

EDITORIAL.

En este quinto ejemplar de la revista se puede apreciar la diversidad y calidad de los contenidos que se trabajan dentro de la Facultad de Agronomía, especialmente en la Licenciatura en Administración de Negocios Agropecuarios. Los temas pasan por temas de interés de los negocios ganaderos, agrícolas, por políticas agropecuarias nacionales, el rol de la extensión en sectores productivos, la agricultura familiar y el cooperativismo como herramienta asociativa para el agro.

La vocación de las/os autoras/es por comunicar ideas, razonamientos, resultados, problemas, preguntas... está clara. Las universidades nacionales somos un vehículo y un camino para construir y comunicar conocimiento; los docentes, graduados y estudiantes son los actores que deben apropiarse de este fin, siempre con el compromiso de abordar con calidad problemas que mejoren las posibilidades de desarrollo de la provincia y la nación.

Nuevamente ponemos a disposición de la sociedad en general y de la comunidad académica en particular, trabajos, evaluados por un comité que contribuye a mejorar calidad, que apuntan a contribuir a mejorar las interpretaciones de los negocios agroalimentarios del centro del país.

El primer trabajo aborda la posibilidad de contar con mercados de futuros para animales bovinos; oportunidad que mejoraría de manera notable la toma de decisiones comerciales y la planificación de los negocios ganaderos de Argentina.

La siguiente contribución se enfoca en desarrollar una perspectiva sobre lo sucedido en el marco de las retenciones al

agro, haciendo un repaso de los diferentes sucesos que acontecieron y marcaron el desarrollo del tema, desde el 2008 hasta la actualidad.

El tercer trabajo expone, analiza y entrelaza las diferentes vertientes teóricas que tratan de explicar la toma de decisiones de los agentes económicos; poniendo en valor los problemas y aciertos vinculados a la información, el riesgo y la racionalidad.

El cuarto artículo se enfoca en el rol de la extensión universitaria en las pequeñas y medianas empresas porcinas, invitando a reflexionar sobre los procesos de construcción colectiva, retroalimentación y aprendizaje entre los actores participantes.

El siguiente trabajo analiza de manera concreta los conceptos vinculados a la compra de insumos agropecuarios mediante cooperativas. La última contribución presenta una innovación comercial de la agricultura familiar de la provincia de Córdoba; una nueva estrategia comercial que mejoró las posibilidades de visibilización de los actores involucrados.

Todos los contenidos son resultado de esfuerzos individuales y grupales de los autores, y también del esfuerzo institucional por mantener y mejorar este tipo de espacio de conocimiento y reflexión para la comunidad y el sector agroalimentario. A 60 años de la creación de la Facultad de Agronomía, seguiremos por este camino.

Lic. Dr. FERRO MORENO, Santiago.
Director de la RNA.