

PROGRAMA DE POSTGRADO: **Desarrollo Sustentable de Regiones Indígenas**
 CURSO: **Comercialización y mercados solidarios**
 PROFESOR TITULAR: Dr. Carlos Aragón Gutiérrez
 CORREO ELECTRÓNICO: carlos.aragon@colpos.mx
 TELÉFONO: 222 285 14 42 Ext. 2086
 CLAVE DEL CURSO: DSI-610
 PRE-REQUISITOS: ninguno

TIPO DE CURSO:

- Teórico
 Práctico
 Teórico-Práctico

PERIODO:

- Primavera
 Verano
 Otoño
 No aplica

SE IMPARTE A :

- Maestría en Ciencias
 Doctorado en Ciencias
 Maestría Tecnológica

MODALIDAD:

- Presencial
 No presencial
 Mixto

HORAS CLASE:

Presenciales: 48 _____
 Extra clase: 144 _____
 Total: 192 _____

CREDITOS: 3

Nota: Un crédito equivale a 64 horas totales (presenciales y extra clases)

I. INTRODUCCIÓN

La mayoría de las Unidades de Producción Familiar (UPF) en México y particularmente en regiones indígenas, se vincula al mercado de manera muy limitada, por lo que venden sus productos a precios inequitativos, que en ocasiones son inferiores o muy similares a los costos de producción, situación que refuerza las condiciones de pobreza en las que viven. En el año 2018, 69.5% de la población indígena se encontraba en situación de pobreza (CONEVAL).

Se han desarrollado mercados y esquemas de comercialización alternativos al que impera en la actualidad, fundamentados en la Economía Solidaria, los cuales no tienen como objetivo lograr el máximo beneficio económico individual si para ello se debe competir contra los demás y soslayar los daños que genera al medio ambiente y a la sociedad. Las alternativas que se están impulsando tienen el propósito de establecer y mantener relaciones comerciales justas para productores y consumidores, así como conservar y revalorar la identidad y cultura de las regiones productoras de bienes y servicios, contribuir a mejorar su nivel de bienestar, y usar los recursos naturales de manera sustentable.

Los estudiantes de la maestría “Desarrollo Sustentable en Regiones Indígenas”, conocerán teorías, metodologías, principios, valores, características y estrategias de mercados solidarios y esquemas de comercialización que han demostrado su viabilidad para contribuir al desarrollo de las UPF en regiones indígenas. Con base en lo anterior, podrán conducir trabajos de investigación orientados a generar aportaciones que enriquezcan y profundicen ese cuerpo teórico y metodológico, particularmente para el contexto de las regiones indígenas.

II. OBJETIVO Y COMPETENCIAS

Objetivo general

Los estudiantes conocerán los fundamentos teórico-metodológicos y particularidades de los mercados solidarios y sus esquemas de comercialización, a fin de proponer adaptaciones innovadoras y así mejorar su pertinencia al contexto socioeconómico, cultural y natural de las regiones indígenas.

Competencia genérica

Conoce fundamentos teórico-metodológicos, principios, valores, características y funcionamiento de los mercados solidarios y sus diversas estrategias de comercialización, para formular y proponer innovaciones o modelos afines con el propósito de reforzar una plataforma científica que coadyuve a mejorar los niveles de bienestar de las UPF de manera sustentable, mediante relaciones comerciales equitativas.

Objetivos específicos

Los estudiantes conocerán los fundamentos teórico-metodológicos y particularidades de los mercados solidarios y sus esquemas de comercialización, a fin de proponer adaptaciones innovadoras y así mejorar su pertinencia al contexto socioeconómico, cultural y natural de las regiones indígenas.

- Conocer teorías, modelos y metodologías sobre mercados alternativos al que predomina actualmente e identificar su viabilidad, beneficios socioeconómicos y ambientales, así como sus limitaciones.
- Enriquecer y sustentar modelos alternativos de mercados que coadyuven a superar las relaciones comerciales excluyentes e injustas que caracterizan el intercambio comercial imperante, particularmente en regiones indígenas.
- Entender y revalorar relaciones comerciales ancestrales que aún se practican en comunidades indígenas, distinguiéndose por su equidad, pluralidad y reducción del impacto ambiental.

Competencias específicas

- Analiza modelos de mercados solidarios e identifica, selecciona y sistematiza aquellas características y particularidades que son apropiadas a las condiciones socioeconómicas y naturales de las regiones indígenas.
- Formula y propone modelos de mercados solidarios y de esquemas de comercialización innovadores para UPF en regiones indígenas, considerando el tipo y atributos del producto, el perfil de consumidores meta, volúmenes de producción, grado de asociación entre UPF y su cultura.
- Valora y considera las experiencias de comercialización de las UPF y genera empatía con ellas a partir de sus condiciones de pobreza y marginación.

