

Programa Regular de asignatura

- **Denominación de la Asignatura:** Mercados Agropecuarios
- **Carreras a la cual pertenece:** Licenciatura en Administración Agraria
- **Ciclo lectivo:** 2019
- **Docentes:** Dr. Luis Alejo Balestri
- **Carga horaria semanal:** 4 horas

Fundamentación

Con la presente asignatura se inicia el ciclo de educación de los estudiantes en aspectos comerciales, es decir, en tratar de darle un destino útil a la producción de los emprendimientos.

Este primer abordaje será realizado desde los “mercados” donde se produce la primera formación de precios, apenas superada la tranquera de los establecimientos agropecuarios.

Desde lo metodológico, el estudio de la formación de precios será realizado con una mirada integral sobre todo el proceso comercial considerado como un sistema, ejercitando la identificación de la estructura comercial y las diversas funciones que se realizan hasta su destino final en la mesa del consumidor.

De ese modo, luego de repasar la teoría económica explicativa de los precios entraremos en la aplicación de la misma a los precios agropecuarios, con especial detenimiento en los mercados institucionalizados más importantes de nuestra realidad argentina.

El paso siguiente será introducirnos en el sistema de comercialización reconociendo sus límites y objetivos y realizando el análisis estructural que supone identificar los actores sociales intervinientes y el análisis funcional de las distintas actividades que ocurren en el recorrido de los bienes.

Cerraremos con la caracterización de los canales comerciales y los flujos que recorren el sistema, los costos implicados, los procesos políticos de coordinación y el modo con que se reparte entre los actores sociales los importes pagados por los consumidores. Dado que los sistemas comerciales son abiertos y jerárquicos ubicaremos el sistema descrito en el proceso de formación internacional de precios.

Objetivos Generales

- Que los estudiantes expliquen el proceso de formación de precios y las características de los productos agropecuarios.
- Que los estudiantes identifiquen actores sociales intervinientes, los vínculos entre ellos y las funciones que se cumplen.
- Que los estudiantes desarrollen estudios comerciales sistémicos de las formas organizativas que se dan en la comercialización de diversos productos.
- Que los estudiantes describan los modos con que se coordinan los diversos canales comerciales y la influencia de los precios internacionales.

Contenidos mínimos:

Mercado. Mercados institucionalizados y no institucionalizados. Localización de mercados y estacionalidad de la oferta. Oferta y Demanda. Elasticidades. Formación de precios. Elasticidades. Commodities vs specialities. FAS, FOB; CIF, FAS (real y teórico). Tipo de Cambio efectivo, Retenciones. Competencia perfecta e imperfecta: formadores y tomadores de precios. Bienes transables y no transables. Comercialización. Concepto, importancia. Procesos productivo y comercial: diferencias. Valor agregado. Estructura comercial; productores, comerciantes, auxiliares, facilitadores. Canales de comercialización. Mercados disponibles y futuros. El Estado como sujeto regulador. Funciones; de intercambio, físicas y facilitadoras. Organización comercial: canales, cadenas, tramas y redes. Costos y márgenes de comercialización. La logística del producto. La función del transporte. Su incidencia en el costo del producto. Estructura del transporte en la Argentina.

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad Temática I: Formación de precios

Precios. Funciones e importancia de los precios. Mercado; acepciones. Institucionalizados y no institucionalizados. Formación de precios. Demanda; características y determinantes. Elasticidad de la demanda. Productos comunes y especialidades. Teorías explicativas. Oferta; características, determinantes y elasticidad. Teorías explicativas. Teoría de la Empresa. Equilibrio. Competencia Perfecta. Función de producción. Funciones de costos. Función de ingreso. Beneficio normal y extraordinario. Oferta individual

Unidad Temática II: Competencia imperfecta

Estructura de los mercados. Competencia perfecta e imperfecta. Monopolio, causas, equilibrio y comparación. Innovación. Discriminación de precios. El Oligopolio, soluciones, liderazgo, teoría de los juegos. Competencia monopolística. Crítica a la teoría neoclásica.. Comportamiento estratégico. Paradigma ECR. Poder de mercado. Fuentes de dominancia: concentración, barreras, diversificación, integración, otras.

Unidad Temática III: Precios agropecuarios

Naturaleza de los productos agropecuarios. Mercados encadenados. Demanda y oferta derivada. Vinculación en la formación de precios. Formadores y tomadores de precios. Margen comercial. Correlación de precios. Bienes transables y no transables. Influencia de mercados externos. Cláusulas comerciales. Incoterms. Modos de atenuar el impacto. Influencia del tipo de cambio. Herramientas usadas. Precios teóricos y reales.

