de los tipos de planes se den (ver figura 5), se entiende que es una relación de toma de decisiones, en donde es la gerencia se encarga de dirigir todas las decisiones.

**Figura 5.**

*Agronegocios: Planeación y la jerarquía institucional*



*Nota.* Tomado de Gestión empresarial para Agronegocios de León, C. y otros (2007, p. 19).

El Plan Estratégico se compone de diversas etapas:

- **Análisis Interno:** aquellos que determinan los problemas de la organización y sus variables de alto potencial.
- **Análisis externo:** en el que se evalúa los riesgos y ventajas de los cambios del entorno, esto se puede dar en aspectos tecnológicos, legales, económicos, sociales, entre otros.
- **Acciones estratégicas:** supone atacar los problemas internos, atenuar los riesgos y aprovechar las ventajas del entorno.
- **Objetivos:** implica planear metas a lograr en plazo corto, medio y largo relacionadas con el desarrollo de las estrategias (C. León et al., 2007).

La planificación estratégica se centra en la integración de varios departamentos como: contabilidad, investigación, producción, marketing para lograr los objetivos de la organización.

### 3.5. Planificación de la producción

La planificación de la producción (figura 6) consiste en establecer un plan de trabajo dependiendo de la demanda de la empresa, se debe tomar en cuenta:

**Figura 6.**

*Planificación de la producción*



*Nota.* Tomado de Gestión empresarial para Agronegocios de León, C. y otros (2007, p. 36).

Con una buena planificación de producción de nuevos productos de forma ordenada se puede calcular el tiempo de hacer nuevos pedidos y programación de transporte y entrega de los productos.

La planificación de la producción tiene entre sus principales objetivos evitar las rupturas de stock; existen algunos métodos utilizados para llevarlos a cabo se determinan a continuación, según Paredes (Paredes, 2001) :

#### 3.5.1. Manufacturing resources planning (MRP)

Los procesos productivos desde la llegada de la materia prima hasta la venta del producto terminado: por lo tanto, se centra en la racionalización de los pedidos y su relación de stock óptimo (Roldán, 2017, p. 1).

#### 3.5.2. Economic Order Quality (EOQ)

Método matemático para calcular el tiempo y la cantidad de pedido al proveedor (Diego Betancourt, 2017, p. 2).

### **3.5.3. Materials Requirement Planning (MRP)**

Método de gestión de inventarios que tiene en cuenta la demanda para programar los pedidos de forma eficiente(Cabello, 2020, p. 1).

### **3.5.4. Just in Time (JIT)**

Se trata de pedir lo que hace falta y en el momento que hace falta: su principal inconveniente es la gestión de un elevado volumen de datos para lograr la eficiencia.

***;Felicitaciones!***

***Ha concluido el estudio de esta unidad.***



### **Actividades de aprendizaje recomendadas**

Para reforzar los temas relacionados con la producción y la planificación estratégica dentro de una organización afín a los agronegocios le invito a responder las siguientes preguntas para profundizar lo aprendido:

1. ¿Cuáles son los grupos en los que se clasifican los recursos para los Agronegocios?
2. ¿De qué se trata las funciones de Administración de Agronegocios?
3. ¿A qué se refiere la Planificación Estratégica?
4. ¿Cómo se compone las etapas del Plan Estratégico?
5. ¿De qué se trata "Just in time"?

*Nota:* conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

### **Retroalimentación:**

1. **¿Cuáles son los grupos en los que se clasifican los recursos para los Agronegocios?**

Los recursos para los agronegocios, se encuentran combinados e interrelacionados, y se clasifican en cuatro grupos: Naturales, humanos, capital y conocimiento.

## **2. ¿De qué se trata las funciones de Administración de Agronegocios?**

Las funciones básicas que debe desarrollar el administrador dentro de la empresa son: Planificación, Organización, Dirección y Control

## **3. ¿A qué se refiere la Planificación Estratégica?**

La Planeación Estratégica es una herramienta de gestión de los agronegocios que permite establecer el quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. En este sentido, es una herramienta fundamental para la toma de decisiones al interior de cualquier organización.

## **4. ¿Cómo se compone las etapas del Plan Estratégico?**

Las etapas se componen de: Análisis Interno, Análisis externo, Acciones estratégicas y objetivos.

## **5. ¿De qué se trata “Just in time”?**

Se trata de pedir lo que hace falta y en el momento que hace falta: su principal inconveniente es la gestión de un elevado volumen de datos para lograr la eficiencia.



## Autoevaluación 3

Al avanzar con el estudio, estimados estudiantes, es importante evaluar sus conocimientos en los temas de esta unidad. Encierre el literal de la respuesta correcta.

1. Los recursos para los Agronegocios se clasifican en:
  - a. Naturales, Humanos, Tierra, Capital.
  - b. Naturales, Humanos, Capital, Conocimiento.
  - c. Capital, Naturales, Agua, Conocimiento.
2. Las funciones que debe desarrollar el administrador dentro de la empresa son:
  - a. Planificación, Organización, Dirección y Control.
  - b. Planificación, Administración, Control y Dirección.
  - c. Administración, Planificación, Organización y Control.
3. La función de dirección es:
  - a. Habilidad de influir para que las otras personas no realicen las tareas para poder cumplir con los objetivos planteados.
  - b. Habilidad de influir para que las otras personas realicen las tareas para poder cumplir con los objetivos planteados.
  - c. Habilidad de influir para que las otras personas realicen las tareas para poder no cumplir con los objetivos planteados.

4. Escoja el enunciado correcto:
- a. La Planificación estratégica se refiera como un proceso de orientación y coordinación de un conjunto de actividades para alcanzar una meta determinada evaluando donde se encuentra y hacia dónde va.
  - b. La Planificación estratégica se refiera como un proceso de orientación y coordinación de un conjunto de actividades para no alcanzar una meta determinada evaluando donde se encuentra y hacia dónde va.
  - c. La Planificación estratégica se refiera como un proceso de orientación y coordinación de un conjunto de actividades para alcanzar una meta determinada evaluando a los empleados y hacia dónde va.
5. Los tipos de planes Estratégicos son:
- a. Plan Tecnológico y Plan Ambiental.
  - b. Plan Social y Plan Operacional.
  - c. Plan Estratégicos y Plan Operacionales.
6. El Análisis Interno es:
- a. Evalúa riesgos y ventajas de los cambios del entorno.
  - b. Aquellos que determinan los problemas de la organización y sus variables de alto potencial.
  - c. Supone atacar los problemas internos, atenuar los riesgos y aprovechar las ventajas de entorno.
7. La planificación de la producción toma en cuenta:
- a. Materiales disponibles, número de trabajadores y capacidad de producción máquinas y empleados.
  - b. Materiales disponibles, Entorno interno y Capacidad de producción máquinas y empleados.
  - c. Dirección empresarial, Numero de trabajadores y Capacidad de producción máquinas y empleados.

8. De los siguientes enunciados cual es método para la planificación de producción:
  - a. Administración financiera.
  - b. Manufacturing resourcing planning (MRP).
  - c. Dirección Empresarial.
9. El método Economic Order Quality se trata de:
  - a. Procesos productivos desde la llegada de la materia prima hasta la venta del producto.
  - b. Método de gestión de inventarios que tiene en cuenta la demanda para programar los pedidos de forma eficiente.
  - c. Método matemático para calcular el tiempo y la cantidad de pedido al proveedor.
10. El método Just in Time se trata de:
  - a. Pedir lo que hace falta en el momento que hace falta.
  - b. Método matemático para calcular el tiempo y la cantidad de pedido al proveedor.
  - c. Método de gestión de inventarios que tiene en cuenta la demanda para programar los pedidos de forma eficiente.

Compruebe las respuestas en el solucionario.

[Ir al solucionario](#)

En el caso que no acierte en las respuestas, por favor revise los contenidos.

***;Felicitaciones a quienes respondieron correctamente a todos los enunciados, y en caso contrario seguir intentándolo!***



Estimados estudiantes luego de revisar algunos temas de Agronegocios es hora de revisar los temas relacionados con la parte financiera de Agronegocios, en especial aquella parte contable en la que se debe manejar con mucho cuidado, y prestando toda la atención posible, pues tener experticia en estos les permitirá manejar de la mejor forma su negocio de forma real y proyectar una economía predicadera.

De la misma manera que en los capítulos anteriores, les facilitó el texto complementario para esta Unidad de los autores mexicanos Guajardo y Andrade [Contabilidad Financiera](#) (2005) y también los aparatos se encuentran citados para mayor facilidad de consulta en bibliografía general.

### **Unidad 4. Contabilidad de agronegocios**

---

La información financiera es muy importante para la toma de decisiones, permite conocer acerca de la marcha de los negocios relacionados con los costos, ingresos, utilidad a algunas otras variables para la toma de decisiones de la empresa (Guajardo & Andrade, 2018).

#### **4.1. Estados financieros**

Por definición técnica los estados financieros son cuentas anuales que reflejan la contabilidad de una empresa mostrando su estructura económica y plasmando las actividades económicas que se realizan durante un determinado periodo (Guajardo & Andrade, 2018, p. 15).

##### **4.1.1. Balance de situación**

Documento en que se informa acerca de la situación de la empresa (figura 7), se muestran las siguientes cuentas:

- Activos: dinero en efectivo, dinero en bancos y bienes.
- Pasivos: Deudas de la empresa con bancos, proveedores y otras entidades financieras.

- Patrimonio: Aportaciones realizadas por los socios y beneficios generados por la empresa.

**Figura 7.**  
*Balance de Situación.*



*Nota.* Tomado de Guajardo & Andrade (Guajardo & Andrade, 2018)

a. *Los Activos no corrientes:*

Se consideran elementos destinados a servir de forma duradera en las actividades de la empresa, se incluye las inversiones financieras (Alcarria, 2008).

▪ Ejemplos de activos no corrientes:

- Terrenos
- Construcciones
- Instalaciones
- Maquinaria
- Mobiliario
- Equipos para procesos de comunicación
- Propiedad Intelectual
- Entre otros

b. *Los Activos Corrientes:*

Se esperan vender o consumir en el ciclo normal (menor a un año)(Alcarria, 2008).

- Ejemplos de activos corrientes:
  - Mercadería
  - Cuentas por cobrar a clientes
  - Caja
  - Bancos, cuentas corrientes
  - Entre otros

c. *Los pasivos no corrientes:*

Obligaciones de la empresa con vencimiento superior a un año (Alcarria, 2008).

- Ejemplos de pasivos no corrientes:
  - Deudas a largo plazo
  - Deudas con entidades de crédito
  - Intereses por pagar a largo plazo
  - Entre otros

d. *Los Pasivos Corrientes:*

Aquellos que se espera liquidar en su ciclo normal (menor a un año) (Alcarria, 2008).

- Ejemplos de pasivos corrientes:
  - Deudas a corto plazo
  - Intereses por pagar
  - Entre otros

#### 4.1.2. Estado de Resultados:

Según Alcarria (Alcarria, 2008), muestra la información de las operaciones de un periodo en el que se detallan: ingresos, gastos, utilidad o pérdida neta durante un periodo. La forma de estado de resultados de una empresa se presenta de la tabla 4:

#### **Tabla 4.**

*Cuentas del Estado de resultados.*

Ventas
Costo de Ventas (-)
Utilidad bruta en ventas (=)
Gastos de operación (-)
Gastos en ventas (-)
Gastos de administración (-)
Utilidad de operación (=)
Otros ingresos (+)
Otros gastos (-)
Utilidad antes de impuesto a la renta (=)
Impuesto a la renta (-)
Utilidad/ Pérdida del ejercicio (=)

*Nota.* Tomado de (Guajardo & Andrade, 2018, p. 51).

