

**Guía docente de la asignatura VALORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AGRARIA**

Asignatura	VALORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AGRARIA		
Materia	ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
Módulo	MÓDULO COMÚN		
Titulación	GRADO EN INGENIERÍA AGRÍCOLA Y DEL MEDIO RURAL		
Plan		Código	A18
Periodo de impartición	PRIMER CUATRIMESTRE	Tipo/Carácter	OBLIGATORIO
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	CUARTO
Créditos ECTS	6 ECTS		
Lengua en que se imparte	ESPAÑOL		
Profesor/es responsable/s	MARGARITA RICO GONZÁLEZ BEATRIZ URBANO LÓPEZ DE MENESES		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	mrico@iaf.uva.es Tfno: 979 108445 beaturb@iaf.uva.es Tfno: 979 108468		
Horario de tutorías	http://www.uva.es/opencms/portal/paginas/contenidoDinamico?funcion=D_Tutorias&cod_dpto=042&carpeta=/contenidos/departamentos/ingenieriaAgricolaForestal/		
Departamento	DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA AGRÍCOLA Y FORESTAL. ÁREA DE ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIA		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La presente asignatura desarrolla contenidos pertenecientes a dos partes de la ciencia económica agraria bien diferenciadas. Por un lado, la asignatura presenta al alumno las técnicas y metodologías más habitualmente empleadas en la Valoración Agraria, desde un punto de vista no excluyente. De este modo, se pretende facultar al futuro Ingeniero Técnico Agrícola para, mediante la utilización de unas técnicas adecuadas, realizar estimaciones sobre el valor de ciertos bienes agrarios. Por ello, se determinará en qué consiste la Valoración Agraria, de qué cuestiones se ocupa y qué metodologías emplea. Con los conocimientos adquiridos en esta parte de la asignatura, el futuro Ingeniero Agrícola estará capacitado para realizar valoraciones y tasaciones dentro del medio rural, tengan o no carácter de informes periciales para órganos judiciales o administrativos, y con independencia del uso al que este destinado el bien mueble o inmueble objeto de las mismas.

Y por otro lado, en esta asignatura se tratará la Gestión Comercial y la Cadena de Valor de manera específica. Consecuentemente, el alumno recibirá las herramientas y los instrumentos para la gestión comercial de la empresa agraria. Se identificarán intermediarios, las funciones de comercialización, los márgenes comerciales y las técnicas de Marketing que mejoran el flujo de productos desde el productor hasta el usuario final. La asignatura aborda la cadena de valor de los productos agrarios desde el productor hasta el consumidor. Asimismo se establecen las relaciones entre los diferentes eslabones del canal comercial y cómo se puede mejorar el flujo de productos y servicios a través de las estrategias de investigación de mercados y el Marketing.

1.2 Relación con otras materias

La asignatura está vinculada directamente con la asignatura de primer curso *Gestión de Empresas* en la cual se adquirieron los conocimientos básicos sobre las características de las empresas agrarias y agroalimentarias, así como el funcionamiento de los mercados. Asimismo, esta asignatura se relaciona con todas aquellas con todas aquellas en las que se estudien los procesos de producción y acondicionamiento de los productos agrarios, ya que las decisiones de comercialización influyen directamente en las decisiones de producción y viceversa. La Gestión Comercial y el Marketing son una parte importante en el proceso de producción ya que conocer los eslabones y relaciones que se establecen a través del canal comercial incide positivamente en la optimización de todo el proceso. Asimismo, el correcto uso de los diferentes métodos de Valoración Agraria exige la comprensión de las diferentes características intrínsecas al bien agrario al valorar, con lo que necesita del conocimiento de asignaturas técnicas (características de suelos, tipología de cultivos...).

1.3 Prerrequisitos

Son recomendables conocimientos previos de: Matemáticas y Estadística (adquiridos en materias de cursos precedentes), economía general y economía de la empresa (adquiridos en la asignatura Gestión de Empresas de primer curso) y conocimientos acerca de los procesos de producción y acondicionamiento de los productos agrarios.



2. Competencias

2.1 Generales

- G3: Ser capaz de analizar y sintetizar.
- G5: Ser capaz de comunicarse de forma oral y escrita, tanto en foros especializados como para personas no expertas.
- G15: Demostrar un razonamiento crítico.