III. CONTENIDO DEL CURSO

HORAS ESTIMADAS	TEMAS Y SUBTEMAS	OBJETIVOS DE LOS TEMAS
8	I. Marco teórico conceptual 1.1. Solidaridad 1.2. Mercado 1.3. Comercialización 1.4. Mercadotecnia	Conocer conceptos que dan fundamento a los mercados solidarios.
4	II. Mercados solidarios 2.1. Principios, valores y objetivos 2.2. Funciones 2.3. Actores 2.4. Modelos	Conocer y analizar de manera crítica las características y propiedades de los mercados solidarios, desde el contexto de regiones indígenas
16	III. Esquemas de comercialización en mercados solidarios 3.1. Comercio justo	Conocer relaciones comerciales alternativas

Conocer en campo experiencias exitosas de comercialización en regiones indígenas.
Trabajos en equipo

VI. ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

En el curso se emplearán las siguientes técnicas:

- a) Exposición e interacción del profesor con el grupo de estudiantes
- b) Debate de temas relacionados con los impactos del mercado imperante y de los mercados solidarios en el nivel de bienestar de las UPF en regiones indígenas.
- c) Diálogo en campo con integrantes de UPF en regiones indígenas.
- d) Recorridos de campo para conocer experiencias exitosas en comercialización logradas por UPF en regiones indígenas.

VII. NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

La evaluación del conocimiento y desempeño de los estudiantes se efectuará de la siguiente manera:

Dominio de conceptos y estrategias relacionados con los mercados solidarios	15%
Ensayos de análisis críticos sobre temas relacionados con esquemas de comercialización	25%
Trabajo de investigación acerca del esquema de comercialización que emplean UPF de una localidad indígena	25%
Formulación de un plan de comercialización	35%

VIII. INTEGRACIÓN Y ENTREGA DEL PORTAFOLIO DEL CURSO

La integración del portafolio de evidencias de la participación del curso constará de los siguientes materiales:

1. Dos evaluaciones del dominio de conceptos y estrategias relacionados con los mercados solidarios.
2. Dos ensayos sobre esquema de comercialización en mercados solidarios.
3. Un estudio del esquema de comercialización que emplean UPF de una localidad indígena.
4. Formulación de un Plan Estratégico de Comercialización.

IX. BIBLIOGRAFÍA

- Arcos, A. (2017). *Modelos de comercio y consumo justos y transformadores en lo local y en lo global*. Grupo Emaus Fundación Social. San Sebastián, España.
- Barrionuevo, N. (2018). *Identificación y caracterización de mecanismos de articulación de la oferta de la agricultura familiar a mercados*. Serie documento de trabajo N° 231. Rimisp, Quito, Ecuador.
- Cohen, W. (2007). Plan de Mercadotecnia. México. Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.
- Comisión Económica para América Latina (2016). *Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar*. Organización de las Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Comisión Económica para América Latina (2014). *Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición*. Organización de las Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Fabre, P. D. A. & Egea J. C. (2015). Los espacios de intercambio. Los tianguis de Páztcuaro (Michoacán, México), entre la tradición y las estrategias de supervivencia. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*. 61(2) 265-287.
- Ferrell, O; Hartline, M. y Lucas, G. (2002), *Estrategia de marketing*. México, Thomson Learning, Segunda edición.
- Fingermann, L. (2017) *Representaciones de los productores/feriantes de la Feria de Pequeños Productores Familiares Manos de la Tierra, del productor al consumidor, en torno a la construcción de mercados de la economía social y solidaria*. (Trabajo final integrador). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina.
- García, B, R., Rappo, M. S. E. & Temple, L. (2016). Innovaciones socioambientales en el sistema agroalimentario de México: los mercados locales alternativos (tianguis). *Agroalimentaria*, 22(43).
- González, O. F. & Vega, B. S. (2016). Mercados itinerantes. Estudio comparativo de dos mercados en México. *Revista de Ciencias Sociales*, I (151), 127-149
- Hair, J., Bush, R. y Ortinau, D. (2007). *Investigación de Mercados*. México. Editorial Mc Graw Hill.
- Harrison, R.; Newholm, T. y Shaw D. (2006), *The ethical consumer*, London, SAGE.
- INDAP-ODEPA-ACHIPIA-RIMISP (2015). *¿Cómo vender en circuitos cortos?. Desafíos y oportunidades para la agricultura familiar campesina*. Chile.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2017). *Comercio justo: un modelo alternativo y solidario para vincular a los pequeños productores con los mercados*. Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo. San José, C.R.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). *Manual. 5: el mercado y la comercialización*. San José, C.R.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003), *Fundamentos de Marketing*. México, Pearson Educación.

- Martinetti, Ana Flavia (2014). Los mercados solidarios desde la economía social y solidaria. La experiencia de AFIH. *III Jornada Nacionales sobre estudios regionales y mercados de trabajo. Universidad Nacional de Jujuy (Facultad de Cs. Económicas y Unidad de Investigación en Comunicación, Cultura y Sociedad de la Facultad de Humanidades y Cs. Sociales) y Red SIMEL, San Salvador de Jujuy.*
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, Organización Mundial de la Salud. (2007). *Alimentos Producidos Orgánicamente* (3ra. Edición). Roma: Autor.
- RIMISP (2015). *Agricultura Familiar y Circuitos Cortos en Chile Situación actual, restricciones y potencialidades.* Santiago de Chile.
- Tabra, O. E. Paul. (2017). *Ética y solidaridad: Perspectivas históricas y normativas. Globethics.net Focus No. 38. Suiza.*
- Viteri, M. L., Moricz, M. & Dumrauf, S. (2019). *Mercados: diversidad de prácticas comerciales y de consumo.* Buenos Aires, Ediciones INTA.