En modo general el Estado de Resultados resume los resultados de las operaciones de la compañía por un determinado periodo. Los resultados que se obtienen sirven para determinar si se ganó o perdió durante el desarrollo del mismo (Guajardo & Andrade, 2018, p. 51).

Sin embargo, estos estados por sí solos no podrían dar suficiente información de la empresa, por lo que existe la herramienta de análisis financiero, a continuación, se desarrolla el tema.

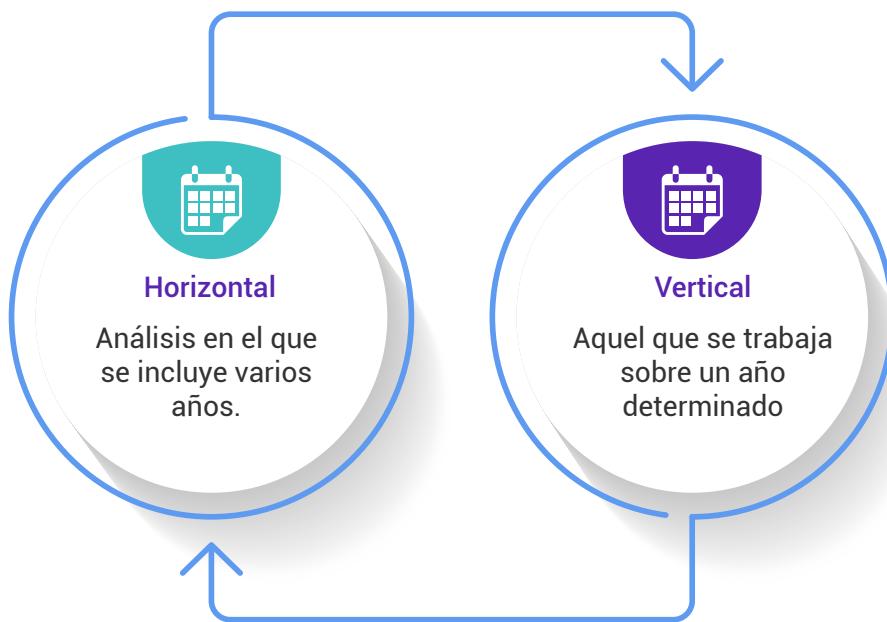
#### **4.2. Análisis Financiero**

El Análisis Financiero es un proceso que permite evaluar la posición financiera y los resultados de la operación presentes y pasados de una empresa para poder realizar las mejores estimaciones y predicciones acerca de su operación y desempeño del futuro.

El Análisis financiero se destacan dos elementos:

- Análisis
- interpretación

**Figura 8.**  
*El Análisis horizontal y vertical*



Nota. Tomado de Guajardo & Andrade (Contabilidad Financiera, 2018)

El autor Martínez (2020) indica que son herramientas sencillas como son el Análisis Horizontal y el Análisis Vertical que pretenden analizar tanto la variación en porcentaje producida en una cuenta de un año a otro, así como su peso dentro de la masa patrimonial a la que pertenece. Aunque se consideran las herramientas más básicas del análisis financiero del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias, permiten detectar tendencias y ver si la composición económica, la financiera y los resultados de la empresa son adecuados y si su variación va o no por buen camino (Gómez, 2011, p. 1).

Es un procedimiento que consiste en comparar estados financieros homogéneos en dos o más períodos consecutivos, para determinar los aumentos y disminuciones o variaciones de las cuentas, de un periodo a otro. Este análisis es de gran importancia para la empresa, porque mediante él se informa si los cambios en las actividades y si los resultados han sido positivos o negativos; también permite definir cuáles merecen mayor atención por ser cambios significativos en la marcha.

El análisis vertical, como se observa en la figura 9, pretende expresar la participación de cada una de las cuentas de los estados financieros (balance y pérdidas y ganancias) como un porcentaje (Martínez, 2020, p. 1).

Para el análisis financiero implica cinco requisitos:

1. Conocimientos de contabilidad: se debe tener conocimiento sobre los estados financieros y los conceptos de cada una de las partidas que las integran.
2. Conocimientos de la empresa: conocer los datos relacionados con la situación financiera y los resultados de operación, aquellos que no se encuentran detallados en los estados financieros.
3. Conocimientos de la industria: conocer acerca de la industria a la que pertenece la empresa.
4. Orden de trabajo: debe seleccionar un orden determinado para su trabajo dependiendo de sus gustos y preferencias del analista ya que no exista un orden específico para realizar el análisis.
5. Criterio Profesional: el resultado final depende del criterio profesional del analista financiero, constituyen un punto de referencia para la integración y evaluación de la información proporcionada por el análisis.

## Interpretación

### Razones de solvencia a corto plazo

**Razón circulante:** es la medida que se usa con mayor frecuencia para determinar solvencia a corto plazo.

#### Ecuación 1

$$Razon\ Circulante = \frac{Activo\ Circulante}{Pasivo\ Circulante}$$

**Interpretación:** la empresa muestra una tendencia creciente/ decreciente la cual se resalta en año XX, esto puede ser una señal de uso ineficiente/ eficiente del activo circulante.

**Razón rápida:** es importante cuando se trata de evaluar la capacidad de la empresa para liquidar las obligaciones a corto plazo.

#### Ecuación 2

$$Razon\ rápida = \frac{Activo\ Circulante - Inventario}{Pasivo\ Circulante}$$

**Interpretación:** si el valor es mayor que 1, la empresa no tiene ningún problema para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. En el caso que el valor sea inferior a 1 indica que tiene problemas para afrontar sus responsabilidades a corto plazo.

**Razón de efectivo:** esta razón mide qué tanto efectivo se tiene disponible para el pago de los compromisos de corto plazo.

#### Ecuación 3

$$Razon\ de\ efectivo = \frac{Efectivo}{Pasivo\ Circulante}$$

**Interpretación:** si el valor es mayor a 1, la empresa cuenta con efectivo para cubrir con sus deudas quedando un excedente. Si en valor es inferior a 1 los requerimientos de corto plazo son mayores a recursos líquidos, por lo tanto, no hay suficientes fondos para cancelar las obligaciones de la empresa.

### Razones de solvencia a Largo plazo

**Razón de la deuda total:** indica la proporción en la que el total de los recursos existentes en la empresa han sido financiados por personas ajenas a la entidad, los acreedores de la misma.

#### Ecuación 4

$$Razon\ de\ la\ deuda\ total = \frac{Deuda}{Pasivo\ Circulante}$$

**Interpretación:** Si el valor es muy alto la empresa corre el riesgo de no poder pagar las deudas y tener que enfrentarse a una posible insolvencia; en el caso que el valor sea demasiado bajo puede indicar que la empresa año inyecta dinero ajeno y puede tener problemas de competitividad.

## Razones de Rentabilidad

**Margen de utilidad:** indica el porcentaje de margen que tiene la empresa por cada dólar vendido.

### Ecuación 5

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ingresos Totales}}$$

**Interpretación:** La cifra porcentual representa la parte de los ingresos que la compañía puede mantener como beneficio.

**Rendimiento sobre los activos:** se utiliza para evaluar la administración e indica el porcentaje de utilidad por cada dólar invertido en activos.

### Ecuación 6

$$ROA = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activos}}$$

**Interpretación:** por cada unidad monetaria invertida en los activos de la empresa se obtiene un retorno de (valor obtenido de la fórmula).

## 4.3. Ejercicio Práctico

Se presentan los Estados Financieros de la empresa XY de los años 2019 y 2020, para realizar el análisis financiero.

### Ejercicio Práctico Balance General: Estados Financieros XY

Activo	2019	2020
<b>Activo Corriente</b>		
Bancos	\$ 194.196,00	\$ 191.303,00
Cuentas por cobrar	\$ 741.289,00	\$ 809.514,00
Inventario de mercadería	\$ 1.452.419,00	\$ 1.347.423,00
Otros activos corrientes	\$ 61.156,00	\$ 50.669,00
<b>Total, activos corrientes</b>	<b>\$ 2.449.060,00</b>	<b>\$ 2.398.909,00</b>
 <b>Activo no Corriente</b>		
Inmuebles y equipos	\$ 1.745.231,00	\$ 1.681.418,00

<b>Amortizaciones</b>	\$ 936.425,00	\$ 862.705,00
<b>Inversiones a largo plazo</b>	\$ 69.263,00	
<b>Otros activos no corrientes</b>	\$ 224.215,00	\$ 224.726,00
<b>Total, Activo no Corriente</b>	\$ 1.102.284,00	\$ 1.043.439,00
 <b>Total, Activos</b>	 \$ 3.551.344,00	 \$ 3.442.348,00
 <b>Pasivo</b>		
<b>Pasivo Corriente</b>		
<b>Cuentas por pagar</b>	\$ 490.174,00	\$ 389.630,00
<b>Proveedores</b>	\$ 162.215,00	\$ 149.501,00
<b>Impuestos por para</b>	\$ 39.566,00	\$ 139.295,00
<b>Otros Pasivos corrientes</b>	\$ 208.675,00	\$ 179.546,00
<b>Total, Pasivo Corriente</b>	\$ 900.630,00	\$ 857.972,00
 <b>Pasivo No Corriente</b>		
<b>Deudas Largo Plazo</b>	\$ 689.380,00	\$ 684.656,00
 <b>Total, Pasivos</b>	 \$ 1.590.010,00	 \$ 1.542.628,00
 <b>Patrimonio</b>		
<b>Capital de accionistas</b>	\$ 459.921,00	\$ 459.917,00
<b>Capital Adicional</b>	\$ 394.708,00	\$ 394.600,00
<b>Resultados no asignados</b>	\$ 1.106.705,00	\$ 1.045.203,00
<b>Total, Patrimonio</b>	\$ 1.961.334,00	\$ 1.899.720,00
 <b>Total, Pasivo + Patrimonio neto</b>	 \$ 3.551.344,00	 \$ 3.442.348,00

*Ejercicio Práctico Estado de Resultados: Estado de Resultados "XY"*

	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Ventas</b>	\$4.363.670,00	\$4.066.930,00
<b>Costo de ventas</b>	\$2.929.287,00	\$2.732.202,00
<b>Utilidad Bruta</b>	\$1.434.383,00	\$1.334.728,00
<b>Gastos</b>	\$875.842,00	\$794.491,00
<b>Amortizaciones</b>	\$121.868,00	\$124.578,00
<b>Utilidad de la operación</b>	\$436.673,00	\$415.659,00
<b>Otros ingresos</b>		
<b>Otros gastos</b>	\$93.196,00	\$76.245,00
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	\$343.477,00	\$339.414,00
<b>Impuestos</b>	\$120.920,10	\$119.497,70
<b>Dividendos</b>	\$156.249,00	\$142.574,00
<b>Utilidad/Pérdida</b>	\$66.307,90	\$77.342,30

#### 4.3.1. Razones de Solvencia a corto plazo

##### Ecuación 7

$$\text{Razón Circulante} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Razón Circulante} = \frac{2.449.060}{900.630} = 2,72$$

Lo que quiere decir que el activo corriente es 2,72 veces más grande que el pasivo corriente; que por cada dólar la empresa cuenta 2,72 para solventar dicha deuda. Cuando mayor sea el valor de esta razón mayor será la capacidad de la empresa para pagar sus deudas.

##### Ecuación 8

$$\text{Razón rápida} = \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Razón rápida} = \frac{2.449.06 - 1.452.419}{900.63} = 1,11$$

Lo que quiere decir que el respaldo del activo corriente en relación con el pasivo corriente es de 1,11 veces.