2.2 Específicas

- E1: Conocer los fundamentos y los métodos básicos de la Valoración Agraria y sus aplicaciones prácticas en el campo agrícola.
- E2: Conocer las estrategias de marketing, estudios de mercado y políticas de distribución.
- E16: Conocer las herramientas de comunicación, información, motivación y gestión de personal.

3. Objetivos

- Ser capaz de realizar informes de Valoración Agraria aplicados a bienes agrarios diversos y con finalidades distintas.
- Adquirir capacidad para analizar mercados, sistemas de comercialización y políticas de distribución, desarrollar y ejecutar estrategias de marketing.
- Adquirir capacidad para utilizar herramientas de comunicación, información, motivación y gestión de personal.

4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas participativas	24	Estudio y trabajo autónomo individual	90
Clases prácticas	24		
Tutorías conjuntas	8		
Conferencias	4		
Total presencial	60	Total no presencial	90



5. Bloques temáticos

Bloque 1: Valoración Agraria

Carga de trabajo en créditos ECTS: 3,00

a. Contextualización y justificación

En este bloque el alumno adquiere los conocimientos básicos acerca del concepto de Valoración Agraria, sus aplicaciones y las ciencias con las que está relacionada. Asimismo, se analizarán los diferentes métodos valorativos existentes y se mostrará su aplicación ante diferentes finalidades valorativas.

b. Objetivos de aprendizaje

- Conocer el concepto de Valoración Agraria, sus criterios y finalidades.
- Reconocer y aplicar los diferentes métodos de valoración, tanto sintéticos como analíticos.
- Aplicar los métodos valorativos a la valoración especial.
- Aprender a valorar ante otro tipo de finalidades, como las expropiaciones y las hipotecas.
- Redactar un informe de Valoración Agraria.

c. Contenidos

1. INTRODUCCIÓN A LA VALORACIÓN AGRARIA

- 1.1. Definición de valoración agraria y relación con otras disciplinas
- 1.2. Criterios utilizados en valoración
- 1.3. Aplicaciones de la valoración agraria
- 1.4. Repaso de conocimientos previos relacionados con la valoración
- 1.5. El mercado de fincas y sus características

2. MÉTODOS DE VALORACIÓN SINTÉTICOS

- 2.1. Definición y características
- 2.2. Métodos sintéticos clásicos
- 2.3. Métodos sintéticos modernos

3. MÉTODO DE VALORACIÓN ANALÍTICO

- 3.1. Definición y fundamentos
- 3.2. El método analítico
- 3.3. Conclusión y debilidades del método analítico
- 3.4. Valor subjetivo y objetivo de una finca

4. VALORACIÓN ESPECIAL

- 4.1 Valoración de prados y pastos
- 4.2 Valoración de cosechas pendientes
- 4.3 Valoración de plantaciones
- 4.4 Valoración del agua de riego
- 4.5 Valoración del ganado
- 4.6 Valoración de maquinaria
- 4.7 Valoración de existencias

5. VALORACIÓN DE DAÑOS

- 5.1 Tipología de daños y seguros agrarios
- 5.2 Valoración de daños de una finca



6. VALORACIÓN CON FINES DISTINTOS A LA COMPRAVENTA

- 6.1 Valoración expropiatoria
- 6.2 Valoración hipotecaria
- 6.3 Otras valoraciones

7. EL INFORME DE VALORACIÓN Y LA PRÁCTICA DE LA PERITACIÓN

- 7.1 Guión para la elaboración de un informe de valoración
- 7.2 Práctica pericial

d. Métodos docentes

Clases Magistrales Participativas (Mp) + Resolución de Problemas (Pr) + Tutorías ECTS (Tu Pr) + Conferencias

e. Plan de trabajo

Ver el cronograma global del apartado 7.

f. Evaluación

Dossier de tareas (Ds) + Evaluación escrita (Ev)

g. Bibliografía básica

- Alonso, R. e Iruretagoyena, M.T. (1995). *Valoración agraria. Concepto, método y aplicaciones*. Mundi-Prensa. Madrid.
- Alonso, R. y Serrano, A. (2007). *Valoración Agraria. Casos prácticos de valoración de fincas*. 2ª Ed. Editorial Agrícola Española. Madrid.
- Ballesteros, E. (2000). *Economía de la empresa agraria y alimentaria*. Mundi-Prensa. Madrid.
- Caballer, V. (2008). *Valoración Agraria. Teoría y práctica*. 5ª ed. Mundi-Prensa. Madrid.

