

Comercialización Agropecuaria: Un Enfoque Económico de las Estrategias Comerciales

Fernando Martínez P-C.

Comercialización Agropecuaria, un enfoque Económico de las Estrategias Comerciales es un manual que permite conocer los conceptos y la importancia de la economía en el éxito de la actividad productiva del sector. Especialmente, cuando ella se orienta a satisfacer las necesidades de quienes son los consumidores finales de los alimentos y se establecen estrategias comerciales que consideran las características relevantes de los diferentes mercados y su entorno competitivo.

Su enfoque se basa en el uso de la teoría económica, en el análisis de la comercialización, y en los aspectos básicos del marketing en la elaboración de estrategias comerciales. Se pone énfasis en los efectos que tienen en los mercados de los productos agropecuarios y alimenticios, la apertura comercial y la globalización. Complementando lo anterior, se hace un análisis del efecto en los sectores agropecuarios y de alimentos de los convenios comerciales suscritos con diferentes países.

El texto servirá como guía en el proceso de aprendizaje a los estudiantes y profesionales que trabajan en el sector productivo agropecuario y agroindustrial, y en empresas exportadoras y proveedoras de insumos y de alimentos de Latinoamérica. Para ello, en la parte final de cada capítulo, se presentan ejercicios y casos que permiten aplicar los conceptos desarrollados.

**Comercialización Agropecuaria:
Un Enfoque Económico de las
Estrategias Comerciales.**
Fernando Martínez P-C. 2005.

Primera Edición
Ediciones Universidad Católica de Chile
Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal
Pontificia Universidad Católica de Chile
www.puc.cl/edicionesuc/
I.S.B.N. 956-14-0814-7
483 pp.