##### Ecuación 9

$$\text{Razón de efectivo} = \frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Razón de efectivo} = \frac{194.196}{900.63} \times 100 = 21,56\%$$

Se cuenta con el 21,56% de liquidez de la empresa para operar sin tomar en cuenta las ventas.

#### 4.3.2. Razones de solvencia a Largo plazo

Ecuación 10

$$\text{Razón de la deuda total} = \frac{\text{Deuda}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Razón de la deuda total} = \frac{689.380}{900.63} = 0,76$$

#### 4.3.3. Razones de Rentabilidad

Ecuación 11

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ingresos Totales}}$$

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{436.673}{4.363.670} \times 100 = 10,0\%$$

#### 4.3.4. La empresa genera una utilidad de 10,00%

Ecuación 12

$$ROA = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activos}}$$

$$ROA = \frac{436.673}{3.551.344} \times 100 = 12,30\%$$

La empresa genera una utilidad de 12,30% por cada dólar invertido en sus activos.



#### Actividad de aprendizaje recomendada

Luego de revisar los conceptos acerca de los estados financieros, estimado estudiante lo invito a que realice un cuadro comparativo acerca de los estados financieros para comprender mejor los conceptos de los estados.



## Semana 8

---

### Periodo vacacional

Estimados estudiantes, como un proceso de aprendizaje, les propongo que proyecten sus conocimientos hasta el momento obtenidos, y adentrarse mediante este el siguiente material, sobre la importancia de actividad financiera y la administración en la agroindustria, este es "[Registros en una Producción Agrícola](#)" de Ángel (2018).

Le invito a reforzar sus conocimientos, participando en la siguiente autoevaluación:



## Autoevaluación 4

Es hora de aplicar todo el aprendizaje de la presente unidad por lo tanto vamos a examinar los conocimientos aprendidos. Seleccione la respuesta correcta:

1. Los estados financieros son:
  - a. Una estructura económica durante un periodo determinado.
  - b. Cuentas anuales que reflejan la contabilidad de una empresa mostrando su estructura económica durante un periodo determinado.
  - c. Cuentas trimestrales que reflejan el balance de una firma mostrando su estructura económica durante un periodo concluyente.
  - d. Ninguna.
2. Los activos son:
  - a. Deudas de empresa con bancos, proveedores y otras entidades financieras.
  - b. Ahorros de empresa con cooperativa de crédito, provisores y otras entidades prestamistas.
  - c. Otras entidades de resguardo para la compañía.
  - d. Ninguno.
3. Patrimonio son:
  - a. Prestamos realizadas por los socios y beneficios generados por la empresa.
  - b. Contribuciones realizadas por los sindicados y donaciones formados por la compañía.
  - c. Aportaciones realizadas por los socios y beneficios generados por la empresa.
  - d. Ninguna.

4. Los activos se clasifican en
- Corrientes y No Corrientes.
  - Extraordinario y no extraordinario.
  - Notable y no notable.
  - Ninguna.
5. Los pasivos corrientes no corrientes son:
- Necesidades de la compañía con términos primeros a tres años.
  - Compromisos de la sociedad con conclusiones procedentes a un año.
  - Obligaciones de la empresa con vencimientos superiores a un año.
  - Necesidades de la empresa con vencimientos superiores a un año.
6. El Estado de Resultados es:
- La situación de la empresa, muestra las cuentas de Activos, Pasivo y Patrimonio.
  - Ninguna
  - Un documento que informa acerca de la situación de la empresa.
  - Un documento que informa acerca de la situación de la empresa, muestra las cuentas de Activos, Pasivo y Patrimonio
7. El Análisis Financiero es
- El resultado de la operación presente y pasada de una empresa.
  - Un proceso que permite evaluar la posición financiera y los resultados.
  - Operación presente y pasada de una empresa para poder realizar las estimaciones y predicciones de la operación.
  - Todas.
8. EL Análisis puede llevarse de tres formas:
- Plano, erguido y en alto.
  - Horizontal, vertical y hacia arriba.
  - Recto, erguido y por encima.
  - Todas.
  - Ninguna.

9. La razón circulante es:

- a. El pago de los compromisos corto plazo.
- b. El efectivo que tiene disponible para el pago.
- c. La razón que mide el efectivo que tiene disponible.
- d. Todas.
- e. Ninguna.

10. El margen de utilidad se utiliza para:

- a. Evaluar la administración e indica el porcentaje de utilidad.
- b. Indicar el porcentaje de utilidad por cada dólar invertido en activos.
- c. Evaluar la administración e indica el porcentaje de utilidad por cada dólar invertido en activos.
- d. Todas.
- e. Ninguna.

Compruebe las respuestas en el solucionario.

[Ir al solucionario](#)

En el caso que no acierte en las respuestas, por favor revise los contenidos.

***¡Excelente!, ha finalizado.***



## Actividades finales del bimestre

Estimados estudiantes, hemos culminado el primer bimestre de la materia, es muy importante repasar los contenidos adquiridos, por lo que lo invito a responder las siguientes preguntas:

### Cuestionario Primer Bimestre

El presente cuestionario expone interrogantes sobre temas tratados en la guía, le invito a que la estudie y revise antes de responder. ¡Gracias!

1. Las necesidades alimentarias mundiales están cubiertas por la actividad de pequeños productores. Se considera dos fases: (Describa las fases)
2. La teoría empresarial analiza las consecuencias de su manejo y sus resultados, cuando se persiguen objetivos distintos a los de maximización de ingreso. ¿Por lo tanto, una empresa tiene tres objetivos de los Agronegocios? ¿Cuáles son?:
3. Existen fuerzas que están fuera del negocio y por tanto del control del administrador que pueden afectar el comportamiento y resultado de la empresa. Mencione los factores en el entorno de los Agronegocios.
4. La administración de la agricultura, son la base de la producción de alimentos en cualquier país: Describa las funciones de la administración:
5. La planificación estratégica se encuentra bien estructurada puede ayudar para el éxito empresarial, resulta ser la guía para el gerente y sus empleados. Describa la diferencia de la administración entre planes estratégicos y planes operacionales:
6. La información financiera es muy importante para la toma de decisiones, permite conocer acerca de la marcha de los negocios ¿Qué es Balance de Situación?
7. ¿Cuáles son los elementos de análisis financiero?
8. Detalle las fórmulas de Razones de Solvencia a Corto Plazo.

9. Describa las fórmulas de Rentabilidad.
10. Estimados estudiantes de acuerdo al ejercicio planteado en el capítulo cuatro repasen las razones financieras calculadas y las fórmulas detalladas.

*Nota:* conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

**Retroalimentación:**

1. Las necesidades alimentarias mundiales están cubiertas por la actividad de pequeños productores. Se considera dos fases: (Describa las fases)
  - La fase agrícola: referente a la producción agropecuaria.
  - La fase industrial: que engloba las actividades de transformación.
2. La teoría empresarial analiza las consecuencias de su manejo y sus resultados, cuando se persiguen objetivos distintos a los de maximización de ingreso. ¿Por lo tanto, una empresa tiene tres objetivos de los Agronegocios? ¿Cuáles son?:
  - a. Maximización de los beneficios y minimización del riesgo.
  - b. Preservar su situación y en lo posible creer a través del uso de sus propios beneficios.
  - c. Servir a la sociedad en la que se desenvuelve, es decir satisfacer las necesidades de los clientes, hacer tratos justos con los proveedores y pagar impuestos.
3. Existen fuerzas que están fuera del negocio y por tanto del control del administrador que pueden afectar el comportamiento y resultado de la empresa. Mencione los factores en el entorno de los Agronegocios.  
Los factores son: físico o biológico, económico, social, institucional, tecnológico y educacional.
4. La administración de la agricultura, son la base de la producción de alimentos en cualquier país: Describa las funciones de la administración:

Las funciones de la administración son: Planificación, Organización, Dirección y Control.

5. La planificación estratégica se encuentra bien estructurada puede ayudar para el éxito empresarial, resulta ser la guía para el gerente y sus empleados. Describa la diferencia de la administración entre planes estratégicos y planes operacionales:
  - Los planes Estratégicos: son aquellas que establecen o formulan objetivos para toda organización se toma en cuenta en un periodo extenso de tiempo.
  - Los planes operacionales: especifican los detalles de cómo se alcanzan los objetivos generales definidos por la planeación estratégica.
6. La información financiera es muy importante para la toma de decisiones, permite conocer acerca de la marcha de los negocios ¿Qué es Balance de Situación?

Documento en que se informa acerca de la situación de la empresa y se muestran las cuentas de: Activos, Pasivos y Patrimonio.
7. ¿Cuáles son los elementos de análisis financiero?

Se destacan dos elementos: Análisis e Interpretación.
8. Detalle las fórmulas de Razones de Solvencia a Corto Plazo.

$$\text{Razón Circulante} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Razón rápida} = \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Razón de efectivo} = \frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

9. Describa las fórmulas de Rentabilidad.

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ingresos Totales}}$$

$$ROA = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activos}}$$

Estimados estudiantes de acuerdo al ejercicio planteado en el capítulo cuatro repasen las razones financieras calculadas y las fórmulas detalladas.

***¡Muchos éxitos en este y el resto de exámenes!***



## Segundo bimestre

**Resultado de aprendizaje 2** ▪ Conoce los canales de transporte y distribución propios de los agronegocios.

Durante el segundo bimestre, se analizarán los temas concernientes con marketing y modelo de Agronegocios; en los que se considerarán temas relacionados con los canales de transporte y distribución en lo relacionado con los Agronegocios, para lo que se utilizará el texto complementario de Larrazabal (2017) Sobre [El Agromarketing](#).

### Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



#### Semana 9

Estimado estudiante, a partir de este momento daremos inicio al estudio de los contenidos correspondientes al segundo bimestre, le recomendamos continuar con una alta motivación, interés y ánimo, para que pueda finalizar y alcanzar los objetivos propuestos: adquirir conocimientos y aprobar esta asignatura con éxito.

#### Unidad 5. Marketing en el Agronegocio

Dentro de las empresas relacionadas con el Agro es importante tomar en cuenta el Agromarketing ya que tiene como finalidad potenciar el negocio y mejorar las ventas; la información se detalla en el siguiente enlace de Larrazabal (2017) sobre [El Agromarketing](#).

#### 5.1. Agromarketing

En la actualidad las empresas agroindustriales, ingenieros agrónomos, veterinarios, vendedores, equipos de venta como agricultores y productores agropecuarios se mueven de forma más rápida porque actualmente se maneja por dispositivos móviles.

El Agromarketing es la columna vertebral de cualquier agronegocio, en la época actual, es importante tener en cuenta que el mensaje debe definir la estrategia del contenido que se llevará a cabo, estilo de comunicación que se tiene que expresar y monitorizar la ejecución del calendario de contenido (Larrazabal, 2017, p. 1)

Por lo tanto, se concibe como Agromarketing, la rama de Marketing Digital que se encarga y especializa en los hábitos de consumo de agro y pecuaria, abarcando los temas de agricultura y, no solo enfocándose en el área de agronegocios y sus diferentes nichos de mercado, sino esto hace alcanzar mejores resultados (Larrazabal, 2017).

## 5.2. Mercados Agropecuarios

Se entiende como lugar de encuentro entre oferta y demanda donde puede ocurrir un intercambio entre compradores y vendedores donde se logra la formación del precio luego de un intercambio de bienes o servicios.