h. Bibliografía complementaria

- Guadalajara, N. (1992). *Valoración Agraria. Casos prácticos*. Mundi-Prensa. Madrid.
- Juliá, J.F. y Server, R.J. (1996). *Dirección Contable y Financiera de Empresas Agroalimentarias*. Pirámide. Madrid.
- Romero, C. (1980). *Normas prácticas para la evaluación financiera de proyectos de inversión en el sector agrario*. Banco de Crédito Agrícola.
- Ruiz, F. (1986). *Manual de valoración agraria y urbana*. Intervallora.

i. Recursos necesarios

En el desarrollo de la asignatura se incluirá tanto la explicación de los contenidos teóricos, mediante el apoyo de material escrito que se pondrá a disposición de los alumnos en los servicios de reprografía y en la plataforma Moodle de la UVA, como la realización de ejercicios y cuestiones prácticas que sirvan para afianzar y ampliar las explicaciones teóricas, cuyos enunciados serán facilitados de la misma forma.

Se anima a los alumnos a revisar con frecuencia los archivos subidos a la página Moodle de la asignatura (donde se colgarán apuntes, avisos, etc.). Si tienes problemas para acceder a ellos, ponte en contacto con las profesoras.

También se manejarán diversas páginas web de organismos públicos y privados, que se irán detallando a lo largo de las explicaciones de los distintos temas.



Bloque 2: COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRARIOS

Carga de trabajo en créditos ECTS: 3,00

a. Contextualización y justificación

En este bloque temático se explicarán a los alumnos los fundamentos de la Comercialización y el Marketing. Se introducirá en el concepto de canal comercial e intermediarios y se explicará el concepto del Marketing como parte del canal comercial.

b. Objetivos de aprendizaje

- Definir la Comercialización de productos agrarios.
- Identificar las utilidades añadidas con el proceso de comercialización.
- Definir el Marketing y su evolución de las ventas y el enfoque productivista.
- Conocer e identificar los eslabones que forman parte de la cadena de valor.
- Identificar las relaciones entre los intermediarios de la cadena de valor.
- Reconocer los modelos de canales comerciales y tipos de mercados

c. Contenidos

1. COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING: LA CADENA DE VALOR

- 1.1. La Comercialización y el marketing.
 - 1.1.1. Conceptos.
 - 1.1.2. Utilidades añadidas a los productos.
 - 1.1.3. Funciones de la Comercialización: La Cadena de Valor
 - 1.1.4. Servicios de la Comercialización

2. MERCADOS Y CENTROS DE CONTRATACIÓN

- 2.1. El mercado.
- 2.2. Peculiaridades del mercado.
 - 2.2.1. Presencia de la mercancía.
 - 2.2.2. Mercados especializados y polivalentes.
 - 2.2.3. Organización

3. EQUILIBRIO DEL MERCADO

- 3.1. Oferta, Demanda y Precios.
- 3.2. Formas del mercado.
 - 3.2.1. Mercado de competencia perfecta.
 - 3.2.2. Mercados de competencia imperfecta.
 - 3.2.3. Competencia perfecta y otras formas del mercado.
- 3.3. Información de mercados.
 - 3.3.1. Grupos a los que debe dirigirse la información.
 - 3.3.2. Tipo de información necesaria.
- 3.4. Investigación de mercados.
 - 3.4.1. Funciones de la investigación de mercados
 - 3.4.2. Fuentes de datos de los estudios de mercado.
 - 3.4.3. Métodos de investigación externa.
- 3.5. Segmentación de mercados.
 - 3.5.1. Criterios de segmentación de mercados
 - 3.5.2. Segmentación de mercados.
 - 3.5.3. Tipos de Marketing según la segmentación de mercados.



d. Métodos docentes

Clases Magistrales Participativas (Mp) + Resolución de Problemas (Pr) + Tutorías ECTS (Tu Pr)

e. Plan de trabajo

Ver el cronograma global del apartado 7.

