

**Economía, Gestión y Logística en la Empresa
Alimentaria**

Código: 103247
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501925 Ciencia y Tecnología de los Alimentos	OB	3	1

Contacto

Nombre: María José Milan Sendra

Correo electrónico: mariajose.milan@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: No

Otras observaciones sobre los idiomas

40%

Equipo docente

Antoni Graupera García

Prerequisitos

No hay

Objetivos y contextualización

Se trata de una asignatura obligatoria de tercer curso que desarrolla tanto los aspectos científicos como técnicos relacionados con la economía y la gestión de las empresas agroalimentarias. El principal objetivo es introducir al alumno en los aspectos económicos a través de una visión global e integradora de la teoría económica y la gestión de la empresa. Se pretende, por un lado, que el estudiante comprenda cómo funcionan los mercados y los mecanismos que inciden en la formación de los precios y por otro, abordar contenidos relacionados con las técnicas de gestión empresarial.

Los objetivos formativos concretos son:

- 1) Utilizar la terminología económica de forma correcta y adecuada.
- 2) Conocer el marco político y económico en el que se desarrollan la actividad agraria y el sector agroalimentario.
- 3) Identificar y analizar los factores que inciden en el funcionamiento de los mercados y en la formación de los precios de los productos agropecuarios.
- 4) Conocer las características y el funcionamiento de la empresa agroalimentaria
- 5) Valorar el impacto de las decisiones productivas y organizativas en los resultados económicos de la empresa.
- 6) Analizar la actividad empresarial en relación a la estrategia, la gestión financiera y de inversiones, el proceso de producción, el aprovisionamiento y la gestión de stocks, los recursos humanos y el marketing.

Competencias

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- Analizar, sintetizar, resolver problemas y tomar decisiones en el ámbito profesional.
- Buscar, gestionar e interpretar la información procedente de diversas fuentes.
- Demostrar que conoce las bases de la organización de las empresas agroalimentarias y de la gestión de todos los departamentos implicados.
- Desarrollar el aprendizaje autónomo y demostrar capacidad de organización y planificación.
- Identificar, explicar y aplicar las normativas requeridas para la elaboración, comercialización y marketing de los alimentos. Planificar estrategias de formación del consumidor.
- Mantener actualizados los conocimientos, adaptarse a nuevas situaciones y desarrollar la creatividad.
- Utilizar los recursos informáticos para la comunicación, la búsqueda de información, en el ámbito de estudio, el tratamiento de datos y el cálculo.

Resultados de aprendizaje

1. Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
2. Analizar, sintetizar, resolver problemas y tomar decisiones en el ámbito profesional
3. Buscar, gestionar e interpretar la información procedente de diversas fuentes
4. Comprobar la efectividad y cuantificar el impacto que la política comercial tiene en la rentabilidad de una empresa agroalimentaria
5. Desarrollar el aprendizaje autónomo y demostrar capacidad de organización y planificación
6. Describir las características y el funcionamiento de la unidad económica de producción
7. Describir los diferentes sistemas de organización empresarial
8. Discutir los mecanismos que inciden en la formación de precios, el funcionamiento de los mercados y la comercialización de productos agropecuarios
9. Exponer y manejar los datos económicos y financieros necesarios para la toma de decisiones a nivel empresarial
10. Hacer un diagnóstico eficaz de la situación financiera de una empresa y establecer planes de acción adecuados
11. Mantener actualizados los conocimientos, adaptarse a nuevas situaciones y desarrollar la creatividad
12. Reconocer los aspectos macroeconómicos relacionados con el aprovisionamiento de materias primas
13. Utilizar herramientas para identificar oportunidades, amenazas y cambios en el entorno competitivo de la empresa
14. Utilizar la terminología económica de forma correcta y adecuada
15. Utilizar los recursos informáticos para la comunicación, la búsqueda de información, en el ámbito de estudio, el tratamiento de datos y el cálculo
16. Valorar el impacto de las decisiones productivas y organizativas en los resultados económicos de la empresa

Contenido

Temario Teoría (100% no presencial)

1. Introducción: la actividad económica y la empresa
 - 1.1. La economía. 1.2. Los factores de producción. 1.3. Las unidades básicas de decisión. 1.4. El flujo circular de la economía. 1.5. El coste de oportunidad. 1.6. La Frontera de posibilidades de producción.
2. El funcionamiento de los mercados
 - 2.1. Factores que influyen en la demanda. 2.2. Factores que influyen en la oferta. 2.3. La elasticidad de la demanda y de la oferta. 2.4. El equilibrio de mercado. 2.5. Tipos de mercados. 2.6. Relación entre la elasticidad precio de la demanda y el ingresos totales de los productores.
3. Características de los mercados agrarios
 - 3.1. Factores que afectan a los mercados agrarios. 3.2. Las inestabilidades de precios y rentas.
4. Las intervenciones en los mercados agrarios.

