

COMERCIALIZACIÓN II

Profesor Asociado Ordinario: Contadora Mónica Inchauspe

PROGRAMA

I- Cambios de paradigma en la agricultura y sus consecuencias. Industrialización del agro. La cadena de valor agrícola. Clasificación de los productos originados en el campo. Commodities vs especialidades. Innovación tecnológica. De la agricultura de la producción a la de la información.

II- Introducción a la teoría de los Agronegocios. La nueva Economía Institucional y los costos de transacción.

Comprar o hacer. Costos ex antes y ex post. (Coase, Ronald)

Contratos incompletos y Racionalidad Limitada. (Simon, H)

Activos específicos. Oportunismo.(Willamson, O:Entorno Institucional. (North Douglas)

Organización y Performance del Mercado.(P. Joskow) La Teoría de los juegos.(Nash.)

III - Análisis de Mercado

Estructuras de Gobernanza. Clasificación, mercados spot, contratos e integración vertical.

Mercado de Commodities. Análisis de Caso.

Mercado de Especialidades: análisis de casos

IV - Necesidades y comportamiento del consumidor. Definición del consumidor. Nuevas pautas de consumo en los alimentos. Salud, seguridad y servicio alimentario.

V - Estrategias Competitivas para el crecimiento.

Estrategias Genéricas: Diferenciación, Liderazgo en costos, Focus o segmentación.(M. Porter)

Desarrollo Del Apalancamiento Estrategico. (Milind M. Lele, 1995.Resumen)

Análisis de Casos.

VI - Plan operativo de Marketing.

Análisis de situación. Definición de Misión, Visión. Objetivos y Metas. Estrategia. Tácticas. Presupuesto. Seguimiento. Matriz FODA, matriz BCG , matriz de producto – mercado y matriz del corredor.

VII - Estrategias de Producto: ¿qué es un alimento? Producto Físico, Imaginario y económico. Matriz Diferenciación percibida – precio. Grilla Actitudinal de la Demanda. Denominaciones de Origen e Indicadores de Procedencia.

Estrategia de Precios.

Estrategia de Distribución y Logística. La incidencia de la Gran Distribución.

Estrategias de Comunicación. Publicidad. Promoción. Fuerza de ventas. Relaciones Públicas.

VIII - Estrategias de internacionalización de negocios. Introducción al Comercio Agroalimentario Internacional. Argumentos proteccionistas vs Libre Comercio.

▪ Bibliografía

- Alvarado Ledesma, Manuel. Agronegocios. Empresa y Emprendimiento. El Ateneo, Buenos Aires, 2004.-
- Besanko, David y otros. Economía y Estrategia. North Western University USA. N.Y, 1996.
- Caldentey Pedro, Titos Antonio, de Haro, T. Y Briz, J. Marketing Agrario. Ed. Mundi, Madrid, 1994.-
- Jatib, María Inés. “*Las Denominaciones de Origen como Instrumento Jurídico de Diferenciación de Proceso y Producto*”. 2003.
- Lele, M. *Desarrollo de apalancamiento estratégico*. (Resumen). John Wiley & Sons. 1992.
- Mennard, C. “La Economía de las organizaciones híbridas”. Discurso ante las autoridades. International Society for New Institutional Economics. 2002.
- Molinari, Carlos. Marketing agropecuario. Ed. Thomson. Buenos Aires, 2006.-
- Ordóñez, H. “Nueva Economía y Negocios Agroalimentarios”. Glosario NENA. 1998.
- Ordóñez, H. “Una Teoría, tres Modelos y tres Casos”. Presentado en la XXIII Conferencia Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria. 2002.
- Porter, M. “Estrategia Competitiva” Cap. 1, 2 y 8. 1990.
- Shapiro, B. “Specialties vs. Commodities: La Batalla de los Márgenes de Ganancia”. Harvard College. 1987.
- Santana Esther. “Marketing de Alimentos”. Akadia Editorial. Buenos Aires, Argentina, 2007.-
- Tugores Ques, J. “Economía Internacional, globalización e integración económica”. Ed. Macgraw Hill.
- Bisang, R. “*La transformación del campo argentino. De tranqueras adentro a un campo sin tranqueras*”. Ed. Universidad General Sarmiento.

Estudios de casos

- Farina , Elizabeth. *Sadía: el desafío de mantener el liderazgo en el mercado avícola*. Prof. Hector Ordóñez y Prof. John Nichols. “ *Agronegocios. Escenarios turbulentos. Economías emergentes. Argentina. Caso Los Grobo*” Universidad de Buenos Aires y Texas University. 2003.
- Decio Zylberstein y Marcos Fava Neves. “ *Illy Café: coordinación en busca de calidad*” PENZA Universidad de San Pablo, Brasil, 1997.
- Mennard Claude. Clusters, Híbridos, Y Otras Extrañas Formas: *El Caso De La Industria Avicola Francesa*. Journal Of Institutional And Theoretical Economics. Jite. Vol 152. 1996
- Eric Brousseau Y Jean-Marie Cordón. 22 De Mayo De 1997. Montpellier,
La Hibridización De Las Estructuras De Gobernancia: La Provisión A Supermercados Con Fruta Fuera De Estación
- Declerk Francis. “*Tipología y desempeño Financiero de los elaboradores de vino champagne según el canal de distribución*” Instituto Internacional de Gestión de los

Agroalimentos de la Escuela de Administración de Negocios de ESSEC.Paris. Francia.
Trabajo presentado en 14to. Simposio Mundial de Agronegocios y Alimentos,
Montreux, Suiza. Junio, 2004.
Caso Prinex. Gestión alternativa en Ganados y Carnes.
Economía y Estrategia. David Besanko, David Dranove y Mark Shanley. (New Cork
1996)