f. Evaluación

Dossier de tareas (Ds) + Evaluación escrita (Ev)

g. Bibliografía básica

- Briz, J. y de Felipe, I (coords.). 2011. *La Cadena de Valor Agroalimentaria: Análisis Internacional de casos reales*. Editorial Agrícola. Madrid. 829 pp.
- Briz, J. y de Felipe, I. 2012. *Las Redes de Cadena de Valor Alimentaria en el SXXI*. Editorial Agrícola. Madrid. 740 pp.
- Briz, J. y de Felipe, I. 2013. *Metodología y Funcionamiento de la Cadena de Valor*. Editorial Agrícola. Madrid. 587pp.
- Urbano López de Meneses, B. y Temprano García, V. 2004. *Distribución y consumo de productos ecológicos en Castilla y León: modelos de canales comerciales, localización y hábitos de consumo* en Revista de Investigación Económica y Social de Castilla y León nº7. Consejo Económico y Social. Valladolid. pp. 270-388.
- Urbano López de Meneses, B. (coord.). 2004. *Aspectos comerciales de los productos agroalimentarios de calidad en Castilla y León*. Consejo Económico y Social de Castilla y León. Valladolid. 234 pp

h. Bibliografía complementaria

- Acosta, L. 2006. *Agrocadenas de Valor y Alianzas Productivas: Herramientas de apoyo a la agricultura familiar en el contexto de la globalización*. Santiago de Chile: Oficina regional de la FAO para América Latina y el Caribe.
- Jansen, H.G.P. y Torero, M. 2008. *Resumen de la literatura de cadenas de valor agropecuarias en cinco países centroamericanos*. Instituto Internacional para la Investigación de Políticas Alimenticias (IFPRI). San José, Costa Rica. 130 pp.
- Quirós, R. 2006. *Financiamiento de las Cadenas Agrícolas de Valor*. Servicio de Gestión, Comercialización y Finanzas Rurales de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). San José. Costa Rica. 161pp.
- Urbano Terrón, P. y Urbano López de Meneses, B (coords.). 2012. *Programa de producción y comercialización sostenible*. Red Universitaria de Investigación sobre Cooperación para el Desarrollo. La Catarata. Madrid. 126 pp.
- Urbano López de Meneses, B., González-Andrés, F., Casquero Luelmo, P. 2008. *Market research for the Optimization of the consumer response to the recent award of a Protected Geographical Indication to a local product: Beans from "La Bañeza-Leon" Spain*. Journal of International Food and Agribusiness Marketing, 20. Nueva York. pp. 7-32.

i. Recursos necesarios

En el desarrollo de la asignatura se incluirá tanto la explicación de los contenidos teóricos, mediante el apoyo de material escrito que se pondrá a disposición de los alumnos en los servicios de reprografía y en la página web de la UVA, como la realización de ejercicios y cuestiones prácticas que sirvan para afianzar y ampliar las explicaciones teóricas.

Se anima a los alumnos a revisar con frecuencia los archivos subidos a la página de la asignatura (donde se colgarán apuntes, avisos, etc.). Si tienes problemas para acceder a ellos, ponte en contacto con las profesoras.



Se utilizarán Páginas Web, Cotizaciones de mercados de futuros y opciones, Informe del Panel de Consumo Alimentario

6. Temporalización (por bloques temáticos)

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
BLOQUE 1	3,00	Semanas 1 a 15
BLOQUE 2	3,00	Semanas 1 a 15

7. Cronograma y plan de trabajo

SEMANA	MARTES (BLOQUE I)	MIÉRCOLES (BLOQUE II)
Semana 1	Tema 1	Tema 1
Semana 2	Tema 2	Tema 1
Semana 3	Tema 2	Tema 2
Semana 4	Tema 2	Tema 2
Semana 5	Tema 3	Tema 2
Semana 6	Tema 3	Tema 2
Semana 7	Tema 4	Tema 2
Semana 8	Tema 4	Tema 3
Semana 9	Tema 5	Tema 3
Semana 10	Conferencia	Tema 3
Semana 11	Tema 5	Tema 3
Semana 12	Tema 6	Tema 3
Semana 13	Tema 7	Exp. trabajos
Semana 14	Conferencia	Exp. trabajos
Semana 15	Tutoría grupal	Exp. trabajos

BLOQUE I: Valoración Agraria

La responsable de este bloque es la Profesora Margarita Rico González.