- 4.1. Instrumentos de intervención en el sector agrario y efecto de los mismos. La Política Agraria Comunitaria.
5. La producción y sus costes
- 5.1. La función de producción y la ley de los rendimientos marginales decrecientes. 5.2. Costes de producción.
- 5.3. Costes medios y marginales.
6. La empresa
- 6.1 La empresa como sistema. 6.2. La organización de la empresa. 6.2. Estrategia empresarial. 6.3. El proceso de dirección. 6.4. Los objetivos y la toma de decisiones. 6.5. Los sistemas de información y comunicación.
7. Los recursos humanos
- 7.1. La gestión de personas. 7.2. Las competencias directivas. 7.3. La delegación. 7.4. La selección y retención de personal. 7.5 Sistemas para evaluar el rendimiento del personal.
8. Introducción a las finanzas de la empresa
- 8.1. La información contable-financiera como herramienta de gestión. 8.2. El balance de situación. Conceptos relevantes y clasificación. 8.3. El fondo de maniobra.
9. Análisis patrimonial y financiero
- 9.1. Principio de equilibrio financiero. 9.2. Situación patrimonial. Ratios e indicadores. 9.3. Evolución patrimonial. El esquema de orígenes y la aplicación de fondos.
10. La cuenta de resultados y la rentabilidad a la empresa
- 10.1. Tipología y clasificación de costes. 10.2 Cálculo de los costes. 10.3. El coste de amortización. 10.4. Análisis de los diferentes niveles de márgenes. 10.5. El punto de equilibrio o punto muerto.
11. Análisis de rentabilidad
- 11.1. Factores clave de la rentabilidad: margen y rotación. 11.2. El efecto del apalancamiento financiero.
12. Planificación financiera a corto y largo plazo
- 12.1. Como instrumentar la planificación: presupuesto de explotación, tesorería y balance previsional. 12.2. Proyecciones de cash flow.
13. La gestión financiera en la empresa
- 13.1. El ciclo de explotación de la empresa. 13.2. La rotación del capital corriente. 13.3. Las necesidades financieras del capital corriente y la solvencia de funcionamiento 13.4. El ciclo del capital. 13.5. Alternativas de financiación a corto y largo plazo.
14. Evaluación financiera de inversiones
- 14.1. Parámetros que definen una inversión. 14.2. Métodos para evaluar inversiones: VAN, TIR y Payback.
15. El aprovisionamiento en la empresa
- 15.1. Importancia y objetivos de la gestión del aprovisionamiento. 15.2. El departamento de compras. 15.3. la gestión de stocks
16. Herramientas de gestión para la mejora continua
- 16.1. Lean Manufacturing. OEE. Las 5 "S". Six Sigma.
17. La gestión de la calidad
- 17.1. Concepto y principios de la calidad. 17.2. Procesos de inspección y control.
18. La comercialización agroalimentaria
- 18.1 Características. 18.2. Las utilidades como valor añadido. 18.3 Sistemas de comercialización.
19. Introducción al marketing
- 19.1. La investigación de mercados. 19.2. El plan de marketing: La política de producto. La política de precios. La política de distribución. Las políticas de promoción 19.3. Las marcas de calidad y de denominación de origen.
- Temario Seminarios (modelo mixto presencial-no presencial)
- S1. Los Factores de producción. El coste de oportunidad. La frontera de posibilidades de producción.

- S2. La Función de demanda y oferta
- S3. El equilibrio del mercado
- S4. La elasticidad de la oferta y la demanda
- S5. Características e intervención en los mercados agrarios
- S6. Macromagnitudes básicas
- S7. La Política Agraria Comunitaria
- S8. La cadena de valor de los productos agroalimentarios
- S9. Planificación financiera a corto y largo plazo
- S10. Los costes de la financiación
- S11. Los costes y la rentabilidad
- S12. La gestión de existencias
- S13. Herramientas de gestión para la mejora continua

Prácticas Aula de Informática (100% no-presencial)

- P1. La producción y su coste. La función de producción y la ley de los rendimientos marginales decrecientes.
- P2. El balance de situación.
- P3. Situación patrimonial. Ratios e indicadores.
- P4. Los costes y la rentabilidad.
- P5. Evaluación de inversiones: VAN, TIR y Payback.

A menos que las restricciones impuestas por las autoridades sanitarias obliguen a una priorización o reducción de estos contenidos.