Para la selección de mercado agropecuarios es necesario plantear mediante los siguientes criterios (tabla 5):

**Tabla 5.**

*Criterios del mercado agropecuario.*

- 
- Selección de cultivos de mayor área cultivada y producción obtenida.
  - En ganadería bovina se considera las especies, pastos y la carga aplicada en cada una de ellas.
- 

*Nota.* Tomado de Saravia (Comercialización y Mercados Agropecuarios, 2009, pág. 1).

En los procesos económicos se distinguen tres etapas: la producción, la distribución y el consumo, que se desarrollan de forma sucesiva con una interrelación entre ellas y una estrecha vinculación entre las dos primeras. Por lo tanto, el mercadeo agropecuario es una combinación de actividades en el que el propósito es permitir que los productos lleguen al consumidor final en forma conveniente en el momento y lugar oportuno y que tienen que ver con el acopio, adecuación, la distribución y la venta de producción agropecuaria (Saravia, 2009, pág. 4).



## Actividad de aprendizaje recomendada

Estimado estudiante para reforzar los temas revisados lo invito a que lea el [Recurso Educativo de Aprendizaje "El Agromarketing está Online"](#), de (Larrazabal, 2017) y subrayar las ideas principales del texto.

- Lea, analice los conceptos de marketing de Agronegocios e investigue un caso en el que una empresa aplique Agromarketing. Ya que de esta manera se podrá tener un mejor entendimiento con la aplicación de los conceptos y el manejo de negocio desde el punto de vista de marketing.



## Semana 10

---

Estimado estudiante, continuando con el tema de Agromarketing es importante conocer la diferencia entre la oferta y la demanda por lo que a continuación se explican los temas antes mencionados.

### 5.3. Demanda Agropecuaria

La demanda de un bien depende de varios factores que se detallan a continuación:

1. El precio del bien: la relación que existe entre el precio de un bien y las cantidades que los consumidores están dispuestos a adquirir es inversa lo que significa que ante un aumento de precio disminuirán su compra y ante una disminución del precio aumentarán su compra. Es importante en este tema tomar en cuenta la elasticidad en la que se mide la forma con la que los consumidores responden ante una variación de precios. Tomando en cuenta el concepto de elasticidad se dice que la demanda es:
  - **Elástica:** cuando a una variación el precio responde en forma más que proporcional el coeficiente es mayor que uno; este tipo de demanda es de bienes de lujo.

- **Inelástica:** cuando una variación de precio es menos que proporcional de la cantidad demandada, el coeficiente es menor que uno; este tipo de demanda es de los bienes de primera necesidad.
2. El ingreso del consumidor: para un gran número de productos es posible suponer que manteniendo constantes de más variables la cantidad demanda por un consumidor será mayor cuando mayor sea el ingreso. Se debe distinguir dos tipos:
- **Elásticas:** donde ante un aumento del ingreso al consumo aumenta en forma más que proporcional lo que corresponde a bienes suntuarios aquellos que satisfacen necesidades secundarias.
  - **Inelástica:** donde ante un aumento del ingreso de consumo aumenta en forma menos que proporcional lo que se da en bienes de primera necesidad.
3. El precio de bienes sustitutivos o complementarios: cuando dos bienes son sustitutivos el aumento de precio de uno de ellos producirá una baja en la cantidad demandada, por tal motivo se habla de elasticidad cruzada de la demanda de dos bienes sustitutos es positiva y cuando los bienes son complementarios la elasticidad de precio es negativa ya que ante la baja del consumo de un bien se produce una baja del complementario.
4. Los gustos del consumidor: se toma en cuenta algunos puntos tales como: clima, edad de consumidor, costumbres y religión.

#### 5.4. Oferta Agropecuaria

La oferta presenta varios determinantes:

1. El precio del producto: una empresa estará dispuesta a ofrecer más cantidad de producto cuando mayor sea el precio.
2. Los costos de producción: esto puede modificarse por variaciones en los precios de insumos, por tecnología, y algunas mejoras en los costos de los bienes finales.

Existen otras características para tomar en cuenta:

- Localización: condiciona su oferta por temas de suelos, climas u otras condiciones ambientales, es muy importante tomar en cuenta el transporte y con esto las rutas primarias, secundarias y terciarias.
- La Estacionalidad: durante el año existen determinadas épocas en las que se genera una gran concentración de la oferta (Saravia, 2009, pág. 9),

Para de la oferta agropecuaria se requiere identificar los principales productos que se cultivan o producen en el territorio que se está analizando de los mismos que se dispone de información de los últimos cinco años que permita analizar a partir de las siguientes variables:

- *Para las especies agrícolas*: área cosechada y producción obtenida de la relación entre las dos variables se obtiene la productividad y rendimiento.
- *Para las especies pecuarias*: inventario ganadero, producción o cualquier otro indicador que permita dimensionar su importancia socioeconómica (Andrade, 2017).



### Actividad de aprendizaje recomendada

Una vez que realice la revisión de los contenidos de esta unidad, lo invitó a desarrollar cuadro comparativo para entender mejor los temas de la oferta y demanda agropecuaria; de esta manera establecer las diferencias entre los temas anteriormente detallados.

*Nota:* conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.



### Semana 11

---

Estimado estudiante actualmente, en los Agronegocios es muy importante el tema de social media en todos los ámbitos empresariales por lo que lo invito a revisar los siguientes temas:

## 5.5. Características que influyen en el Marketing Agropecuario

Las empresas agropecuarias poseen características especiales que pueden ser determinantes para la aplicación de marketing.

- Se producen productos poco diferenciados.
- Producen y comercializan productos en mercados de gran transparencia.

## 5.6. Social Media en el Agromarketing

Las redes sociales son un elemento personal y reservado casi únicamente al mercado particular y productores, agricultores o ganaderos que se sienten muy alejados de las plataformas virtuales.

Actualmente, las empresas buscan ser lo más transparente posible y para esto se van adaptando a los nuevos tiempos. Tanto las empresas B2B (Business to business, empresas que venden un producto o servicio a otra empresa) como las empresas B2C ( Business to consumer, empresas en las que se enfocan a los consumidores individuales) pueden impactar a sus clientes en las redes (Sánchez, 2015).

Utilizar las redes sociales para publicar contenido blog, ofertas, noticias del sector es una buena acción para situarse y mantenerse en el Top of Mind de los clientes. Depende de cada empresa conocer acerca de las peculiaridades de sus clientes y conocer dónde encontrarlo: Facebook, Linkedin, Twitter, entre otros.



### Actividad de aprendizaje recomendada

Una vez que se entendió el concepto de social media, lo invito a buscar un agronegocio que, maneje redes sociales como ejemplo de aplicación de social media en la actualidad, esta actividad le permitirá adentrarse con entramos reales, y cómo las TIC son la innovación más importante en todos lo relacionado con el Agromarketing



## Autoevaluación 5

En este momento, es hora de medir el nivel de aprendizaje, para ello es oportuno realizar la siguiente autoevaluación y conteste verdadero o falso según corresponde:

1. ( ) El Agromarketing es la columna vertebral de cualquier agronegocio, es importante tener en cuenta que en el mensaje se debe definir la estrategia de contenido que se lleva a cabo.
2. ( ) El Agromarketing se entiende como rama Marketing Digital que se encarga de la administración de fondos de caja de las empresas.
3. ( ) Para la selección de mercado Agropecuarios es necesario plantear con los siguientes criterios: productos agrícolas y productos pecuarios.
4. ( ) El precio de un bien es elástico cuando a una variación el precio responde en forma más que proporcional y el coeficiente es mayor que uno.
5. ( ) El precio de bienes sustitutos o complementarios se da cuando al aumento de precio de uno de ellos producirá una baja en la cantidad demandada.
6. ( ) Dentro de la oferta agropecuaria se analiza la variable para las especies agrícolas que se trata de inventario ganadero, producción o cualquier otro indicador que permita dimensionar su importancia socioeconómica.
7. ( ) Las empresas agropecuarias poseen estas características para la aplicación de marketing: se producen productos poco diferenciados y producen y comercializan productos en mercados de gran transparencia.

8. ( ) Las redes sociales son un elemento personal y reservado casi únicamente al mercado particular y productores.
9. ( ) En el ingreso del consumidor es inelástica cuando ante un aumento del ingreso al consumo aumenta en forma más que proporcional lo que corresponde a bienes suntuarios.
10. ( ) El mercado agropecuario es una combinación de actividades en el que el propósito es permitir que los productos lleguen al consumidor final en forma conveniente.

Ahora se puede verificar las respuestas con la clave que se incluye al final de la presente guía.

[Ir al solucionario](#)

***¡Excelente!, ha finalizado.***



## Unidad 6. Logística en el Agronegocio

Estimados estudiantes de acuerdo a la planificación para el segundo bimestre, se encuentran el tema con la distribución física y logística de los mercados por lo que, a continuación, revisaremos la parte teórica del tema antes mencionado y el texto sobre distribución de los productos de AIP (Faedis, 2016).

### 6.1. Distribución física y logística de mercados

La distribución física en los procesos de inicio y salida de los procesos y servicios se fundamentan en las buenas prácticas de logística empresarial, en las que una buena administración de la distribución física de las plantas facilita y acomoda la ubicación de los productos para los clientes (García, 2018).

La logística de distribución también conocida como logística de salida, es una etapa o fase de la cadena de suministro que se encarga de gestionar las actividades relacionadas con la distribución de productos hacia los compradores, incluyendo almacenaje y entrega (Faedis, 2016, p. 4).

Distribución es un término empleado en la producción y el comercio para describir la etapa de la cadena de abastecimiento, que se encarga de las actividades relacionadas con el movimiento de los productos terminados desde el final de la fabricación hasta el consumidor (Faedis, 2016, p. 4).

#### 6.1.1. Costos de distribución

Los costos varían dependiendo de los productos, el lugar y el tiempo. No es lo mismo distribuir productos perecederos o no perecederos, líquidos, sólidos, gaseosas, pequeñas o grandes. La mayoría de las empresas tratan de fijar su nivel de servicio al costo mínimo es decir diseñan estrategias tales como almacenamiento, el procesamiento de pedidos, transporte, manejo de inventarios y administración de materiales de la manera más eficiente para lograr que el producto llegue a sus consumidores a un precio accesible (García, 2018).

### **6.1.2. Beneficios de distribución**

La distribución, también debe ajustarse a las características del producto y del mercado. Para lograr que los productos lleguen a su destino, cliente o consumidor final, es necesario aplicar una estrategia que beneficie el transporte y el manejo de los productos (Faedis, 2016).

- Mejorar el servicio al cliente
- Reducir los costos de distribución
- Generar volúmenes adicionales de venta
- Crear utilidad de tiempo y lugar en la producción y consumo
- Estabilizar precios
- Determinar la selección de los canales de distribución
- Utilizar la administración de tráfico para asegurar costos bajos (García, 2018).

Los canales de distribución son una estructura conformada por las diferentes partes interesadas que intervienen en la cadena de suministro, es decir, fabricantes, intermediarios y consumidores (Faedis, 2016). Todo canal de distribución cumple unas tareas o funciones específicas indispensables para el ejercicio de intercambio



#### **Actividad de aprendizaje recomendada**

Una vez terminados los temas, realicen la revisión de los contenidos relacionados con el transporte y logística lea detenidamente el Recurso Educativo de Aprendizaje [Guia Logistica de Banco Interamericano de Desarrollo](#) (2015) Sección I y subraye las ideas principales, puesto que en la próxima evaluación se tomará en cuenta estos contenidos.