Las explicaciones teóricas se irán complementando con actividades prácticas, ya sea con ejemplos resueltos o con ejercicios propuestos. Se tiene previsto también contar con expertos en Valoración Agraria para ofrecer conferencias que ayuden a la comprensión de la materia tratada en clase.

La primera semana de clase se propondrá un trabajo individual, que podrá ir elaborándose a lo largo de la asignatura y que tendrá que entregarse en la semana 14. Este trabajo formará parte de la evaluación de la asignatura, junto con una prueba final escrita.

BLOQUE II: Comercialización de productos agrarios

La responsable de este bloque es la Profesora Beatriz Urbano.

Los alumnos trabajarán la parte 1 del trabajo de la asignatura:

PARTE 1. Evaluación y Análisis del Canal comercial y de la Comercialización de un producto o proyecto agrario pudiendo ser el TFG del alumno.



Objetivo: *Analizar y evaluar la Comercialización de un producto o proyecto agrario*

Metodología: *Mediante la consulta de fuentes secundarias de información se elegirá el canal de comercialización de un producto.*

Se podrá elegir entre el análisis de:

- un producto
- un proyecto

El trabajo de los alumnos será expuesto en las semanas 13-15.

8. Sistema de calificaciones

La nota final será la suma de las notas alcanzadas en los Bloques I y II de la asignatura y la evaluación de cada uno de esos bloques se llevará a cabo del siguiente modo:

BLOQUE I: Valoración Agraria

Para la evaluación de este Bloque se tendrá en cuenta la calificación obtenida en los dos siguientes instrumentos evaluativos:

1. Evaluación escrita (30% del total de la nota de la asignatura). Se trata de un examen teórico práctico que constará de preguntas cortas más varios ejercicios de carácter práctico.
2. Entregable individual (20% del total de la nota de la asignatura). Al principio del curso se propondrá la elaboración de un trabajo que podrá ir desarrollándose a medida que se va impartiendo el contenido de cada uno de los temas. La entrega de dicho trabajo se realizará la semana 14. Esta tarea es **obligatoria** para todos los alumnos y tendrá que ser presentada en la fecha prevista. La no presentación en el plazo preestablecido de dicho trabajo supondrá la mínima nota posible (cero) en este apartado evaluativo.

No es necesario obtener una nota mínima en ninguno de los bloques evaluativos, ya que la nota final será la suma de cada uno de ellos.

Los alumnos que no asistan a clase pueden someterse al sistema de evaluación descrito, siempre y cuando entreguen el trabajo descrito en la fecha prevista.

BLOQUE II: Comercialización de productos agrarios

Para la evaluación de este Bloque se tendrá en cuenta la calificación obtenida en los dos siguientes instrumentos evaluativos:

1. *Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la comprensión, análisis, expresión del conocimiento:*
 - Prueba escrita objetiva (tipo test) con un peso del 20% de la nota de la asignatura.
2. *Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la aplicación de técnicas, procedimientos o protocolos de actuación y resolución de problemas...*
 - Exposición del canal comercial elegido por cada alumno con un peso del 20% de la nota de la asignatura.
 - Resolución de problemas de Mercados de Futuros y Opciones. con un peso del 10% de la nota de la asignatura.



EVALUACIÓN- TABLA RESUMEN

BLOQUE	INSTRUMENTO EVALUATIVO	PESO EN LA NOTA FINAL
BLOQUE I	Examen preguntas cortas y problemas	30%
	Entregable individual obligatorio	20%
BLOQUE II	Examen tipo test	20%
	Exposición del canal comercial de un producto analizado por cada alumno	20%
	Resolución de problemas de Mercados de Futuros y Opciones	10 %
Total		100 %

9. Breve Curriculum vitae del Profesorado

La **Profesora Rico González** es Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valladolid. Su trabajo de investigación se ha centrado en el estudio de la situación económica y social del medio rural y en las posibilidades de desarrollo de este territorio. En este ámbito, la profesora Rico ha profundizado en temas de análisis tales como la contribución al desarrollo rural de las mujeres, la multifuncionalidad agraria, la percepción social acerca de los temas rurales, el cooperativismo, las posibilidades de dinamización económica por medio del turismo rural y de los productos agroalimentarios o sobre el aprovechamiento socioeconómico de los recursos forestales.

