Universitat Autònoma de Barcelona

2017/2018

Economia, Gestió i Logística en l'Empresa Alimentària

Codi: 103247
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501925 Ciència i Tecnologia dels Aliments	OB	3	1

Professor de contacte

Nom: María José Milán Sendra

Correu electrònic: MariaJose.Milan@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: No

Equip docent

Antoni Graupera García

Prerequisits

No n'hi ha

Objectius

Es tracta d'una assignatura obligatòria de tercer curs que desenvolupa tant els aspectes científics com tècnics relacionats amb l'economia i la gestió de les empreses agroalimentàries. El principal objectiu és introduir l'alumne en els aspectes econòmics a través d'una visió global i integradora de la teoria econòmica i la gestió de l'empresa. Es pretén, per un costat, que l'estudiant comprengui com funcionen els mercats i els mecanismes que incideixen en la formació dels preus i per un altre, abordar continguts relacionats amb les tècniques de gestió empresarial.

Els objectius formatius concrets són:

1) Utilitzar la terminologia econòmica de forma correcta i adequada.

2) Conèixer el marc polític i econòmic en què es desenvolupen l'activitat agrària i el sector agroalimentari

3) Identificar i analitzar els factors que incideixen en el funcionament dels mercats i en la formació dels preus dels productes agropecuaris

4) Conèixer les característiques i el funcionament de l'empresa agroalimentària

5) Valorar l'impacte de les decisions productives i organitzatives en els resultats econòmics de l'empresa

6) Analitzar l'activitat empresarial en relació a l'estratègia, la gestió financera i d' inversions, el procés de producció, l'aprovisionament i la gestió d'estocs, els recursos humans i el màrqueting

Competències

- Analitzar, sintetitzar, resoldre problemes i prendre decisions en l'àmbit professional.
- Buscar, gestionar i interpretar la informació procedent de diverses fonts.
- Demostrar que es coneixen les bases de l'organització de les empreses agroalimentàries i de la gestió de tots els departaments implicats.
- Desenvolupar l'aprenentatge autònom i tenir capacitat d'organització i planificació.
- Identificar, explicar i aplicar les normatives requerides per a l'elaboració, la comercialització i el màrqueting dels aliments. Planificar estratègies de formació del consumidor.
- Mantenir actualitzats els coneixements, adaptar-se a noves situacions i desenvolupar la creativitat.
- Utilitzar els recursos informàtics per a la comunicació i la cerca d'informació en l'àmbit d'estudi, el tractament de dades i el càlcul.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar, sintetitzar, resoldre problemes i prendre decisions en l'àmbit professional.
2. Buscar, gestionar i interpretar la informació procedent de diverses fonts.
3. Comprovar l'efectivitat i quantificar l'impacte que la política comercial té en la rendibilitat d'una empresa agroalimentària.
4. Descriure els diferents sistemes d'organització empresarial.
5. Descriure les característiques i el funcionament de la unitat econòmica de producció.
6. Desenvolupar l'aprenentatge autònom i tenir capacitat d'organització i planificació.
7. Discutir els mecanismes que incideixen en la formació de preus, el funcionament dels mercats i la comercialització de productes agropecuaris.
8. Exposar i manejar les dades econòmiques i financeres necessàries per a la presa de decisions a escala empresarial.
9. Fer un diagnòstic eficaç de la situació financera d'una empresa i establir-hi plans d'acció adequats.
10. Mantenir actualitzats els coneixements, adaptar-se a noves situacions i desenvolupar la creativitat
11. Reconèixer els aspectes macroeconòmics relacionats amb l'aprovisionament de matèries primeres.
12. Utilitzar eines per identificar oportunitats, amenaces i canvis en l'entorn competitiu de l'empresa.
13. Utilitzar els recursos informàtics per a la comunicació i la cerca d'informació en l'àmbit d'estudi, el tractament de dades i el càlcul.
14. Utilitzar la terminologia econòmica de forma correcta i adequada.
15. Valorar l'impacte de les decisions productives i organitzatives en els resultats econòmics de l'empresa.

Continguts

Temari Teoria

1. Introducció: l'activitat econòmica i l'empresa

1.1. L'economia. 1.2. Els factors de producció. 1.3. Les unitats bàsiques de decisió. 1.4. El flux circular de l'economia. 1.5. El cost d'oportunitat. 1.6. La Frontera de possibilitats de producció.

2. El funcionament dels mercats

2.1. Factors que influeixen en la demanda. 2.2. Factors que influeixen en l'oferta. 2.3. L'elasticitat de la demanda i de l'oferta. 2.4. El equilibri de mercat. 2.5. Tipus de mercats. 2.6. Relació entre l'elasticitat preu de la demanda i el ingressos totals dels productors.

3. Característiques dels mercats agraris

3.1. Factors que afecten els mercats agraris. 3.2. Les inestabilitats de preus i rendes.

4. Les intervencions en els mercats agraris

4.1. Instruments d'intervenció en el sector agrari i efectes dels mateixos. La Política Agraria Comunitaria.

5. La producció i els seu costos

5.1. La funció de producció i la llei dels rendiments marginals decreixents. 5.2. Costos de producció. 5.3. Costos mitjans i marginals.

