

## Guía de trabajo autónomo 12-3

Centro Educativo: CTP LA SUIZA  
 Educador JAIRO MORA RODRIGUEZ  
 Subárea: Agronegocios Unidad de estudio: COMERCIALIZACION  
 Nivel: Duodécimo Sección 12 3 agrícola  
 Horario de atención a distancia de lunes a viernes  
 Tiempo de ejecución 1 hora y media  
 Canal de comunicación: WhatsApp, Zoom, TAEMS correo electrónico, material impreso  
 Periodo para el desarrollo de la guía:  
 ➤ Semana del 3 al 7 de agosto: retomar portafolio y trabajos atrasados  
 ➤ Semana del 10 al 14 de agosto : Comercialización nacional

ALUMNO: \_\_\_\_\_

### 1. Me preparo para hacer la guía

Pautas que debo verificar **antes de iniciar** mi trabajo.

Tema(s)	Comercialización nacional
Resultados de aprendizaje	Explicar las características y métodos de la comercialización de productos agroindustriales a nivel nacional.
Contenidos	Descentralización del proceso • Comercio al por mayor • Proceso fuera del valle central 2.2- Consumo de productos agroecológicos • Consumo interno con sistemas eficientes • Consumo interno con sistemas deficientes • Demanda de productos para sector agroecológico • Organización institución
Valores o actitudes	<i>Prudencia Inquietud por la verificación de hechos antes de emitir juicios.</i>
Materiales o recursos que voy a necesitar	• <i>Materiales generales como cuaderno, cartulina o papel periódico, revistas, periódicos, borrador, lápiz o lápices de color, folder personalizado para guardar evidencias, fichas etc.</i>
Condiciones que debe tener el lugar donde voy a trabajar	Un espacio iluminado aceptable, el cual está libre de ruido y el estudiante se pueda concentrar en las tareas Contar con buena ventilación. Tener buena disposición

## 2. Voy a recordar lo aprendido en clase.

Indicaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Antes de iniciar esta actividad, lea la información brindada, subraye el vocabulario desconocido, deténgase y aclare su significado. Para esto, ayúdese con un diccionario (físico o en línea).</li> <li>• Una vez, concluida la lectura, realice cada una de las actividades que se plantean a continuación; en algunos casos podrá hacer uso de diversas fuentes de información según lo quieras hacer.</li> <li>• En este trabajo debes analizar normas y comentarlas. Leer y responder preguntas, puede hacerlo en hojas y meterlas al folder. Debes hacer un esquema de resumen.</li> <li>• Cuide su caligrafía y ortografía.</li> <li>• Trabaje en forma ordenada</li> </ul>
Actividad o Preguntas para reflexionar y responder en hojas y meter en folder.	<p>Si tienes que vender verduras bajo la situación de la pandemia ¿Cómo lo harías?</p> <p>¿Qué son alimentos perecederos?</p>



**QUÉDATE  
EN CASA**

### 3. Pongo en práctica lo aprendido

Indicaciones o preguntas para auto regularse y evaluarse

a) Leer información, contestar y hacer un esquema resumen

#### Evidencias

##### DESCENTRALIZACION DEL PROCESO DE MERCADEO

A pesar de que la tendencia usual del proceso de comercialización (en especial de los productos perecederos) es de concentrarse en los mercados del Area Metropolitana, han ocurrido cambios importantes en lo que se refiere a la conformación de nuevos o mayores núcleos urbanos que involucren una mayor demanda por alimentos y en el mejoramiento de la infraestructura destinada al manejo, almacenamiento y venta de productos de origen agropecuario.

Los factores mencionados han provocado la necesidad de crear y/o mejorar los mercados regionales, lo cual tiende a su vez a descentralizar el proceso actual de comercialización.

Estos mercados, una vez desarrollados debidamente, no serán competitivos con los mercados de San José y otras ciudades importantes, si no más bien complementarios. Su función principal sería la de servir de sitios de convergencia para agricultores y consumidores, evitando o reduciendo incrementos en los valores agregados de los productos que allí se comercializaran y a la vez servir como punto de recolección y distribución de artículos de y hacia diversas regiones del país.

Escaneado con CamScanner

1. ¿Por qué se da la descentralización del proceso de Mercado?