En este sentido, la Profesora Rico ha participado en numerosos Proyectos de Investigación competitivos, siendo Investigadora Principal en alguno de ellos y ha publicado los resultados de su investigación en varios libros y capítulos de libros y en revistas científicas nacionales e internacionales, participando asimismo en un gran número de congresos.

Pueden citarse las siguientes publicaciones como representativas de su trayectoria:

RICO, M. y GÓMEZ GARCÍA J.M (2009): "La contribución de la mujer en la economía rural de Castilla y León". *Revista de Economía Agraria y Recursos Naturales*, nº 18, pp. 51-77.

GÓMEZ-LIMÓN, J.A.; VERA, E. y RICO, M. (2012) "Measuring individual preferences for rural multifunctionality: The importance of demographic and residential heterogeneity". *Journal of Agricultural Economics*, nº 63(1), pp. 1-24.

RICO, M. y GÓMEZ GARCÍA J.M. (2011): "Economía social e igualdad de oportunidades en el ámbito rural. Un análisis aplicado a la comunidad autónoma de Castilla y León". *Revesco Revista de Estudios Cooperativos*, nº 105, pp. 85-114.

GÓMEZ RAMOS, A.; RICO, M. y OLMEDILLA, S. (2013): "Contribución de un modelo de producción bioenergética a escala local al desarrollo del medio rural. El caso de la comarca de Odra-Pisuerga (Burgos)". *Ager: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, nº 15, pp. 153-188.

La profesora **Urbano López de Meneses** es Doctora Ingeniera Agrónoma por la Universidad Politécnica de Madrid y profesora titular de Universidad del Área de Economía, Sociología y Política Agraria de la Universidad de Valladolid. Su área de investigación son las cadenas de valor y el Marketing agroalimentario.



Ha dirigido y participado en una veintena proyectos competitivos de investigación, transferencia tecnológica y capacitación de diversas entidades como la Agencia Española de Cooperación Internacional, la Red Universitaria de Investigación sobre Cooperación para el Desarrollo, la Universidad Politécnica de Madrid y la Junta de Castilla y León.

Es o ha sido profesora visitante de 12 Universidades latinoamericanas y europeas.

Las últimas obras impresas sobre la temática de esta asignatura han sido:

Autores: Rondón, F. y Urbano López de Meneses, B.
Título: Análisis de la cadena de valor en República Dominicana: aproximación metodológica
Ref. CL Investigaciones Agrarias para un desarrollo sostenible: Estudio de casos internacionales. Urbano y González (coords.)
Volumen Número Páginas 316
Editorial: Universidad de León
Lugar de publicación AÑO 2014
ISSN: 978-9773-658-9

Autores: Beatriz Urbano López de Meneses
Título: ACOR: Una apuesta por la diversificación
Ref. CL El tamaño de las cooperativas agroalimentarias como factor de competitividad. Análisis de las fórmulas de crecimiento para alcanzarlo
Volumen 6 Número Páginas 181-200
Editorial: Fundación Cajamar. Serie Economía
Lugar de publicación: Almería AÑO 2014
ISSN: 1822-3230

Autores: Fernando González-Andrés y Beatriz Urbano López de Meneses
Título: The impact of the Free Trade Agreement on the Sustainable Rural Development of the Barahona Region in Dominican Republic
Ref. CL Proceedings of the 6th International Scientific Conference "Rural Development 2013"
Volumen 6 Número 1 Páginas 408-414
Editorial: Aleksandras Stulginskis University
Lugar de publicación: Kaunas, Lithuania AÑO 2013
ISSN: 1822-3230 print and ISSN: 2345-0916 online

Autores: Caballero Lázaro, R. y Urbano López de Meneses B.
Título: Análisis del sector vitivinícola en las DO de Castilla y León. Campaña 2012
Ref. Libro: Análisis del sector vitivinícola en las DO de Castilla y León. Campaña 2012
Volumen Número Páginas 72
Editorial: Fundación Cajamar
Lugar de publicación: Almería AÑO: 2013
Depósito Legal: AL-2924-2007