6. L'empresa

6.1 L'empresa com a sistema. 6.2. L'organització de l'empresa. 6.2. Estratègia empresarial. 6.3. El procés de direcció. 6.4. Els objectius i la presa de decisions. 6.5. Els sistemes d'informació i comunicació.

7. Els recursos humans

7.1. La gestió de persones. 7.2. Les competències directives. 7.3. La delegació. 7.4. La selecció i retenció de personal. 7.5 Sistemes per avaluar el rendiment.

8. Introducció a les finances de l'empresa

8.1. La informació comptable-financera com a eina de gestió. 8.2. El balanç de situació. Conceptes rellevants i classificació. 8.3. El fons de maniobra.

9. Anàlisi patrimonial i financera

9.1. Principi d'equilibri financer. 9.2. Situació patrimonial. Ratis i indicadors. 9.3. Evolució patrimonial. L'esquema d'orígens i aplicacions de fons.

10. El compte de resultats i la rendibilitat a l'empresa

10.1. Tipologia i classificació de costos. 10.2 Càlcul dels costos. 10.3. El cost d'amortització. 10.4. Anàlisi dels diferents nivells de marges. 10.5. El punt d'equilibri o punt mort.

11. Anàlisi de rendibilitat

11.1. Factors clau de la rendibilitat: marge i rotació. 11.2. L'efecte del palanquejament financer.

12. Planificació financera a curt i llarg termini

12.1. Com instrumentar la planificació: pressupostos d'explotació, tresoreria i balanç previsional.

12.2. Projeccions de cash flow.

13. La gestió financera a l'empresa

13.1. El cicle d'explotació de l'empresa. 13.2. La rotació del circulant. 13.3. Les necessitats financeres del circulant i la solvència de funcionament 13.4. El cicle del capital. 13.5. Alternatives de finançament a curt i llarg termini.

14. Avaluació financera d'inversions

14.1. Paràmetres que defineixen una inversió. 14.2. Mètodes per avaluar inversions: VAN, TIR i Payback.

15. Eines de gestió per a la millora contínua

15.1. Lean Manufacturing. OEE. Les 5 "S". Six Sigma.

16. La gestió de la qualitat

16.1. Concepte i principis de la qualitat. 16.2. Processos d'inspecció i control.

17. L'aprovisionament a l'empresa

17.1. Importància i objectius de la gestió de l'aprovisionament. 17.2. El departament de compres. 17.3. La Gestió d'estocs

18. La comercialització agroalimentària

18.1 Característiques. 18.2. Les utilitats com a valor afegit. 18.3 Sistemes de comercialització.

19. Introducció al màrqueting

19.1. La investigació de mercats. 19.2. El pla de màrqueting: La política de producte. La política de preus. La política de distribució. Les polítiques de promoció 19.3. Les marques de qualitat i denominació de origen.

Temari Seminaris

S1. Els Factors de producció. El cost d'oportunitat. La frontera de possibilitats de producció.

S2. La Funció de demanda i oferta

S3. L'equilibri del mercat

S4. L'elasticitat de l'oferta i la demanda

S5. Característiques dels mercats agraris

S6. La intervenció als mercats agraris

S7. La política Agrària Comunitària

S8. La cadena de valor dels productes agroalimentaris

S9. Planificació financera a curt i llarg termini

S10. Els costos del finançament

S11. Els costos i la rendibilitat

S12. La gestió d'existències

S13. Eines de gestió per a la millora contínua

Pràctiques Aula d'Informàtica

P1. La producció i el seu cost. La funció de producció i la llei dels rendiments marginals decreixents

P2. El balanç de situació

P3. Situació patrimonial. Ratis i indicadors

P4. Els costos i la rendibilitat

P5. Avaluació d'inversions: VAN, TIR i Payback.

Metodologia

Per tal d'assolir els objectius de l'assignatura, el desenvolupament del curs es basa en les següents metodologies i activitats:

1. Mètodes de treball basats en classes teòriques participatives.

L'alumne adquireix els coneixements propis de l'assignatura complementant-les amb l'estudi personal dels temes explicats. En aquestes classes el professor realitzarà una primera exposició de la matèria indicant quins son els aspectes més rellevants i donarà pautes i indicacions pel seguiment de l'assignatura.

2. Seminaris o practiques de aula.

Es tracta de sessions amb un nombre reduït d'alumnes en les que es fomentarà la participació de l'estudiant. Aquestes sessions tenen diferents finalitats i avantatges:

- Serveixen per aprofundir en els coneixements científic-tècnics exposats a les classes teòriques i completar la seva comprensió.
- Són un fòrum natural per afavorir la discussió i l'intercanvi d'idees i de coneixements amb la missió de promoure la capacitat d'anàlisi i síntesi, el raonament crític i la capacitat de resolució de problemes.
- S'obliga l'estudiant a adoptar un paper actiu en el procés d'aprenentatge.
- Són adequades per plantejar qüestions i resoldre dubtes.
- Permeten que el professor realitzi un seguiment de l'estudiant i que aquest prengui consciència dels seus avenços en la matèria.
- Quan es plantegen treballs en grup es potencien actituds d'implicació i iniciativa que milloren el grau de comprensió i creen una relació social positiva.