#### **Semana 13**

Estimados estudiantes siguiendo con nuestro estudio, revisamos el tema de gestión logística relacionado con los temas de transporte y canal de distribución de los productos continuaremos trabajando con el texto antes mencionado, además de las citas referencias que las podrán ubicar en la bibliografía.

## 6.2. Gestión Logística

La logística se encarga de la administración del flujo de materiales e información a lo largo del proceso de creación de valor: aprovisionamiento, producción y distribución. La logística permite a las empresas visualizar las actividades y enlaces para comercializar los productos y elevar su competitividad en los niveles nacional e internacional (García Regalado, 2018).

### 6.2.1. Funciones de los canales de distribución

entre las funciones de los canales de distribución, se encuentran:

- Reducción del número de transacciones y contratos
- Compra y venta
- Creación del surtido
- Almacenamiento
- Gestión de stocks
- Transporte
- Financiación
- Servicios a clientes (García Regalado, 2018).

### 6.2.2. Importancia de los canales de distribución

La importancia radica en el beneficio que se brinda a los consumidores relacionado con el ahorro al tiempo cuando hay que recorrer grandes distancias para satisfacer necesidades mediante un producto o servicio. Los canales de marketing y distribución son un detonante de las economías de escala, ayudan a todos los miembros del canal al crecimiento por conducto de financiamientos y generación de conocimientos (García Regalado, 2018).



#### Actividad de aprendizaje recomendada

Una vez terminados los temas, realicen la revisión de los contenidos relacionados con el transporte y logística lea detenidamente el Recurso Educativo de Aprendizaje [Guia Logistica de Banco Interamericano de Desarrollo](#) (2015) Sección I y subraye las ideas principales, puesto que en

la próxima evaluación se tomará en cuenta estos contenidos., y contesten satisfactoriamente la próxima evaluación.



## Semana 14

---

Estimados estudiantes vamos a revisar temas relacionados con la logística en el proceso agrícola, para que sea necesario leer en el siguiente texto complementario para su mejor entendimiento; (Hernández, 2021, p. 1). [La logística en la Agricultura](#).

### 6.3. Logística en el proceso de producción agrícola

El proceso de producción agrícola consiste en transformar fertilizante, luz solar, agua, y otros insumos en comida o en otros productos agrícolas de utilidad para la humanidad. En el proceso se siembra luego recibe los cuidados adecuados para el control de enfermedades podas y finalmente la cosecha.

#### 6.3.1. Logística en el acceso de insumos agrícolas

En este punto se debe asegurar la llegada de insumos en el momento adecuado ya que si se adquiere antes de ser requerido es mejor en términos de logística porque asegura el insumo, pero no es óptimo en el tema financieros, el tiempo que está ese insumo sin ser utilizado tiene un costo en términos de interés sobre el capital invertido.

Adicionalmente, mantener insumos almacenados produce nuevos problemas logísticos como la necesidad de un depósito de insumos más grandes y coordinar una logística de entrada y salida del almacén que no permita que los insumos se deterioren y se pierda su valor.

Por otro lado, las semillas y los agroquímicos tienen fechas de vencimiento y su uso fuera de la fecha de vencimiento puede producir problemas en la producción.

#### 6.3.2. Logística y la maquinaria agrícola

La maquinaria agrícola debe estar totalmente operativa al momento de ser requerida, por tal motivo el suelo debe estar ya preparado, y la maquinaria solo se puede detener para recargar la gasolina y cambiar el aceite.

Si el tractor se daña en esos días la consecuencia es que no se logra el área de siembra deseado y la semilla comprada puede perderse además del fertilizante contratado, sembrar fuera de esta fecha produce cosechas muy irregulares con menores probabilidades de dar una buena cosecha.

### 6.3.3. Logística y el flujo de caja

Para que se pueda cumplir con todos los compromisos en la logística de producción es necesario hacer previsiones de flujo de caja o fuentes de financiamiento, y así cumplir con el 100% de lo planificado y no perder el cultivo (Hernández, 2021, p. 1).



#### Actividad de aprendizaje recomendada

Además, como actividad complementaria los invito a ver el siguiente contenido audiovisual, referente a la gestión de Logística de los agronegocios, el mismo que fue publicado por El Universo en el ecuador en el año 2019, luego de las afectaciones que tuvieron por la COVID-19 como un proyecto que une a ["400 agricultores de Pichincha y Azuay para vender en línea"](#)

[Logística en el proceso de producción agrícola.](#)



## Autoevaluación 6

Ahora si es hora de medir el nivel de aprendizaje, para ello es oportuno realizar la siguiente autoevaluación y conteste verdadero o falso según corresponde:

1. ( ) La distribución física en los procesos de inicio y salida de los procesos y servicios se fundamentan en las buenas prácticas de logística empresarial
2. ( ) Los costos varían dependiendo de los productos, el lugar y el tiempo. No es lo mismo distribuir productos perecederos o no perecederos, líquidos, sólidos, gaseosas, pequeñas o grandes.
3. ( ) La logística no se encarga de la administración del flujo de materiales e información a lo largo del proceso a creación de valor: aprovisionamiento, producción y distribución.
4. ( ) Los beneficios de distribución son: Mejorar el servicio al cliente, Aumentar los costos de distribución, estabilizar precios; entre otros
5. ( ) La logística permite a las empresas visualizar las actividades y enlaces para comercializar los productos y elevar su competitividad en los niveles nacional e internacional
6. ( ) La importancia de los canales de distribución radica en el beneficio que se brinda a los consumidores relacionado con al ahorro al tiempo cuando hay que recorrer grandes distancias para satisfacer necesidades mediante un producto o servicio.
7. ( ) Los canales de marketing y distribución son un detonante de las economías de escala, ayudan a todos los miembros del canal al crecimiento por conducto de financiamientos y generación de conocimientos.

8. ( ) El proceso de producción agrícola consiste en transformar fertilizante, luz solar, agua, y otros insumos en comida o en otros productos agrícolas de utilidad para la humanidad.
9. ( ) Mantener insumos almacenados produce nuevos problemas logísticos como la necesidad de un nuevo crédito en una entidad financiera.
10. ( ) Para que se pueda cumplir con todos los compromisos en la logística de producción es necesario hacer previsiones de flujo de caja o fuentes de financiamiento para cumplir con el 100% de lo planificado y no perder el cultivo.

[Ir al solucionario](#)

## Resultado de aprendizaje 3

- Capacidad para plantear modelos de Agronegocios sustentables.

Durante el segundo bimestre, se analizarán los temas concernientes con marketing y modelo de Agronegocios; en los que se considerarán temas relacionados con modelo de agronegocio que se puede ampliar los conocimientos en el siguiente texto & Paolo-de-Salvo en su texto sobre "[el Análisis de Políticas Agropecuarias en Ecuador](#)" del año 2018.

### Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



#### Semana 15

Estimados estudiantes vamos a revisar la última unidad de la presente guía de esta manera, ustedes completan los contenidos propuestos en la malla curricular, y se pretende que sean una base, para la formulación de futuros agronegocios planeados desde sus autorías, gracias por continuar cultivando sus conocimientos; los invito a estudiar detenidamente el último tema de estudio, referente los modelos de agronegocios en el cual revisaremos publicaciones León y Yumbala [El agronegocio en el Ecuador: El caso del maíz](#) del caso PRONACA.

#### Unidad 7. Modelo en el Agronegocio

En la presente unidad 7, se abordarán temas del sector del agronegocio específicamente de ecuador, y como este ha ido desarrollándose por diferentes recursos idóneos del territorio, de la misma forma, se les otorga el texto guía para que amplíe los temas que se tratarán, los mismos que fueron expuestos por Egas, Shik, Inurritegui, & Paolo-de-Salvo en su texto sobre "[el Análisis de Políticas Agropecuarias en Ecuador](#)" del año 2018.

##### 7.1. Modelo de Agronegocio

De acuerdo con (Zartha-Sossa et al., 2019, p. 1) Son instrumentos conceptuales, técnicas y herramientas para desarrollar modelos de gestión

de la innovación en organizaciones e instituciones relacionadas con agronegocios y agroindustria, para lo cual se determinan 3 pasos para conocer el tipo de agronegocio que se tiene o pretende plantear:

#### 7.1.1. Diagnóstico

Entiende las necesidades de la organización, como del talento humano del que está conformado, además de los productos y servicios ideales para la comercialización, en esta base se determina: la locación, las condiciones ambientales, el clima, los recursos endógenos, entre otros (Ber, 2019, p. 1).

#### 7.1.2. Definir los objetivos

Es la parte más difícil de los gestores de los agronegocios, pues son ellos quienes ponen sus limitaciones en cuanto a lo que se plantea conseguir: por ejemplo, si son mono productores, o si aspiran a especializarse en más de un producto (Ber, 2019, p. 1).

### 7.2. Situación del sector Agropecuario en la economía ecuatoriana

Previo al boom petrolero de los 70s la agricultura fue uno de los sectores con gran participación en la economía, la importancia del sector agropecuario decayó de manera sostenida debido a la importancia adquirida por el sector petrolero y el de servicios en las últimas décadas y debido al crecimiento económico del país y siguiendo la tendencia de los otros países (Egas et al., 2018).

El sector agropecuario es muy importante para la economía del Ecuador considerando el aporte el 7,7% del Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador del año 2019; así como también que el 95% de los bienes alimenticios que se consumen internamente en el país según datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador (INEC, 2021).

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos el Ecuador posee 7,3 millones de hectáreas dedicadas a la agricultura de las cuales el 60% están ubicadas en las provincias Manabí, Guayas, Loja, Los Ríos y Esmeraldas (INEC, 2017).

Los Agricultores son muy necesarios para la población, pues son los que suministran cada día productos de calidad para una alimentación saludable y, por lo tanto, son fuente de ingreso de divisas para la economía

ecuatoriana; con su trabajo también generan fuentes de empleo en el sector rural con lo que contribuyen a reducir a la pobreza en el campo (MAGAP, 2019).

Los agricultores se encadenan a este modelo que se muestra como "única vía" para tener un poco de ingresos, terminan cediendo muchas veces a desfavorables relaciones de intercambio, entregando una creciente cantidad de sus cosechas para poder adquirir una misma cantidad de insumos y de servicios.

Para poder entender mejor acerca de la materia de Agronegocios a continuación se detalla un caso de modelo de Agronegocio en el Ecuador.

### 7.3. El caso de la cadena del maíz y la empresa PRONACA

Existen proveedores de servicios vinculados a la cadena de insumos agropecuarios, asistencia técnica, sector financiero, medio informáticos, transportadoras, supermercados, entre otros, es decir se trata de un modelo con diferentes actores en la producción de maíz hasta llegar al consumidor final, que se detallan a continuación en la figura 9.

**Figura 9.**  
*Canales de Comercialización*



Nota: tomado de León y Yumbala (X. León & Yumbla, 2010, p. 1).

En la agrocadena del maíz, los agricultores venden sus productos a los intermediarios o a empresas productoras de balanceados estas empresas se clasifican en:

- Las que adquieren maíz duro en el mercado interno o en el exterior para su procesamiento.
- Las que están ligadas a las industrias aceiteras que compran maíz duro para procesar y extraer torta y aceite.
- Plantas procesadoras vinculadas a grandes industrias avícolas integradas en forma vertical.
- Las mezcladoras de balanceados de los planteles avícolas medianos y pequeños.

Dentro de la fórmula para la elaboración de balanceados para la cría de animales el maíz representa el 61% de la materia prima, por lo que el requerimiento de maíz es de extrema importancia.

