



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA ANTONIO NARRO



PROGRAMA ANALÍTICO

FECHA DE ELABORACIÓN:
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DE LA MATERIA:	MERCADOS Y PRECIOS AGRÍCOLAS
CLAVE:	ECO-406
DEPARTAMENTO QUE LA IMPARTE:	ECONOMÍA AGRÍCOLA
NÚMERO DE HORAS DE TEORÍA:	5
NÚMERO DE HORAS DE PRÁCTICA:	0
NÚMERO DE CRÉDITOS:	10
CARRERA(S) EN LA(S) QUE SE IMPARTE:	LICENCIADO EN ECONOMÍA Y AGRONEGOCIOS
TIPO DE MATERIA:	
PREREQUISITO:	MICROECONOMÍA II
REQUISITO PARA:	

OBJETIVO GENERAL

Que el estudiante sea capaz de entender y modelar el funcionamiento del mercado de productos agrícolas, así como de interpretar el proceso de formación de los precios, sus tendencias y sus variaciones, aplicando para ello los principales conceptos, planteamientos y modelos de mercado. Al finalizar el curso los alumnos serán capaces de aplicar las técnicas y procedimientos necesarios para estimar modelos de oferta, demanda y precios de productos agrícolas, así como realizar análisis y pronóstico de precios agrícolas bajo diferentes condiciones de mercado. Estas técnicas y procedimientos son fundamentales en la realización de estudios de mercado y como parte del proceso de formulación de proyectos de inversión que deben ser evaluados en términos económicos, aspectos que se abordan en otros cursos de la carrera.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

TEMARIO

I. INTRODUCCIÓN.

1. El concepto económico de mercado.
2. Delimitación y características de los mercados agrícolas.
3. Teoría económica y mercados agrícolas.

II. PRECIOS RELATIVOS Y TÉRMINOS DE INTERCAMBIO ENTRE AGRICULTURA EL RESTO DE LA ECONOMÍA.

1. El concepto de precios relativos.
2. Precios relativos y su efecto en la estructura productiva del sector agropecuario
3. Cálculo de precios relativos y análisis de los términos de intercambio de entre agricultura y resto de la economía.
4. Precios de paridad y precios de indiferencia: cálculo y aplicaciones.

III. LA OFERTA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

1. Concepto de oferta.
2. Factores que afectan a la oferta agrícola.
3. Formulación y estimación empírica de modelos de oferta agrícola.
4. Uso de los modelos de oferta: análisis y pronóstico
5. Elasticidades de la oferta agrícola.

IV. LA DEMANDA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

1. Concepto de demanda.
2. Factores que afectan a la demanda agrícola.
3. Formulación y estimación empírica de modelos de demanda agrícola
4. Uso de los modelos de demanda: análisis y pronóstico
5. Elasticidades de la demanda agrícola.
6. Relaciones entre elasticidades y coeficientes relacionados.

V. DETERMINACIÓN DE PRECIOS Y SUS FLUCTUACIONES.

1. Formación de precios y equilibrio de mercado en el caso de productos agrícolas.
2. Variación de precios agrícolas
 - a. Variación de los precios debido a la distancia
 - b. Variación de los precios debido al tiempo
 - c. Variación de los precios debido a la forma
 - d. Servicios de comercialización, valor agregado y precios agrícolas
3. Fluctuaciones de los precios agrícolas en el tiempo y su cuantificación.
 - a. Tendencia
 - b. Estacionalidad
 - c. Ciclo
 - d. Pronósticos mediante series de tiempo

VI. INTERVENCIÓN DEL ESTADO Y SU EFECTO EN EL MERCADO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

1. Razones económicas para la intervención.
2. La intervención del Estado y la redistribución de excedentes entre productores y consumidores.
3. Formas de Intervención del Estado y su efecto sobre el mercado y los precios.
 - a. Estabilización de precios o ingresos.
 - b. Efectos de la fijación de precios mínimos y precios máximos.
 - c. El subsidio a los precios de los insumos o a los costos de producción.
 - d. Efecto de los impuestos.
 - e. Efectos de tarifas y aranceles de importación y exportación.
 - f. Efectos de la devaluación de la moneda.

VII. COMERCIALIZACIÓN Y VALOR AGREGADO.

1. Comercialización: Utilidades, funciones y servicios
2. Los servicios de comercialización y la agregación de valor.
3. Análisis de canales de comercialización
4. Márgenes de comercialización y su cálculo.
5. Efectos de cambios en los márgenes de comercialización sobre el mercado.

VIII. MECANISMOS PARA LA MEJORA DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

1. El efecto de las acciones colectivas
2. Control de la oferta mediante organismos públicos y privados
3. Cambios en la organización de las empresas y el mercado (Integración vertical, integración horizontal, agricultura por contrato)
4. Cadenas de agronegocios
5. Productos diferenciados y especialización
6. Industrialización de la agricultura
7. Comercialización ajustada a las pautas del consumo

PROCEDIMIENTOS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. Alvarado Ledesma, Manuel. "Agronegocios, Empresa y Emprendimiento". Editorial El Ateneo. Buenos Aires, Argentina, 2004.
2. Caldentey Albert, Pedro y Gómez Muñoz, Ana C. "Economía de los Mercados Agrarios". Ediciones Mundiprensa. Madrid, España. 1993.
3. Caldentey, Pedro. "Vender en Agricultura" Agroguías Mundiprensa, Madrid España, 1998.
4. Hanke, John M. Pronósticos en los Negocios. Ed. Prentice-Hall. México. 1996

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

1. Alvarado Ledesma, Manuel. "Marketing Agroindustrial. La Cadena de Valor en los Agronegocios". Grupo Editorial Planeta/Ariel. Buenos Aires, Argentina, 2005.
2. Tomek, W G. y Robinson, K. L. "Agricultural Product Prices". Cornell University Press. 1981. (Existe una traducción de la mayor parte del libro realizada en el Colegio de Postgraduados por Gustavo García Delgado).
3. Mendoza, Gilberto. Curso de Mercadeo Agropecuario. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). 1994.
4. Crawford, I.M. Gestión del mercadeo agrícola. FAO 1999.

PROGRAMA ELABORADO POR: M.C. VICENTE JAVIER AGUIRRE MORENO

PROGRAMA ACTUALIZADO POR:

CRONOGRAMA