Metodología

Para alcanzar los objetivos de la asignatura, el desarrollo del curso se basa en las siguientes metodologías y actividades:

1. Métodos de trabajo basados en clases teóricas participativas.

El alumno adquiere los conocimientos propios de la asignatura complementándolas con el estudio personal de los temas explicados. En estas clases el profesor realizará una primera exposición de la materia indicando cuáles son los aspectos más relevantes y dará pautas e indicaciones para el seguimiento de la asignatura.

2. Seminarios o prácticas de aula.

Se trata de sesiones con un número reducido de alumnos en las que se fomentará la participación del estudiante. Estas sesiones tienen diferentes finalidades y ventajas:

- Sirven para profundizar en los conocimientos científico-técnicos expuestos en las clases teóricas y completar su comprensión.
- Son un foro natural para favorecer la discusión y el intercambio de ideas y de conocimientos con la misión de promover la capacidad de análisis y síntesis, el razonamiento crítico y la capacidad de resolución de problemas.
- Se obliga al estudiante a adoptar un papel activo en el proceso de aprendizaje.
- Son adecuadas para plantear cuestiones y resolver dudas.
- Permiten que el profesor realice un seguimiento del estudiante y que éste tome conciencia de sus avances en la materia.
- Cuando se plantean trabajos en grupo se potencian actitudes de implicación e iniciativa que mejoran el grado de comprensión y crean una relación social positiva.

En estas sesiones se llevan a cabo diferentes actividades: análisis de información, resolución de cuestiones, aprendizaje basado en problemas, etc. En algunos casos antes de las sesiones los estudiantes deberán trabajar de manera autónoma una serie de ejercicios que se habrán planteado previamente por el profesor y se discutirán posteriormente en la clase.

3. Prácticas.

Se realizarán en el aula de informática con el objetivo de que el estudiante se familiarice con software informático y conozca algunas de sus posibles aplicaciones en la gestión de la empresa.

4. Método del caso.

Se pretende que el alumno a partir de una situación real pueda resolver un problema planteado. Se planteará un caso real en que el estudiante deberá hacer un diagnóstico de una empresa y tomar decisiones en relación a diferentes alternativas. Este método promueve la capacidad de análisis, de razonamiento y de experiencia en la resolución de problemas, es muy útil para integrar conocimientos.

La metodología docente propuesta puede experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Aula de Informática	11	0,44	2, 15, 16
Clases magistrales	22	0,88	4, 7, 6, 8, 10, 12, 13, 14, 16
Seminarios	19,5	0,78	2, 4, 8, 9, 11, 13, 14
Tipo: Autónomas			
Estudio autónomo	40,5	1,62	3, 5
Resolución de casos y problemas	55	2,2	2, 3, 5, 10, 11, 15

Evaluación

Exámenes: El objetivo es la evaluación de los conocimientos adquiridos por el alumno de toda la materia impartida tanto en las clases teóricas como prácticas. Se realizarán dos pruebas parciales escritas, que tendrán carácter eliminatorio con una nota superior a 4,5. (75% nota final, el 31% corresponde al primer parcial y el 44% al segundo parcial).

Entrega de Ejercicios: Se planteará la preparación de un tema de interés que el estudiante deberá presentar en las fechas indicadas. Se valorará la consecución de las competencias trabajadas en los seminarios (10% nota final).

Caso práctico: Se valorará la consecución de determinados conocimientos y competencias. (15% nota final). Para aprobar, la nota mínima de acuerdo a las ponderaciones previamente indicadas es de 5. Se considerará que un estudiante no es evaluable si ha participado en actividades de evaluación que representan $\leq 15\%$ de la nota final.

La evaluación propuesta puede experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Caso práctico	15%	0	0	2, 9, 10, 15, 16
Entrega de ejercicios	10%	0	0	2, 3, 4, 5, 9, 11, 15, 14
Examen	75%	2	0,08	1, 2, 4, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16

Bibliografía

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

Alonso Sebastián R., Serrano Bermejo A. (2008): ***Economía de la empresa Agroalimentaria***. 3^a 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*. 3^a Ed. Gestión 2000.

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

Blanco, J.M., J. Aznar Introducción a la Economía. Teoría y Práctica (4ED Mc Grau Hill Education)

http://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=5751

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., Graddy K., Fonaments d'economia (2^a Ed. Editorial Reverté) Ingebook

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

Mochón F. Economía, Teoría y Política (6^a Ed. Mc Grau Hill Education) F. Mochón Ingebook

Ramírez, J.H., E.I. Tarapuez, I. Redondo Economía, principios generales (Ediciones de la U) Cap 1. *Fundamentos de la economía* <https://app.vlex.com/#WW/vid/747787941>

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.

Software

En las aulas de informática se utilizará el programa excel