

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE AGRONOMIA

COMERCIALIZACION AGROPECUARIA
Programa de Examen
Ciclo Lectivo 1996.



CAPITULO 1.

INTRODUCCION Y CONCEPTO DE MERCADOS AGRICOLAS.

1. CONCEPTOS DE MERCADO Y DE COMERCIALIZACION. 2. CONTRIBUCIONES DEL MERCADO AL DESARROLLO; 3. CONFLICTOS E INTERESES EN LA POLITICA DE MERCADO AGRICOLA; 4. DUALISMO TECNOLOGICO EN LA COMERCIALIZACION AGRICOLA; 5. LA INVESTIGACION EN COMERCIALIZACION AGROPECUARIA. 5.1. METODOS EXPEDITIVOS: SONDEO DE MERCADO. 5.2. ANALISIS DE ESTRUCTURA, CONDUCTA Y FUNCIONAMIENTO, 5.3. MEDIDAS DE ESTRUCTURA DEL MERCADO AGROPECUARIO, 5.4. MEDIDAS DE CONDUCTA DEL MERCADO AGROPECUARIO, 6. MEDIDAS DE DESEMPEÑO DEL MERCADO AGROPECUARIO; 7. BIBLIOGRAFIA.

CAPITULO 2.

ESTIMACION DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS AGRICOLAS

1. TEORIA DE LA DEMANDA, 2. FACTORES QUE AFECTA LA DEMANDA DE PRODUCTOS AGRICOLAS, 3. DEMANDA AGREGADA DE PRODUCTOS AGRICOLAS, 4. DEMANDA ESTÁTICA Y DINÁMICA, 5. LA FUNCIÓN DE ENGEL Y LA ELASTICIDAD DE CALIDAD. 6. DEMANDA PRIMARIA Y DEMANDA DERIVADA, 7. FLEXIBILIDAD PRECIO DE LA DEMANDA, 8. RELACIONES ENTRE ELASTICIDADES DE LA DEMANDA, 9. ELASTICIDAD TOTAL DE LA DEMANDA, 10. MODELO DE PARCELA DE MERCADO, 11. DEMANDA DE ALMACENAMIENTO, EXPORTACION Y CONSUMO INTERNO, 12. DEMANDA AGRÍCOLA ESTRUCTURAL Y SUS PROYECCIONES. 13. BIBLIOGRAFIA.

CAPITULO 3.

ESTIMACION DE LA OFERTA DE PRODUCTOS AGRICOLA

1. TEORIA DE LA OFERTA TOTAL, 2. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA DE PRODUCTOS AGRICOLAS, 3. TEORIA DE OFERTA DE MERCADO, 4. OFERTA AGREGADA Y OFERTA DE PRODUCTOS ESPECIFICOS, 5. RESPUESTAS EN AREA Y RENDIMIENTO AGRICOLA, 6. TEORIA DE OFERTA ESTÁTICA Y DINÁMICA, 7. OFERTA DE EXPORTACION, 8. ESTIMACIONES INDIRECTAS DE LA OFERTA AGRICOLA, 9. PRINCIPIO DE LA IRREVERSIBILIDAD EN LA FUNCIÓN DE OFERTA AGRICOLA, 10. OFERTA DE PRODUCTO STOCK DE CAPITAL, 11. OFERTA DE LAS CULTURAS PERENNES, 12. SIMULTANEIDAD DE LA OFERTA Y DEMANDA AGRICOLA. 13. BIBLIOGRAFIA.

CAPITULO 4.

ANALISIS DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS

1. TEORIA DE LA DETERMINACION DE LOS PRECIOS; 2. FUNCIONES DE PRECIOS AGRICOLAS Y SUS CARACTERISTICAS; 3. VARIACIONES EN EL TIEMPO, ESPACIO Y CALIDAD DE LOS PRECIOS AGRICOLAS; 4. RELACIONES ENTRE LOS INDICES GENERALES DE PRECIOS Y LOS INDICES DE PRECIOS AGRICOLAS; 5. TÉRMINOS DE INTERCAMBIO; 6. EL MODELO DE LA TELA DE ARANA; 7. PROYECCIONES DE LOS PRECIOS FUTUROS. 8. EL ESTUDIO DE MERCADO EN UN PROYECTO AGRICOLA 9. BIBLIOGRAFIA.

CAPITULO 5.
COSTOS Y EFICIENCIA DE COMERCIALIZACION

1. PRINCIPIOS DE COSTOS DE COMERCIALIZACION. 2. CUANTIFICACION DE FUNCION DE COSTOS. 3. CONCEPTOS DE EFICIENCIA DE COMERCIAL; 4. VOLÚMENES ÓPTIMOS DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIAL; 5. MAXIMIZACIÓN DE LA EFICIENCIA TECNICA DE COMERCIALIZACION; 6. BIBLIOGRAFÍA.