##### E. COMERCIO AL POR MAYOR

La actividad de "mayoreo" es una etapa que tiende a ser cada vez menos importante en lo que se refiere a la formación de los precios y en el aspecto de la distribución de alimentos, particularmente en áreas rurales. Hasta hace poco tiempo, los costos y los sistemas de distribución para algunos mayoristas capitalinos eran no solo manejables sino también rentables. Pero conforme los "detallistas" comenzaron a retirarse a las áreas periféricas de la capital, los mayoristas se han visto forzados a aceptar pedidos por teléfono y a suministrar servicios de transporte y entrega. Además, el ingreso de un amplio estrato de los consumidores de barrios y residencias capitalinos, ha motivado una demanda más amplia de productos frescos y elaborados, en aquellos establecimientos cercanos a sus hogares. Los alimentos procesados, los artículos de limpieza para la salud y para el aseo diario, son ejemplo de los artículos cuyo volumen de demanda y venta se han visto incrementados durante las últimas fechas. Los fabricantes de tales artículos efectúan su distribución utilizando su propio

Escaneado con CamScanner

2. ¿Qué ventajas tiene el comercio al por mayor?

#### EL PROCESO DE COMERCIALIZACION FUERA DEL VALLE CENTRAL

Con respecto a los núcleos localizados fuera del Valle Central, es posible identificar, entre ellos, ciudades con centros comerciales de importancia como son: Puntarenas, Liberia, San Isidro de El General, Puerto Limón y Ciudad Quesada. Cada una de estas ciudades posee su tradicional mercado municipal, el cual funciona como centro económico en la venta no solo de alimentos al por menor, sino también de otra serie de artículos (ropa, medicinas, utensilios agrícolas, etc.) y en grado menor, como centro de acopio para los agricultores de la región. Ciudades menos grandes, tales como Turrialba, Quepos, y otras, tienen mercados municipales muy pequeños dedicados principalmente a la venta de productos agrícolas. Durante los "días de mercado", (sábado y/o domingos), los agricultores traen sus productos (especialmente frutas y hortalizas) los que venden directamente a los consumidores, detallistas o acopiadores. Finalmente, existen numerosas poblaciones con número reducido de residentes, que no cuentan con su propio mercado. Los consumidores de estas zonas viajan a las poblaciones o ciudades más cercanas, con el fin de adquirir sus alimentos y otros productos necesarios para su subsistencia.

Escaneado con CamScanner

3 ¿Cómo es el proceso de comercialización fuera del valle central?

#### G. EL CONSUMO DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS EN COSTA RICA

El consumo de productos agropecuarios en Costa Rica se caracteriza por un amplio dinamismo y por una constante expansión, lo cual se encuentra estrechamente relacionado con los crecimientos poblacionales, con los cambios en la estructura socio-económica de la población y con otros factores que directa o indirectamente alteran las necesidades de consumo y su satisfacción. El crecimiento en el consumo ha sido particularmente importante en tres tipos de demanda, que son: la demanda por productos de consumo interno, la demanda de ciertos artículos en el mercado internacional y la demanda de productos de uso agroindustrial.

Escaneado con CamScanner

4 ¿Porque se caracteriza el consumo de productos agropecuarios en CR?



## 1. Productos de Consumo Interno

Con respecto a la demanda por productos destinados al consumo local, ésta se caracteriza por una elevada concentración en los centros urbanos de mayor importancia de la Meseta Central. Esto trae consigo problemas relacionados con el transporte y la eficiencia de la distribución, especialmente si las áreas de producción se localizan en regiones alejadas de dichos centros de consumo. Lo anterior se traduce en precios más altos e inestables a nivel de consumidor y en una menor participación en los beneficios por parte del productor.

Escaneado con CamScanner

5 ¿Cuáles problemas se presentan en el consumo Interno?

### a. Productos de consumo interno con un sistema de mercadeo eficiente

Dentro de este grupo la demanda es relativamente estable; su crecimiento o disminución está directamente relacionada con la mayor o menor disponibilidad de los productos incluidos dentro de esta categoría (leche, granos, etc ). El consumo de estos artículos se encuentra ampliamente difundido y existen canales de distribución bastante definidos.

Escaneado con CamScanner

6 ¿Por qué se cataloga como un sistema eficiente?

7 HAGO ESQUEMAS DE RESUMEN .

b. Productos de consumo interno con un sistema de mercadeo ineficiente

Dentro de este grupo se destacan las frutas y las hortalizas entre otros productos perecederos. La demanda por estos artículos es mucho más dinámica y, en general, presentan precios al consumidor más elevados, sobre todo en el área metropolitana. En este caso, el crecimiento de la demanda tiene como limitante de más importancia la ineficiencia en los servicios de distribución y abastecimiento, así como otras distorsiones del mercado provocadas por el alto poder de negociación de algunas unidades mayoristas y la falta de servicios de apoyo eficientes tales como la información de mercados, el almacenamiento, etc. Todo lo anterior está estrechamente ligado a los elevados costos de transporte, las pérdidas tanto físicas como de calidad y a mayores precios a nivel de consumidor, sin que ello signifique una mayor retribución al agricultor como integrante del proceso.