A continuación, se analizará los principales eslabones de la agrocadena de maíz:

### **7.3.1. Empresas proveedores de insumos:**

En el Ecuador el sector de la venta de insumos se destacan empresas como Agripac comercializadora de agroquímicos, en el sector de alimentos La Procesadora Nacional de Alimentos C.A PRONACA y en el sector comercial Supermercados La Favorita, El Rosado y Tiendas Tía Industriales (BID, 2018).

- Los principales insumos que las empresas ofertan a los agricultores son: semillas, fertilizantes y agrotóxicos.
- En el caso de las semillas en el Ecuador las empresas importadoras son: AGRIPAC, Ecuaquimica e India.
- Las semillas anteriormente detalladas vienen acompañadas de agrotóxicos (herbicidas, nematicidas, fungicidas e insecticidas) que en muchos casos son vendidos por las mismas empresas.

#### **a. Productores maíz:**

Los mayores consumidores de maíz amarillo en el Ecuador son Asociación Ecuatoriana de Fabricantes de Balanceados para Animales (AFABA) y Procesadora Nacional de Alimentos C.A. (PRONACA).

AFABA es un gremio integrado por productores de balanceados individuales y asociados la producción está dirigida para la cría de pollos, producción de huevos y balanceados para la cría de camarón, ganado vacuno, cerdos y peces.

PRONACA es un negocio de la cría de pollos y actualmente posee el control mayoritario de la cadena agroindustrial del maíz(X. León & Yumbla, 2010)

#### **b. Fabricantes de balanceados:**

La fabricación de balanceados viene a ser dentro de la cadena una bisagra entre la parte agrícola y avícola, su interés está ligado a esta última más en empresas con alta integración vertical como PRONACA, AGRIPAC; lo que quiere decir que los fabricantes de balanceados no les interesa trasladar el costo de una hipotética elevación de precios de venta de los nutrientes que producen para consumo de la industria avícola.

### c. **Avicultores:**

La estructura de los costos de producción de carne de pollo se analiza en tres niveles: empresas avícolas de producción alta, media y pequeña.

- Las empresas de alta producción de integración vertical realizan la generación de huevos fértiles hasta la producción de carne de pollo y huevos son aquellas con mayor beneficio.
- En las granjas avícolas de producciones pequeñas las utilidades son pequeñas

### Comercializadores:

Las grandes cadenas supermercados en esta cadena se encargan de la distribución de los productos finales y seleccionan los productores que les proveen de estos alimentos siendo un gran intermediario que aleja a los productores de los consumidores.

- PRONACA concentra la mayor producción avícola tanto de huevos como de pollos en el Ecuador, destina su producción a cubrir el mercado nacional a través de sus propios distribuidores y de los principales supermercados y mercados del país.

### ***PRONACA: La Empresa Ecuatoriana Vinculada Al Agro en la Cadena de Maíz – Balanceado- Aves/ Huevos.***

PRONACA es altamente demandante de materias primas especialmente de maíz duro. Las principales materias primas que requiere esta empresa: maíz duro, soya, afrechillo de trigo, palma, arroz. Al mismo tiempo, esta empresa requiere de la importación de semillas, agroquímicos y fertilizantes para lo cual depende de las grandes empresas transnacionales (Quevedo, 2013).

Cuando una empresa acapara una parte o el total de la cadena agroalimentaria acumula poder de mercado, que se traduce en la capacidad que tiene de fijar precios al productor y consumidor sobre los niveles competitivos. Es decir, el control que tienen las empresas sobre el precio de los productos y sus ganancias. En el Ecuador un ejemplo claro de poder de mercado en la cadena agroalimentaria del maíz es el que han logrado empresas como PRONACA, AGRIPAC, Ecuaquimica y Supermercados La Favorita (León & Yumbla, 2010).

### *Agricultores integrados a PRONACA*

PRONACA ha implementado una serie de pasos para poder asegurarse del control de la cadena. Es importante integrar a los agricultores a través del modelo de agricultura bajo contrato y asegurar materia prima barata a costa de los pequeños agricultores.

La agricultura bajo contrato consiste en el que el agricultor se compromete la venta de su producción a la empresa y esta le proveerá a cambio semillas, insumos, asistencia técnica y transporte de la producción. La empresa compensa su dependencia externa de materias primas, los precios del mercado internacional y reduce sus costos de producción.

A parte para la reducción de costos de transporte la empresa firmó contratos con una red de camiones por lo que tercerizó la distribución de sus productos. Tomando en cuenta lo anteriormente detallado, la empresa gana desde la compra de materia prima hasta la venta final a los consumidores finales.

### *Estrategia de comercialización y diversificación de productos con una sola firma*

Esta estrategia se basa en que cuando pregunte a los consumidores sobre el producto de la canasta familiar ellos identifiquen a la marca PRONACA. Las distintas empresas que se ubican en los distintos eslabones de la cadena como estrategia de comercialización han optado por hacer ver sus productos bajo la misma marca.

### *Estrategia de fideicomiso y asociación con supermercados*

Los supermercados son el último paso de la cadena de agronegocio al manejar la distribución de los productos. Este actor es muy importante como intermediario entre productor y consumidor; también recopila y almacena información de todos los consumidores para adaptarse a las preferencias de los consumidores.

Tomando en cuenta la estrategia que se detalla PRONACA logra:

- Liquidez con base en sus activos.
- Una tasa inferior a la tasa activa del sistema financiero.

- Capacidad para generar más operaciones
- Optimizar la utilización de su activo.
- La firma PRONACA ha seleccionado 5 clientes: El Rosado, Corporación La Favorita, Tía S.A., Mega Santa María, Magda (León & Yumbla, 2010).



## Actividades de aprendizaje recomendadas

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en la actividad que se describe a continuación:

1. Buscar en documento bibliográficos que tengan a su alcance, sobre los temas relacionados con los agronegocios, de los diferentes productos del ecuador y como ha sido su contribución a la producción económica.
2. Una vez que revise el modelo de agronegocios, lo invito a leer detenidamente el [Caso de PRONACA](#) de (X. León & Yumbla, 2010) y subraye las ideas que considere importantes, este documento permitirá profundizar sus conocimientos para responder correctamente la siguiente evaluación:



## Autoevaluación 7

Ahora, es tiempo de medir el nivel de aprendizaje para ello es oportuno realizar el siguiente ejercicio de autoevaluación. Conteste Verdadero o Falso según corresponda.

1. ( ) Según datos de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el Ecuador el 60% de las hectáreas dedicada a la agroindustria están ubicadas en: Manabí, Guayas, Loja, Los Ríos y Esmeraldas.
2. ( ) Dentro de la fórmula para la elaboración de balanceados para la cría de animales el maíz representa el 10% de materia prima.
3. ( ) En el caso de cadena del maíz, las empresas proveedores de semillas y agroquímicas con: Agripac, Ecu química e India.
4. ( ) Dentro de los consumidores de maíz amarillo en el Ecuador son: Asociaciones Ecuatoriana de Fabricantes de Balanceados para Animales (AFABA) y Procesadora Nacional de Alimentos PRONACA.
5. ( ) La estructura de los costos de producción de carne se analiza 2 niveles: empresas avícolas de producción avanzada y media.
6. ( ) Las grandes cadenas supermercados en esta cadena se encargan de la distribución de los productos finales y selección a los productos que les proveen de estos alimentos siendo un gran intermediario que aleja a los productores de los consumidores.
7. ( ) Dentro de los Agricultores integrados a PRONACA, la agricultura bajo contrato consiste en el que el agricultor se compromete la venta de su producción a la empresa y esta le proveerá a cambio de semillas, insumos, asistencia técnica y transporte de la producción.

8. ( ) La estrategia de comercialización y diversificación de productos se basa que cuando pregunte los consumidores sobre producto de la canasta familiar ellos identifiquen la marca PRONACA.
9. ( ) Los supermercados son el último paso de la cadena de agronegocio al manejar la distribución de los productos.
10. ( ) La estrategia que se detalla PRONACA logra: liquidez en base a sus activos, una tasa inferior a la tasa activa del sistema financiero.

Ahora se puede verificar las respuestas con la clave que se incluye al final de la presente guía.

[Ir al solucionario](#)

***¡Excelente!, ha finalizado.***



## Actividades finales del bimestre



### Semana 16

---

Estimados estudiantes hemos llegado al final del bimestre, dedique esta semana a recordar y reforzar los temas revisados en las anteriores unidades, por lo que lo invito a responder las siguientes preguntas referentes a los temas antes revisados.

1. ¿Qué es Agromarketing?
2. ¿Qué es el Mercado Agropecuario?
3. Describa la diferencia entre demanda elástica y demanda inelástica.
4. ¿De qué se trata el precio de bienes sustitutos o complementarios?
5. Detalle los determinantes de la Oferta Agropecuaria.
6. ¿Cuáles son las características que influyen en el marketing agropecuario?
7. Detalle las características que influyen en Marketing agropecuario
8. ¿Qué es la distribución física y logística de mercados?
9. De qué se trata Gestión Logística
10. ¿Qué se entiende por logística en el proceso de producción agrícola?

#### **Retroalimentación:**

1. ¿Qué es Agromarketing?

El agromarketing es la columna vertebral de cualquier agronegocio, en la época actual, es importante tener en cuenta que el mensaje debe definir la estrategia del contenido que se llevará a cabo, estilo de comunicación que se tiene que expresar y monitorizar la ejecución del calendario de contenido.

2. ¿Qué es el Mercado Agropecuario?

Se entiende como lugar de encuentro entre oferta y demanda donde puede ocurrir un intercambio entre compradores y vendedores donde se logra la formación del precio luego de un intercambio de bienes o servicios.

3. Describa la diferencia entre demanda elástica y demanda inelástica.

La demanda elástica es cuando a una variación el precio responde en forma más que proporcional el coeficiente es mayor que uno.

La demanda inelástica es cuando una variación de precio en menos que proporcional de la cantidad demandada, el coeficiente es menor que uno.

4. ¿De qué se trata el precio de bienes sustitutos o complementarios?

Cuando dos bienes son sustitutivos el aumento de precio de uno de ellos producirá una baja en la cantidad demandada, por tal motivo se habla de elasticidad cruzada de la demanda de dos bienes sustitutos es positiva y cuando los bienes son complementarios la elasticidad de precio es negativa ya que ante la baja del consumo de un bien se produce una baja del complementario.

5. Detalle los determinantes de la Oferta Agropecuaria.

El precio del producto: una empresa estará dispuesta a ofrecer más cantidad de producto cuando mayor sea el precio.

Los costos de producción: esto puede modificarse por variaciones en los precios de insumos, por tecnología, y algunas mejoras en los costos de los bienes finales.

6. ¿Cuáles son las características que influyen en el marketing Agropecuario?

Localización: condiciona su oferta por temas de suelos, climas u otras condiciones ambientales, es muy importante tomar en cuenta el transporte y con esto las rutas primarias, secundarias y terciarias.

La Estacionalidad: durante el año existen determinadas épocas que se generan una gran concentración de la oferta

7. Detalle las características que influyen en Marketing agropecuario

- Se producen productos poco diferenciados.
- Producen y comercializan productos en mercados de gran transparencia.

**8. ¿Qué es la distribución física y logística de mercados?**

La distribución física en los procesos de inicio y salida de los procesos y servicios se fundamentan en las buenas prácticas de logística empresarial, en las que una buena administración de la distribución física de las plantas facilita y acomoda la ubicación de los productos para los clientes.

**9. De qué se trata Gestión Logística**

La logística se encarga de la administración del flujo de materiales e información a lo largo del proceso a creación de valor: aprovisionamiento, producción y distribución.