CAPÍTULO 6.
MARGENES DE COMERCIALIZACION AGRICOLA

1. TEORÍA DE LOS MÁRGENES DE COMERCIALIZACION ; 2. COMPONENTES DEL MARGEN DE COMERCIALIZACION 3. MÁRGENES DE COMERCIALIZACION. 4. FACTORES QUE AFECTAN LOS MÁRGENES DE COMERCIALIZACION; 5. MARGEN BRUTO Y LIQUIDO DE COMERCIALIZACION; 6. LA CANASTAS DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS. 7. MODELOS ANALÍTICOS DE LOS MÁRGENES DE COMERCIALIZACION; 8. BIBLIOGRAFÍA.

CAPITULO 7.
MERCADOS DE INSUMOS AGRICOLAS

1. TEORIA DE OFERTA Y DEMANDA DE INSUMOS: DEMANDA DE FACTORES DE PRODUCCION Y OFERTA DE MANO DE OBRA, TIERRA Y CAPITAL AGRICOLA. 2. PRECIOS Y OFERTA DE INSUMOS EN LA AGRICULTURA; 3. MÁRGENES DE COMERCIALIZACION DE INSUMOS AGRICOLAS; 4. OFERTA Y DEMANDA DE INSUMOS AGRICOLAS: EJEMPLOS ; 5. MERCADO DE AGROQUIMICOS EN ARGENTINA. 6. BIBLIOGRAFÍA.

CAPITULO 8.
MERCADOS DE ESPECIALIDADES

1. LOS CAMBIOS EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL Y LOS IMPACTOS EN EL CONSUMO Y DISTRIBUCION ALIMENTARIA. 1.1. LA DEMANDA ALIMENTARIA EN LA DECADA DEL NOVENTA. CAMBIOS EN LOS HABITOS DE CONSUMO. 1.3. LAS NUEVAS TENDENCIAS EN LA COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION DE PRODUCTOS FRUTIHORTICOLAS FRESCOS. 1.4. LA COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO DE CONTRAESTACION. PERSPECTIVAS DE LA DEMANDA DE AMERICA LATINA Y CARIBE. 2. CARACTERISTICAS DE LOS GRANDES BLOQUES COMERCIALES Y SU INCIDENCIA PARA ARGENTINA. LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA. 2.2. EL MERCOSUR. 2.3. EL NAFTA. 3. EL MERCADO DE PRODUCTOS ORGANICOS. 3.1. EL PORQUE DE LAS PRODUCCIONES ORGANICAS. 3.2. QUE ES LA AGRICULTURA ORGANICA. 3.3. EL MERCADO DE PRODUCTOS ORGANICOS. 3.4. LIMITANTES ACTUALES EN LA EXPANSION DEL MERCADO. 3.5. PERSPECTIVAS ARGENTINAS. 3.5.1. PROBLEMAS QUE SE DEBE ENFRENTAR. 3.5.2. CERTIFICACION DE PRODUCTOS ORGANICOS. 3.5.3. REQUISITOS PARA LA EXPORTACION. 3.6. BIBLIOGRAFIA. 4. EL MERCADO FRUTIHORTICOLA. 4.1. SUBSECTOR FRUTAS. 4.2. SUBSECTOR HORTALIZAS. 4.3. PRINCIPALES VARIETADES EXISTENTES DE FRUTALES Y HORTALIZAS. 4.4. NUEVAS TENDENCIAS EN LAS VARIETADES FRUTICOLAS. 4.5. NORMAS DE EMPAQUE, CONSERVACION E IDENTIFICACION DE FRUTAS CITRICAS Y NO CITRICAS. 4.6. EL PROCESO DE EXPORTACION. 4.6.1. SINOPSIS DEL ENVIO DE UNA MUESTRA SEGUIDA DE UNA EXPORTACION VIA MARITIMA Y VIA AEREA. 4.6.4. OPCIONES DE VENTAS PARA LAS EXPORTACIONES. 4.6.5. EL PRECIO DE EXPORTACION. 4.7. EL TRANSPORTE AL EXTERIOR. 4.7.1. EL FLETE Y SUS RECARGOS: ENVASES, EMPALAJES, REQUISITOS Y CONDICIONES. 4.7.5. ELEMENTOS PARA PRESERVACION Y AGILIZACION DE CARGAS (PALETS, CONTAINERS, ETC.). 4.7.6. LA CADENA FRIGORIFICA. 4.7.7. CONDICIONES DEL FLETE MARITIMO Y SECUENCIAS DE ENVIO POR VIA AEREA Y MARITIMA. 4.7.8. CONDICIONES Y FORMAS USUALES DE CONTRATAR EL TRANSPORTE. 4.7.9. TARIFFAS AEREAS, MARITIMAS Y TERRESTRES. 4.7.10. POLIZAS. 4.7.11. MEDIDAS DE DESREGULACION DEL TRANSPORTE Y CADENA DE DISTRIBUCION