Escaneado con CamScanner

7 ¿Porque se considera un sistema ineficiente?

ORGANIZACION INSTITUCIONAL DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACION AGROPECUARIO

La comercialización de productos agropecuarios se caracteriza por la marcada orientación por rubros y por la gran cantidad de organismos públicos, semiautónomos que participan en el proceso. En el Cuadro 1, se observa la gran dispersión de responsabilidades por funciones de mercadeo y la desigual cobertura por productos.

Para algunos de ellos, que tienen una importancia especial para la exportación, existen organismos especializados como la Oficina del Café (OFICAFE), Liga Agrícola e Industrial de la Caña de Azúcar (LAICA), Junta de Defensa del Tabaco (JUDETAB) y Asociación Bananera Nacional (ASBANA), mientras que para otros, como las Frutas, Hortalizas, Pescado, Cerdos y Avícolas, la intervención y apoyo estatal es muy reducido y de corto alcance, condiciones que no han facilitado el desarrollo de dichas actividades.

El organismo principal en la comercialización agropecuaria es el Consejo Nacional de la Producción (CNP), pero éste concentra principalmente su acción en el área de granos y carne. El vacío de acción institucional con respecto a los demás rubros, parcialmente está siendo cubierto por el Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA) que ha asumido ciertas funciones en el campo de los hortifrutícolas al entrar en operación el CENADA.

Escaneado con CamScanner

8. Mencione instituciones gubernamentales que intervienen en la comercialización de productos:

## AUTOEVALUACIÓN

En cuanto al proceso de autoaprendizaje durante el desarrollo de la guía de trabajo autónomo	
Reviso las acciones realizadas durante la construcción del trabajo.	
Marco una X encima de cada símbolo al valorar el desarrollo de las acciones efectuadas durante la construcción del trabajo.	
Mostré una actitud positiva hacia el trabajo.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Realimenté constantemente los conocimientos, habilidades y destrezas desarrollados	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Revisé mi trabajo para asegurarme si todo lo solicitado fue realizado	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Considero satisfactorio el trabajo que realicé.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Leí las indicaciones con detenimiento.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

“Autoevalúo mi nivel de desempeño”			
Escribo una equis (X) en el nivel que mejor represente mi desempeño alcanzado en cada indicador			
Indicadores/competencias del aprendizaje esperado	Niveles de desempeño		
	Inicial	Intermedio	Avanzado
• <b>Explicar las características y métodos de la comercialización de productos agroindustriales a nivel nacional.</b>	Menciono las características de la comercialización de productos agroindustriales. <input type="checkbox"/>	Reconozco las características de la comercialización de productos agroindustriales. <input type="checkbox"/>	Explico las características de la comercialización de productos agroindustriales. <input type="checkbox"/>

<b>En cuanto al proceso de autoevaluación de los criterios de desempeño, considerados en las actividades de mediación y de evaluación diagnóstica y formativa, planificadas en la guía de trabajo autónomo.</b>	
Valoro lo realizado al terminar por completo el trabajo.	
Marca una X encima de cada símbolo al valorar el desempeño del trabajo realizado a través de la autoevaluación.	
Reconoce las diferentes formas de comercializar producto agropecuarios	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Reconoce las características de la comercialización de productos agroindustriales	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Explico ¿Cuál fue la parte favorita del trabajo?	
¿Qué puedo mejorar, la próxima vez que realice la guía de trabajo autónomo?	



**Actividad**

**Aporte del estudiante**

<b>1. Un aprendizaje o habilidad adquirida en la o las asignaturas que él o ella elija, a partir de lo realizado en las Guías de trabajo autónomo.</b>	
<b>2. Una vivencia familiar importante.</b>	
<b>3. Un sentimiento respecto de lo que vive el país, su familia o la persona estudiante misma, en el marco de la pandemia COVID – 19.</b>	
<b>4. Un aprendizaje en el marco de la pandemia COVID – 19.</b>	



*5. Un aporte que está realizando para mejorar la situación de sí mismo (a) y su familia, para prevenir la pandemia COVID – 19.*