Unidad Temática IV: Precios agropecuarios

Precios en el tiempo. Almacenaje y utilidades de tiempo. Costo del almacenaje. Precios estacionales y cíclicos. Ciclos ganaderos. Efectos del almacenaje. Variaciones seculares y coyunturales. Series de precios. Mercados disponibles y a término. Precios en el espacio. Transporte y utilidades de espacio. Costo del transporte. Equilibrio con consumo y producción localizada. Equilibrio con consumo en un punto y producción dispersa. Precios en la forma. Costo de la transformación. Usos alternativos. Estado y formación de precios. Regulación de los precios. Intervención directa e indirecta. Regulación comercial. Entes involucrados.

Unidad Temática V: Comercialización

Distribución y comercialización. Concepto e importancia. Característica del proceso.

Utilidades y valor agregado. Análisis sistémico. Objetivos del sistema. Subsistemas: Organización comercial de la producción, organización de la oferta, organización de la agroindustrial y organización de la distribución. Aspectos: Localización, estacionalidad, dominio jurídico, presentación. Vínculos entre actores. Entorno internacional. Efecto de la transabilidad. Sistemas complejos. Pasos. Productos comunes y especialidades.

Unidad Temática VI: Análisis Estructural

Concepto de estructura. Análisis estructural. Actores. Comerciantes. Tipos y retribución. Productores. Agroindustrias. Grandes Áreas de comercio. Auxiliares. Tipos y remuneración. Comisión. Consignación y Consignatario. Comisionistas. Corredores y agentes. Cooperativas. Agentes facilitadores: transportistas, almacenadores, industrializadores: por cuenta propia y de terceros, asesores, otros.

Instituciones. El Estado como sujeto.

Mercados institucionalizados. Organización y servicios. Transparencia Mercado de granos. Mercado de hacienda. Mercado central. Mercado de flores. Mercados de hortalizas. Organización. Modos de transacción. Mercados en internet.

Unidad Temática VII: Función de intercambio

Utilidad de posesión. Contrato de compraventa. Características. Elementos del contrato. Precio. Formalidades. Documentación. Obligaciones. Tipos. Venta de cosa futura. Métodos: por inspección, por muestra, por descripción. Función de asignación: regateo, subasta, venta al oído. Cotización. Contrato de suministro (agroindustrial). Características. Objeto. Partes. Implicancias

Unidad Temática VIII: Funciones físicas

Utilidades agregadas: forma, espacio y tiempo. Acopio: función. Centros de acopio. Almacenaje: Prestatarias. Lugares. Empresas Depositarias. Costos. Transformación: procesamiento y conservación. Niveles de transformación. Clasificación y normalización. Tipificación. Diferencia. Factores de calidad. Transporte. Modalidades. Prestatarios. Costos. Información comercial. Servicios de pizarra.

Unidad Temática IX: Funciones facilitadoras o auxiliares

Financiamiento: utilidad. Crédito bancario y comercial. Warrant. Otros medios crediticios. Asunción y cobertura de riesgos. Riesgos físicos: Cuidados. Contrato de seguros. Riesgo financiero. Contratos de futuros y opciones. Promoción de mercados. Transformación por cuenta de tercero. Contrato de Maquila (fasón). Características. Objeto. Partes. Implicancias.

Unidad Temática X: Canales Comerciales

Canales comerciales. Flujograma. Red de canales. Niveles. Flujos ascendentes y descendentes. Construcción de los canales. Objetivo del estudio. Márgenes comerciales: del canal y de los actores. Participación. Evaluación de los canales. Eficiencia y eficacia. Estructura, conducta y desempeño.

Unidad Temática XI: Coordinación de los Canales Comerciales

Coordinación. Concepto. Reglas. Coordinación en el mercado: Dominancia, control societario, aspectos definidos. Fuentes de poder. Coordinación por integración. Concepto. Integraciones que refuerzan la dominancia. Integración vertical. Integración contractual. Integración que limitan la dominancia. Integración vertical. Integración asociativa. Formas jurídicas. Las cooperativas. Concepto de cadenas y tramas.

Unidad Temática XII: Comercio internacional

Comercio internacional agrario: Estructura ideológica. Globalización. Organismos y rondas. Integraciones regionales. Instrumentos de intervención actuales: económicos y para-arancelarios. Producción y consumo mundial. Exportadores e importadores. Mercados y Precios internacionales. Incoterms. Protección de mercados y segmentación. Formación de precios teóricos.

Bibliografía Obligatoria:

Unidad Temática I: Formación de precios

Mochon, A, y Beker, V. (2008) **Economía. Principios y Aplicaciones**. Mc Graw-Hill. España. Cuarta Edición.

Saravia, Biasotti y Balestri (2014) **Comercialización y mercados agropecuarios**. Cuadernos de la Cátedra Industrialización y comercialización de Productos y Subproductos Pecuarios, Facultad de Ciencias Veterinarias, UNLPam.