**10. ¿Qué se entiende por logística en el proceso de producción agrícola?**

El proceso de producción agrícola consiste en transformar fertilizante, luz solar, agua, y otros insumos en comida o en otros productos agrícolas de utilidad para la humanidad. En el proceso se siembra luego recibe los cuidados adecuados para el control de enfermedades podas y finalmente la cosecha.

Finalmente, el examen está compuesto con preguntas de opción múltiple de una sola respuesta correcta y abarca todos los contenidos del bimestre. Por favor, desarrolle con mucha responsabilidad.

**¡Felicitaciones!, se ha culminado la revisión de los temas correspondientes al segundo bimestre.**

**Muy bien, ahora hemos finalizado el proceso de estudio sobre introducción a los agronegocios, espero que puedan ponerlo en práctica.**



## 4. Solucionario

Autoevaluación 1		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	El término Agronegocios incluye los siguientes participantes involucrados en la producción, procesamiento y mercadeo de productos e insumos (semillas, maquinaria, fertilizantes, pesticidas, entre otros), agropecuarios y se incluye las instituciones que intervienen en las etapas de los productos desde su producción hasta el consumidor final.
2	b	El esfuerzo organizado de los individuos para producir y vender, por una ganancia de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad.
3	b	Dentro del ámbito de los objetivos de los Agronegocios la empresa tiene 3 propósitos que se enmarcan en los sectores económico y social.
4	c	Los objetivos que se reconocen son: rentabilidad, competitividad, eficiencia y flexibilidad.
5	a	El objetivo de Rentabilidad es el beneficio o ganancia que se obtiene como retorno a la inversión y por el riesgo.
6	c	La capacidad para mantener y expandir su participación en el mercado tanto nacional e internacional en una condición rentable y con crecimiento.
7	d	Los factores para tomar en cuenta en el entorno de Agronegocios son: físicos o biológicos, económico, social, institucional, tecnológico y Educacional.
8	d	Existen fuerzas que están fuera del negocio y por lo tanto del control el administrador que afectan al comportamiento y resultado de la empresa.
9	b	El entorno físico: conformado por la tierra, el agua, el aire, la luz, el suelo y nutrientes naturales.
10	a	El entorno educacional permite adquirir nuevos conocimientos susceptibles de ser aplicados en la empresa.

Ir a la  
autoevaluación

Autoevaluación 2		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	Agroindustrias es aquella actividad económica que hace referencia al conjunto de industrias encargadas de producir, transformar y comercializar los diferentes productos: agrícolas, ganaderos, forestales, pesca, selvicultura y recursos naturales.
2	c	Las características de las agroindustrias son: rapidez de producción, facilidad de realización, facilidad de traslado y facilidad de venta.
3	c	La actividad de la Agroindustria sin transformación con aquellos que no son sometidos a una modificación en su esencia como la leche, pescado, frutas y materia prima para la industria.
4	b	Las cadenas agroindustriales involucran flujos continuos y discontinuos de productos, procesos y agregación de valores.
5	b	Los tipos de Agroindustria se dividen en 2 categorías; alimentaria y no alimentaria.
6	c	Los procesos agroindustriales es un conjunto de etapas de transformación aplicados a materiales de origen agrícola, pecuario, pesquero y forestal.
7	d	En capacidad de almacenamiento se comprueba cual es el punto de equilibrio entre la cantidad de suministro y capacidad de procesamiento.
8	d	Las fuentes de suministro son necesarios ingredientes distintos de materia prima principal, sustancias químicas, materiales para mantenimiento. Se deben conocer las fuentes de suministro más adecuadas en coste y distancia.
9	c	Los principales impactos medioambientales de las Agroindustriales son: contaminación atmosférica, contaminación del agua, eliminación residuos o desechos sólidos.
10	d	Los productos secundarios en los procesos agroindustriales suelen tener degradación de las materias primas más que a la combinación de varias.

[Ir a la  
autoevaluación](#)

Autoevaluación 3		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	Los recursos para los Agronegocios se clasifican en: Naturales, Humanos, Capital, Conocimiento
2	a	Las funciones que debe desarrollar el administrador dentro de la empresa son: planificación, organización, dirección y control.
3	b	La función de dirección es: habilidad de influir para que las otras personas realicen las tareas para poder cumplir con los objetivos planteados.
4	a	La planificación estratégica se refiere como un proceso de orientación y coordinación de un conjunto de actividades para alcanzar una meta determinada evaluando donde se encuentra y hacia donde se va.
5	c	Los tipos de planes estratégicos son: Plan Estrategias y Plan Operacionales.
6	b	El Análisis Interno es: aquello que determinan los problemas de la organización y sus variables de alto potencial.
7	a	La planificación de la producción toma en cuenta: materiales disponibles, número de trabajadores y capacidad de producción máquinas y empleados.
8	b	Los métodos utilizados para la planificación de la producción: Manufacturing resourcing planning (MRP)
9	c	El método Economic Order Quality se trata de método matemático para calcular el tiempo y la cantidad de pedido al proveedor.
10	a	El método just in time se trata de pedir lo que hace falta en el momento que hace falta.

[Ir a la  
autoevaluación](#)

Autoevaluación 4		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	Los estados financieros son cuentas anuales que reflejan la contabilidad de una empresa mostrando su estructura económica durante un periodo determinado.
2	d	Los activos son dinero en efectivo, dinero en bancos y bienes.
3	c	Patrimonio son aportaciones realizadas por los socios y beneficios generados por la empresa.
4	a	Los activos se clasifican en Corrientes y No Corrientes.
5	c	Los pasivos corrientes no corrientes son obligaciones de la empresa con vencimientos superiores a un año.
6	d	El Estado de Resultados muestra información de las operaciones de un periodo en el que se detallan: ingresos, gastos, utilidad o perdida durante un periodo.
7	d	El Análisis Financiero es un proceso que permite evaluar la posición financiera y los resultados de la operación presente y pasada de una empresa para poder realizar las estimaciones y predicciones de la operación
8	b	El Análisis puede llevarse a como de dos formas: horizontal y vertical.
9	d	La razón circulante es la medida que se usa con mayor frecuencia para determinar solvencia a corto plazo.
10	c	El margen de utilidad indica el porcentaje de margen que tiene la empresa por cada dólar vendido.

[Ir a la autoevaluación](#)

Autoevaluación 5		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	El Agromarketing es la columna vertebral de cualquier agronegocio, es importante tener en cuenta que en el mensaje se debe definir la estrategia de contenido que se lleva a cabo.
2	F	Se entiende como Agromarketing como rama de Marketing Digital que se encarga y especializa en los hábitos de consumo de agro y pecuaria abarcando los temas de agricultura y no solo enfocándose en el área de agronegocios y sus diferentes nichos de mercado esto hace alcanzar mejores resultados
3	V	Para la selección de mercado Agropecuarios es necesario plantear con los siguientes criterios: productos agrícolas y productos pecuarios.
4	V	El precio de un bien es elástico cuando a una variación el precio responde en forma más que proporcional y el coeficiente es mayor que uno.
5	V	El precio de bienes sustitutos o complementarios se da cuando al aumento de precio de uno de ellos producirá una baja en la cantidad demandada.
6	F	La oferta agropecuaria se requiere identificar los principales productos que se cultivan o reproducen en el territorio que se está analizando de los mismos que se dispone de información de los últimos cinco años que permita analizar a partir de las siguientes variables: las especies agrícolas y pecuarias.
7	V	Las empresas agropecuarias poseen estas características para la aplicación de marketing: se producen productos poco diferenciados y producen y comercializan productos en mercados de gran transparencia.
8	V	Las redes sociales son un elemento personal y reservado casi únicamente al mercado particular y productores.
9	F	En el ingreso de consumidor es inelástica donde ante un aumento del ingreso de consumo aumenta en forma menos que proporcional lo que se da en bienes de primera necesidad
10	V	El mercado agropecuario es una combinación de actividades en el que el propósito es permitir que los productos lleguen al consumidor final en forma conveniente.

**Ir a la  
autoevaluación**

Autoevaluación 6		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	La distribución física en los procesos de inicio y salida de los procesos y servicios se fundamentan en las buenas prácticas de logística empresarial
2	V	Los costos varían dependiendo de los productos, el lugar y el tiempo. No es lo mismo distribuir productos perecederos o no perecederos, líquidos, sólidos, gaseosas, pequeñas o grandes
3	F	La logística se encarga de la administración del flujo de materiales e información a lo largo del proceso a creación de valor: aprovisionamiento, producción y distribución.
4	F	Los beneficios de distribución son: Mejorar el servicio al cliente, Reducir los costos de distribución, generar, volúmenes adicionales de venta, crear utilidad de tiempo y lugar en la producción y consumo, estabilizar precios, determinar la selección de los canales de distribución y utilizar la administración de tráfico para asegurar costos bajos
5	V	La logística permite a las empresas visualizar las actividades y enlaces para comercializar los productos y elevar su competitividad en los niveles nacional e internacional
6	V	La importancia de los canales de distribución radica en el beneficio que se brinda a los consumidores relacionado con al ahorro al tiempo cuando hay que recorrer grandes distancias para satisfacer necesidades mediante un producto o servicio.
7	V	Los canales de marketing y distribución son un detonante de las economías de escala, ayudan a todos los miembros del canal al crecimiento por conducto de financiamientos y generación de conocimientos.
8	V	El proceso de producción agrícola consiste en transformar fertilizante, luz solar, agua, y otros insumos en comida o en otros productos agrícolas de utilidad para la humanidad.
9	F	Mantener insumos almacenados produce nuevos problemas logísticos como la necesidad de un depósito de insumos más grandes y coordinar una logística de entrada y salida del almacén que no permita que los insumos se deterioren y se pierda su valor.
10	V	Para que se pueda cumplir con todos los compromisos en la logística de producción es necesario hacer previsiones de flujo de caja o fuentes de financiamiento para cumplir con el 100% de lo planificado y no perder el cultivo.