FÍSICA. 4.7.12. EMPAQUETAMIENTO DE FRUTAS Y VEGETALES FRESCAS PARA EL MERCADO INTERNACIONAL. 5. EVOLUCIÓN DEL SISTEMA AGRO ALIMENTARIO: 5.1. TRANSFORMACIONES ECONÓMICAS Y SISTEMAS AGRO ALIMENTARIOS. 5.2. LA GLOBALIZACIÓN Y LAS PAUTAS DEL CONSUMO LOCAL. 5.3. TRANSFORMACIÓN Y DINAMISMO DEL MERCADO INTERNO Y EXTERNO. 5.4 LA HEGEMONÍA DE LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO EN EL SECTOR AGROPECUARIO. 5.5. EL FUTURO DE LA ORGANIZACIÓN AGROALIMENTARIA. 5.6. LA INTEGRACIÓN VERTICAL EN EL COMERCIO AGRO ALIMENTARIO. 5.6.1. INTEGRACIÓN VERTICAL POR PROPIEDAD JURÍDICA. 5.6.2. INTEGRACIÓN VERTICAL POR CONTRATOS. 5.6.3. INTEGRACIÓN VERTICAL ASOCIATIVA. 5.6.4. INTEGRACIÓN VERTICAL POR PODER DE MERCADO. 5.6.5. RESUMEN. 6. FORMAS ASOCIATIVAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN. 6.1. FORMAS ASOCIATIVAS VERTICALES Y CADENAS AGRO ALIMENTARIAS. 6.2. EL FIN DE LAS VENTAJAS COMPARATIVAS. 7. BIBLIOGRAFÍA.

CAPITULO 9.

MERCADOS DE COMMODITIES: GRANOS Y CARNES .

1. IMPORTANCIA DEL MERCADO MUNDIAL DE TRIGO: SITUACIÓN DE ARGENTINA. 2. MERCADOS DE GRANOS: EVOLUCIÓN DE LAS VARIABLES FUNDAMENTALES: TRIGO, GRANOS FORRAJEROS, OLEAGINOSOS: SOJA, GIRASOL. 3. EL ESTANDAR Y EL COMERCIO DE GRANOS: ASPECTOS PRACTICOS Y DE CALIDAD. 4. LA CALIDAD EN EL MERCADO DE TRIGO, 5. EL COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS GRANOS, SU INCIDENCIA Y PROYECCIONES. 6. MERCADO DE CARNES VACUNAS Y PORCINAS. 7. BIBLIOGRAFÍA.

CAPITULO 10.

INSTRUMENTOS COMERCIALES

1. IMPORTANCIA DE LOS MERCADOS FUTUROS. 1.1. INTRODUCCIÓN 1.2. DESARROLLO ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE LOS MERCADOS. 1.3. MECANISMOS DEL MERCADO FUTURO Y BENEFICIOS PARA EL PRODUCTOR. 1.4. CONCLUSIONES. 2. CONCEPTOS BASICOS SOBRE MERCADOS FUTUROS. 2.1. DIFERENCIAS ENTRE CONTRATOS A PLAZO Y CONTRATOS FUTUROS. 2.2. POSICIONES LARGA Y CORTA. 2.3. RELACIONES ENTRE LA COTIZACIÓN A CONTADO Y LA COTIZACIÓN FUTUROS. 2.4. LIQUIDACION EN EFECTIVO O MEDIANTE ENTREGAS DEL ACTIVO SUBYACENTE. 3. CONCEPTOS SOBRE OPCIONES DE FUTUROS AGRICOLAS. 3.1. INTRODUCCIÓN. 3.2. OPCIONES SOBRE LOS CONTRATOS FUTUROS. 3.3. VOCABULARIO BÁSICO DE OPERATORIAS CON OPCIONES. 3.4. COMO SE OPERA EN OPCIONES. 4. ESTRATEGIAS CON OPCIONES AGRICOLAS. 4.1. INTRODUCCION. 4.2. PRINCING DE LAS OPCIONES PARA FUTUROS DE TRIGO. 4.3. ESTRATEGIAS PARA EL ARBITRAJE. SOJA Y TRIGO. A) COMPRAS DE PUTS: FIJACION DE UN PRECIO MINIMO DE VENTA. B) VENTA DE PUTS: PARA AUMENTO DE LOS INGRESOS. C) COMPRA DE CALLS: PARA FIJAR UN PRECIO MAXIMO DE COMPRA. D) VENTA DE CALLS: PARA AUMENTO DE LOS INGRESOS. 5. BIBLIOGRAFIA. 5. PREFINANCIACIÓN DE EXPORTACIONES: CONCEPTOS. 5.1. PREFINANCIACIONES: UN CREDITO AL ALCANCE DEL PRODUCTOR. 6. WARRANTS: CONCEPTOS BASICOS. 6.1. INSTRUMENTOS AL ALCANCE DEL PRODUCTOR: EL WARRANT.

Cuerpo docente

Profesor Asociado: Dr. Reinaldo Muñoz, Jefes de Trabajos Practicos:
Candidatos a MS, Sergio Cutra, Javier García Guerrero.