Unidad Temática II: Competencia Imperfecta

Mochon, A, y Beker, V. (2008) **Economía. Principios y Aplicaciones**. Mc Graw-Hill. España. Cuarta Edición

Saravia, Biasotti y Balestri (2014) **Comercialización y mercados agropecuarios**. Cuadernos de la Cátedra Industrialización y comercialización de Productos y Subproductos Pecuarios, Facultad de Ciencias Veterinarias, UNLPam.

Unidad Temática III: Precios agropecuarios

Caldentey Albert P. y Gómez Muñoz, A (1993) **Economía de los mercados agrarios**. Mundi Prensa. España.

Saravia, Biasotti y Balestri (2014) **Comercialización y mercados agropecuarios**. Cuadernos de la Cátedra Industrialización y comercialización de Productos y Subproductos Pecuarios, Facultad de Ciencias Veterinarias, UNLPam.

Unidad Temática IV: Precios agropecuarios

Caldentey Albert P. y Gómez Muñoz, A (1993) **Economía de los mercados agrarios**. Mundi Prensa. España.

Coscia, Adolfo. (1978) **Comercialización de productos agropecuarios**. Hemisferio Sur. Argentina

Mendoza, G. (1987) **Compendio de mercadeo de productos agropecuarios**. IICA San José de Costa Rica.

Unidad Temática V: Comercialización

Balestri, L. y Saravia, C. (2006) **Sistema comercial agropecuaria** Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Caldentey Albert, P y Haro Jiménez, T (2004) **Comercialización de productos agrarios**. Editorial Agrícola Española-Mundi Prensa

Coscia, Adolfo. (1978) **Comercialización de productos agropecuarios**. Hemisferio Sur. Argentina

Mendoza, G. (1987) **Compendio de mercadeo de productos agropecuarios**. IICA San José de Costa Rica.

Unidad Temática VI: Análisis Estructural

Balestri, L. y Saravia, C. (2006) **Sistema comercial agropecuaria** Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina.

Balestri, Saravia, Poma y Paggi: (2011) **Sistemas agroalimentarios y agroindustriales**. Cuaderno de Cátedra. FCV-UNLPam

Código Civil y Comercial de la Nación. Infojus. 2015. Título IV. Capítulo IX. Contrato de Consignación.

Coscia, Adolfo. (1978) **Comercialización de productos agropecuarios.** Hemisferio Sur. Argentina

Saravia, C., Balestri, L y Tapia, G. (2007) **Agroindustrias** Cuaderno de cátedra. Facultad de Agronomía, UNLPam. Argentina

Unidad Temática VII: Función de Intercambio

Código Civil y Comercial de la Nación. Infojus. 2015. Título IV. Capítulo I. Contrato de compraventa y Capítulos III Contrato de Suministro.

Farroni, M. (2013) **Contratos Agroindustriales: A la búsqueda del equilibrio entre el sector agropecuario y la industria.** Revista Pilquen. Sección Agronomía. Año XV N° 13.

Mendoza, G. (1987) **Compendio de mercadeo de productos agropecuarios.** IICA San José de Costa Rica.

Unidad Temática VIII: Funciones físicas

Código Civil y Comercial de la Nación. Infojus. 2015. Título IV. Capítulo VII. Contrato de Transporte de cosas.

Mendoza, G. (1987) **Compendio de mercadeo de productos agropecuarios.** IICA San José de Costa Rica.

Unidad Temática IX: Funciones facilitadoras o auxiliares

Coscia, Adolfo. (1978) **Comercialización de productos agropecuarios.** Hemisferio Sur. Argentina

Ley 25113. **Contrato de Maquila.** Infojus, 1999.

Mendoza, G. (1987) **Compendio de mercadeo de productos agropecuarios.** IICA San José de Costa Rica.

Unidad Temática X: Canales comerciales

Coscia, Adolfo. (1978) **Comercialización de productos agropecuarios.** Hemisferio Sur. Argentina

Mendoza, G. (1987) **Compendio de mercadeo de productos agropecuarios.** IICA San José de Costa Rica.

Unidad Temática XI: Coordinación de los Canales Comerciales

Balestri y Saravia (2016) **Gobernación y Juegos de Poder en los Complejos Agroalimentarios**. Revista Negocios Agroalimentarios N°1. Facultad de Agronomía. UNLPam.

Mendoza, G. (1987) **Compendio de mercadeo de productos agropecuarios**. IICA San José de Costa Rica.

Unidad Temática XII: Comercio internacional

Arceo, E. y Urturi, M. (2010) Centro, Periferia y transformaciones en la economía mundial. CEFIDAR.

Biasotti, L (2006) Comercialización Internacional Agraria. Cuadernos de cátedra. Facultad de Ciencias Veterinarias. UNLPam.