[Ir a la autoevaluación](#)

Autoevaluación 7		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	Según datos de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el Ecuador el 60% de las hectáreas dedicada a la agroindustria están ubicadas en: Manabí, Guayas, Loja, Los Ríos y Esmeraldas
2	F	Dentro de la fórmula para la elaboración de balanceados para la cría de animales el maíz representa el 60% de materia prima.
3	V	En el caso de cadena del maíz, las empresas proveedores de semillas y agroquímicas son: Agripac, Ecu-química e India.
4	V	Dentro de los consumidores de maíz amarillo en el Ecuador son: Asociaciones Ecuatoriana de Fabricantes de Balanceados para Animales (AFABA) y Procesadora Nacional de Alimentos PRONACA.
5	F	La estructura de los costos de producción de carne se analiza tres niveles: empresas avícolas de producción alta, media y pequeña.
6	V	Las grandes cadenas supermercados en esta cadena se encargan de la distribución de los productos finales y selección a los productos que les proveen de estos alimentos siendo un gran intermediario que aleja a los productores de los consumidores
7	V	Dentro de los Agricultores integrados a PRONACA, la agricultura bajo contrato consiste en el que el agricultor se compromete la venta de su producción a la empresa y esta le proveerá a cambio de semillas, insumos, asistencia técnica y transporte de la producción.
8	V	La estrategia de comercialización y diversificación de productos se basa que cuando pregunte los consumidores sobre producto de la canasta familiar ellos identifiquen la marca PRONACA.
9	V	Los supermercados son el último paso de la cadena de agronegocio al manejar la distribución de los productos.
10	V	La estrategia que se detalla PRONACA logra: liquidez en base a sus activos, una tasa inferior a la tasa activa del sistema financiero

[Ir a la autoevaluación](#)



## 5. Glosario

- **Agrícola:** es un adjetivo de tipo calificativo que se usa comúnmente para denominar a todas aquellas cosas, actividades o circunstancias que tengan que ver con la actividad de cultivar y de cosechar materias primas que puedan ser luego utilizadas por el ser humano como alimento o con otros fines (como, por ejemplo, abrigo o vestimenta). La palabra agrícola proviene de la palabra agricultura, es decir de la cultura de cultivar y de trabajar la tierra, una de las actividades más importantes para la subsistencia humana ya que le permite no depender de manera tan directa de lo que le ofrece la naturaleza, sino de proveerse a sí mismo con su propio alimento (Bembibre, 2011).
- **Agroindustrias:** La agroindustria es un tipo de actividad económica. Esta hace referencia a la producción, la industrialización y la comercialización de productos relacionados con el sector agropecuario, forestales, así como otra serie de recursos naturales (Coll, 2021, pág. 1).
- **Agronegocios:** (en inglés 'agribusiness') se utiliza para hacer referencia a las actividades económicas derivadas o ligadas a los productos del campo. Tanto a la producción de los mismos como al procesamiento, transporte y distribución posterior. La agricultura -y todas sus derivadas económicas, sociales, demográficas, es un sector cuya actividad tiene impacto en prácticamente todos los ODS<sup>1</sup> (Perez, 2018, pág. 1).
- **Agromarketing:** El agromarketing es el conjunto de técnicas y estrategias que utiliza una empresa ubicada en el sector agrícola con la finalidad de aumentar sus ventas. El sector agrícola es un sector tradicional, primario. Siempre ha sido reticente a la hora de implementar innovaciones. Pero con la era digital se ha adentrado de lleno en nuestras vidas ya no hay opción. Todas las empresas, sea cual sea su sector deberían empezar a pensar en una estrategia

<sup>1</sup> Objetivos de desarrollo.

digital. Adaptarse a los nuevos tiempos ya no es una opción, es una necesidad (Icir, 2020).

- **Cadenas Agro productivas:** se define como el conjunto de actores y de actividades que abarcan la provisión de insumos y otros servicios, producción primaria, transformación agroindustrial, comercialización interna, comercio exterior y consumo (Gutiérrez, 2007, pág. 3).
- **Competencias genéricas:** son habilidades o destrezas, actitudes y conocimientos transversales que se requieren en cualquier área profesional, que son transferibles a una gran variedad de ámbitos de desempeño y que fortalecen la empleabilidad. Estas competencias son potenciadas principalmente a través de metodologías activas centradas en el estudiante y en su desarrollo interactúan elementos de orden cognitivo y motivacional (Glosario.com, 2019, pág. 1).
- **Competencias específicas:** son las que se realizan con el propio trabajo, función o actividad que se realiza dentro de la empresa. No es necesario que las tengan todas las personas que forman parte de la empresa, sino que cada cual debe tener las propias que se requieren en su trabajo. En este caso se indican los comportamientos que se requieren para conseguir la máxima eficacia en el puesto de trabajo o área de actividad específica (Mendoza, 2013).
- **Cadenas de suministro:** es el conjunto de actividades, instalaciones y medios de distribución necesarios para llevar a cabo el proceso de venta de un producto en su totalidad. Esto es, desde la búsqueda de materias primas, su posterior transformación y hasta la fabricación, transporte y entrega al consumidor final (Roldán, 2017, pág. 1).
- **Impactos medioambientales:** son las alteraciones en el entorno derivadas de la actividad humana. En general, el término se asocia a aquellos aspectos negativos. En este sentido, un escaso o deficiente control afecta a la salud humana (Coppini, 2019, pág. 1).
- **Planificación Estratégica:** La planificación estratégica es la herramienta utilizada por las empresas como un proceso sistemático que permite el desarrollo y la implementación de planes, con el propósito de alcanzar los objetivos que se han propuesto (Quiroa, 2020, pág. 1).

- **Patrimonio neto:** El patrimonio neto de una empresa son todos aquellos elementos que constituyen la financiación propia de la empresa. En el balance de situación es la diferencia efectiva entre el activo y el pasivo (Arias J. S., 2015, pág. 1).
- **Rentabilidad:** La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión (Arias A. S., 2015, pág. 1).
- **Sustentable:** “un proceso” que tiene el objetivo de encontrar el equilibrio entre el medioambiente y el uso de los recursos naturales. La humanidad en su paso por el planeta ha degradado los recursos naturales de tal forma que actualmente es necesario procurar y planear concientudamente el consumo de los mismos para garantizar su existencia en las generaciones futuras (Responsabilidad Social Empresarial y Sustentable, 2018).



## 6. Referencias bibliográficas

Agudelo, J. (2014). Procesos Agroindustriales. Obtenido de Sistemas agroindustriales: [enlace web](#)

Alcarria, J. (2008). Contabilidad Financiera I. Castelló de la plana: Universitat Jaume I. Servei de Comunicación y Publicaciones. Obtenido de [enlace web](#)

Andrade, G. (2017). Mercado de productos agropecuarios: Guía para priorización y diagnóstico. Bogotá: UPRA. Obtenido de [enlace web](#)

Arias, A. S. (04 de noviembre de 2015). Rentabilidad. Obtenido de Economipedia.com: [enlace web](#)

Arias, J. S. (15 de octubre de 2015). Patrimonio neto. Obtenido de Economipedia.com: [enlace web](#)

Bembibre, C. (marzo de 2011). Definición ABC. Obtenido de Agrícola: [enlace web](#)

Brow, B., & Allen, T. (29 de julio-diciembre de 2011). Problemas en Agronegocios. Revista Mexica de Agronegocios, 634-644.

Coll, F. (23 de mayo de 2021). Agroindustria. Obtenido de Economipedia.com: [enlace web](#)

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2021 de octubre de 2021). América Latina y el Caribe requiere Nuevos pactos sociales y fiscales para transformar y entregar sostenibilidad financiera a sus sistemas de protección social a fin de enfrentar el actual contexto generalizado de estrés. Comunicado de Presnsa CEPAL, pág. 1. Obtenido de [enlace web](#)

Coppini, M. (12 de junio de 2019). El impacto ambiental y los riesgos en la salud humana. Obtenido de Geoinnova: [enlace web](#)

Egas, J., Shik, O., Inurritegui, M., & Paolo-de-Salvo, C. (2018). BID: Análisis de Políticas Agropecuarias en Ecuador. BID. Obtenido de Informes de Política Agropecuaria: [enlace web](#)

Elemental, N. (20 de mayo de 2018). 10 Cosas sobre el Marketing del sector Agropecuario. Obtenido de Agromarketing: [enlace web](#)

García Regalado, J. O. (2018). Logistica Empresarial. Obtenido de Redes 2017: [enlace web](#)

Glosario.com. (2019). Competencias Genéricas. Obtenido de Glosario.com: [enlace web](#)

Gómez, G. (11 de agosto de 2011). Análisis vertical y horizontal de los estados financieros. Obtenido de Gestión finanzas: [enlace web](#)

Guajardo, G., & Andrade, N. (2018). Contabilidad Financiera (7ma ed.). México: McGrawHill Education. Recuperado el 2021, de [enlace web](#)

Guerra, G. (2002). El agronegocio y la empresa agropecuaria frente al siglo XXI. San José: Colección de libros y Materiales Educativos. Obtenido de [enlace web](#)

Guerra, G., & Aguilar, A. (2011). Economía del agronegocio. México: Limusa. Obtenido de [enlace web](#)

Gutiérrez, A. (2007). El Enfoque de Cadenas Agroproductivas. Presentada en el VIII Foro Regional Andino para el Diálogo y la Integración de la Educación Agropecuaria y Rural (pág. 22). Lima: FRADIEAR. Obtenido de Presentada en el VIII Foro Regional Andino para el Diálogo y la Integración de la Educación Agropecuaria y Rural: [enlace web](#)

Hernández, F. (2021). La logística en la Agroindustria. Obtenido de Asistencia Técnica Agrícola: [enlace web](#)

Icir. (18 de septiembre de 2020). ¿Qué es el agromarketing y cómo sacarle partido? Obtenido de FITZ: [enlace web](#)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). Encuesta de superficie y Producción Agropecuaria Continua. Quito: INEC. Obtenido de [enlace web](#)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2021). Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria continua: Metodología (1 ed.). Quito: INEC.  
Obtenido de [enlace web](#)

Larrazabal, M. (22 de junio de 2017). El Agromarketing está Online.  
Obtenido de bialarblog.com: [enlace web](#)

León, C., Amorós, E., Becerra, J., & Huarachi, D. D. (2007). Gestión empresarial para Agronegocios (Electrónica Gratuita ed.). Chiclayo: Edi. Obtenido de [enlace web](#)

León, X., & Yumbla, M. R. (15 de julio de 2010). El agronegocio en el Ecuador: El caso del maíz. Obtenido de Bio Diversidad: [enlace web](#)

López, F., & Castrillón, P. (2007). Teoría económica y experiencias latinoamericanas (electrónica gratuita ed.). Manizales, Colombia: Eumed.net. Obtenido de [enlace web](#)

Lozada, R. (2021). La evolución de los Agronegocios. Calameo, 7. Obtenido de [enlace web](#)

Martinez, Á. (25 de noviembre de 2020). Análisis vertical y horizontal de los Estados Financieros. Obtenido de Tribuna Contable: [enlace web](#)

Mendoza, I. (12 de septiembre de 2013). Competencias básicas, genéricas y específicas. Obtenido de Utelblog: [enlace web](#)

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (09 de septiembre de 2019). Agricultura, la base de la economía y la alimentación. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: [enlace web](#)

Motta, P. (2021). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura: [enlace web](#)

Murillo, M. (14 de junio de 2009). Las cadenas agroindustriales. Obtenido de El Blog de Miguel Ángel Murillo: [enlace web](#)

Paredes, J. (2001). Planificación y Control de la producción. Cuenca: IDIUC .

Pérez, A., & Ruiz, M. (2006). Tecnologías de producción y agroindustria para el desarrollo. Catalunya: Universidad de Cataluña .

Perez, S. (2018). Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. Obtenido de ¿Qué son los agronegocios y por qué es importante su desarrollo?: [enlace web](#)

Pineda, J. (2021). Agroindustria. Bogotá: Encolombia. Obtenido de [enlace web](#)

Quevedo, T. (2013). Agroindustria y concentración de la propiedad de la tierra: elementos para su definición y caracterización en el Ecuador. Quito: Observatorio del Cambio rural; Instituto de estudios Ecuatorianos; Observatorio de derechos colectivos. Obtenido de [enlace web](#)

Quiroa, M. (19 de marzo de 2020). Planificación estratégica. Obtenido de Economipedia.com: [enlace web](#)

Responsabilidad Social Empresarial y Sustentable. (2018). Sustentabilidad: qué es, definición, concepto, principios y tipos. Obtenido de rss: [enlace web](#)

Roldán, P. N. (25 de abril de 2017). Cadena de suministro. Obtenido de Economipedia.com: [enlace web](#)

Sánchez, C. (2019). Normas APA 7ma (séptima) edición. Obtenido de [enlace web](#)

Sánchez, J. (2015). Business to Business (B2B). Obtenido de [enlace web](#)

Saravia, C. (2009). Comercialización y Mercados Agropecuarios. Santa Rosa: Facultad de Agronomía. Recuperado el 2021, de [enlace web](#)

Universidad Técnica Particular de Loja. (01 de 11 de 2021). UTPL carreras. Obtenido de Agronegocios: [enlace web](#)