En aquestes sessions es porten a terme diferents activitats: anàlisi d'informació, resolució de qüestions, aprenentatge basat en problemes, etc. En alguns casos abans de les sessions els estudiants hauran de treballar de manera autònoma una sèrie d'exercicis que s'hauran plantejat prèviament pel professor i es discutiran posteriorment a la classe.

3. Pràctiques. Es realitzaran a l'aula d'informàtica amb l'objectiu que l'estudiant es familiaritzi amb programari informàtic i conegui algunes de les seves possibles aplicacions a la gestió de l'empresa.

4. Mètode del cas. Es pretén que l'alumne a partir d'una situació real pugui resoldre un problema plantejat. Es plantejarà un cas real en què l'estudiant haurà de fer un diagnòstic d'una empresa i prendre decisions en relació a diferents alternatives. Aquest mètode promou la capacitat d'anàlisi, de raonament i d'expertesa en la resolució de problemes, així com és molt útil per integrar coneixements.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Àula informàtica	11	0,44	1, 13, 15
Classes magistrals	22	0,88	3, 4, 5, 7, 9, 11, 12, 14, 15
Seminaris	19,5	0,78	1, 3, 7, 8, 10, 12, 14
Tipus: Autònomes			
Estudi autònom	40,5	1,62	2, 6
Ressolució de casos i problemes	55	2,2	1, 2, 6, 9, 10, 13

Avaluació

Exàmens: L'objectiu és l'avaluació dels coneixements assolits per l'alumne de tota la matèria impartida tant a les classes teòriques com practiques. Es realitzaran dues proves parcials escrites tipus test, que tindran caràcter eliminatori amb una nota superior a 4,5. (75% nota final, dels que el 31% correspon al primer parcial i el 44% al segon parcial).

Entrega d'Exercicis: Es plantejarà la preparació de un tema d'interès que l'estudiant haurà de presentar en las dates indicades. Es valorarà l'assoliment de les competències treballades als seminaris (10% nota final)

Cas pràctic: Es valorarà l'assoliment de determinats coneixements i competències. (15% nota final).

Per aprovar, la nota mínima d'acord a les ponderacions prèviament indicades és de 5. Es considerarà NO Avaluable qui no s'hagi presentat a cap examen parcial.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Cas pràctic	15%	0	0	1, 8, 9, 13, 15
Entrega d'exercicis	10%	0	0	1, 2, 3, 6, 8, 10, 13, 14
Examen escrit	75%	2	0,08	1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15

Bibliografia

Aguado JC., Lacalle M., Cepeda I. (2005). Lecciones Básicas de Economía. Thomson.

Alonso Sebastián R., Serrano Bermejo A. (2008): Economía de la empresa Agroalimentaria. 3ª Ed. Mundi-Prensa

Alonso Sebastián, R. (1991): Los costes en los procesos de producción agraria. Mundi-Prensa.

Amat O. (1997): Comptabilitat i finances per a no financers. Gestión 2000.

Amat O. (2008): Comprender la Contabilidad y las Finanzas. 3ª Ed. Gestión 2000.

Ballestero, E. (2000): Economía de la empresa agraria i alimentaria. 2ª Ed. Mundi-Prensa Libros.

Briz, J. y De Felipe, I. (2006): La cadena alimentaria en España. Retos y perspectivas. Distribución y Consumo, nov-dic, 71-85.

Cruz, I. y Yagüe, M.J. (2004): Impacto de la cadena de valor en la formación de los precios de alimentación. Economistas, (100): 127-136.

Juliá J.F., Server R.J. (1996): Dirección contable y financiera de empresas agroalimentarias. Ed. Pirámide

Krugman, P., Wells, R. (2006): Introducción a la Economía. Microeconomía. Ed. Reverté.

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio ambiente: Diagnóstico y análisis estratégico del sector agroalimentario español. Diversos sectores y años.

Rebollo, A., Romero, J. y Yagüe MJ (2006): El coste de la comercialización de los productos de alimentación en fresco. Un análisis de la evolución de los márgenes comerciales en España. Distribución y Consumo, 85, ene-feb, 31-51.

Rebollo, A., Romero, J. y Yagüe MJ (2006): Análisis de los márgenes comerciales de los productos frescos de alimentación en España. Información Comercial Española, (828): 67-82.

Romero C. (1998): Evaluación financiera de inversiones agrarias. Mundi-Prensa Libros

Sepulveda P.H. (1999): ¿Qué debo saber de finanzas para crear mi propia empresa?. Marcombo, S.A.