Páginas web recomendadas de consulta permanente y búsqueda de datos

AACREA En www.aacrea.org Argentina.

Bolsa comercio de Rosario. En www.bcr.com.ar Argentina

Consejo Federal de Inversiones. En www.cfired.org.ar Argentina.

FAO En www.fao.org Italia.

FAO Latinoamérica. En www.rlc.fao.org Chile.

Fundación Producir Conservando. En www.producirconservando.gob.ar Argentina.

INDEC En www.indec.gob.ar Argentina.

INTA En www.inta.gov.ar Argentina. INTA. Instituto de Economía y Sociología. En www.inta.gob.ar Argentina.

Ministerio de Agroindustrias, República Argentina, en www.agroindustrias.gob.ar

Ministerio de Economía y Producción, República Argentina. Información legislativa. En www.mecon.gob.ar. y www.infoleg.mecon.gob.ar Argentina.

Servicio Nacional de Calidad Agroalimentaria (SENASA) En www.senasa.gob.ar Argentina.

Bibliografía de consulta:

- Balán, O. (2001) **Los impuestos y la actividad agropecuaria**". Consejo Profesional de Ciencias
- Bisang, R. (2008) **La Agricultura argentina: cambios recientes, desafíos futuros y conflictos latentes**. Área América Latina del Real Instituto Elcano. Madrid

- Caldentey Albert, P. (1994) **Marketing Agrario**. 2° Edición. Mundi Prensa. Madrid.
- Cetrangolo, H. (2006) **Marco Teórico de los Agronegocios y el estudio de las cadenas agroalimentarias**. Cátedra Sistemas Agroalimentarias. UBA.
- FAO (2012) **Derecho a la alimentación, seguridad y soberanía alimentaria**. Asamblea Ordinaria del Parlamento Latinoamericano. FAO. Panamá.
- Fernández, S. (2013) **Agroindustria: hacia un enfoque de cadenas globales de valor**. Revista Voces de Fenix. UBA.
- Formento, S. (2003) **Empresa agraria y sus contratos de negocios** Editorial Facultad Agronomía. UBA. Argentina.
- Fornillo, B. (2014) **¿Commodities, bienes comunes o recursos estratégicos?** Revista Nueva Sociedad N° 252. Caracas
- Guerra Espinel, G y Aguilar Valdés, A. (1995) **Guía del mercadeo para la administración de agronegocios**. IICA. Ed. Limusa UTEHA. Méjico.
- Hirshleifer, J. (1986) **Teoría de los Precios y sus aplicaciones**. Prentice Hall. Méjico.
- Obschatko, E.; Basañes, C. y Martini, G. (2011) **Las Cooperativas Agropecuarias en la República Argentina**. IICA. Buenos Aires.
- Ponce J. (1996) **Aspectos económicos de la comercialización y los mercados agropecuarios** Gráfica Noroeste. Tucumán, Argentina.
- Pons, R. (1991) **Comercialización de la producción**. Fundación Universidad de Belgrano. Argentina.
- Shepherd, A. (1995) **Guía para el cálculo de los costos de comercialización**. FAO. Italia.
- Teubal, M. (1995) **Globalidad y expansión agroindustrial. ¿Superación de la pobreza en América Latina** Corregidor. Argentina
- Teubal, M. y Rodríguez, J. (2002) **Agro y alimentos en la globalización: una perspectiva crítica** La Colmena. Argentina

Propuesta pedagógica didáctica

En el dictado del curso se implementarán dos formas: clases expositivas y aula taller

Las clases expositivas o teóricas son explicaciones brindadas por el profesor sobre los diversos temas y las referencias bibliográficas para ampliar los contenidos. Serán realizadas con soportes informáticos (proyección de diapositivas y uso de la Internet en búsqueda de casos), además del consabido pizarrón.

Las aulas taller son procesos de construcción grupal del conocimiento que supone la asignación de un producto a investigar y la aplicación al mismo de los diversos procedimientos desarrollados a lo largo del curso. El trabajo será supervisado por el docente y finalizará con la presentación de un informe y su exposición.

Está previsto en cada encuentro el desarrollo de un tema teórico y su aplicación al producto asignado.

Régimen de aprobación

La evaluación consistirá en dos exámenes parciales y la presentación de los informes de aulas taller. Cuando el estudiante esté en condiciones de aprobar la asignatura sin examen final se realizará un coloquio de integración.

En situaciones restantes, la aprobación será a través de un examen final. En caso de exámenes libres será necesario presentar un informe sobre la comercialización de un producto.

Dr. Luis Alejo Balestri

Profesor

Mercados Agropecuarios

Tecnicatura Universitaria Emprendimientos Productivos

U.N.A.J.