

PROGRAMA DE ECONOMÍA AGRARIA
CURSO 1994/95

OBJETIVOS

Se pretende aportar unos conocimientos básicos sobre:

- a) La formación de precios y el funcionamiento de los mercados, con las características especiales de los mercados de productos agropecuarios.
- b) Gestión de la empresa agropecuaria.
- c) Las características de la comercialización agroalimentaria.
- d) El marco político en el que se desarrolla el sector agrario.

PROGRAMA TEÓRICO

I. INTRODUCCIÓN

1.1.- Introducción a la economía.

Concepto de economía. El problema de la escasez y la asignación de recursos. Definiciones. La frontera de posibilidades de producción. Conceptos: coste de oportunidad, eficiencia, ley de los rendimientos decrecientes.

II.- MICROECONOMIA ELEMENTAL

2.1.- Conceptos fundamentales de la teoría del precio.

Las unidades de decisión. Los factores de producción. Los conceptos de mercado. Delimitación y características de los mercados agrarios. Utilidades que produce el proceso comercial. El mercado como mecanismo de asignación.

2.2.- La Teoría elemental de la demanda.

La función de demanda. La curva de demanda del mercado. Desplazamientos de la curva de demanda. Funciones de demanda irreversibles. Estacionalidad de la demanda. Análisis empírico de la demanda de productos agrarios.

2.3.- La Teoría elemental de la oferta.

La función de la oferta. La oferta de mercado. Desplazamientos de la curva de oferta. Estacionalidad de la oferta. Análisis empírico de la oferta de productos agrarios.

2.4.- La Teoría elemental del comportamiento del mercado.

La determinación del precio de equilibrio en un mercado de competencia perfecta. Desplazamientos de la demanda y la oferta. Otras formas de mercado.

2.5.- La elasticidad de la oferta y la demanda.

La elasticidad-precio de la demanda. La elasticidad renta de la demanda. La elasticidad cruzada de la demanda. La elasticidad de la oferta.

2.6.- Aplicaciones de la teoría del precio.

Los problemas del sector agropecuario, inestabilidad de precios y rentas. El control de precios y la agricultura, impuestos y subvenciones. La dinámica de la oferta de productos agrarios.

2.7.- La teoría de la utilidad.

La teoría de la utilidad y las curvas de indiferencia. Las curvas de indiferencia y el equilibrio del consumidor.

2.8.- La producción y sus costes.

La función de producción y la ley de los rendimientos marginales decrecientes. Costes de producción. Costes medios y marginales.

III.- INTRODUCCIÓN A LA MACROECONOMÍA

3.1.- Variables macroeconómicas fundamentales.

Definición de las principales magnitudes económicas: PNB, PNN, PIB, RN. Interpretación y Evolución de las mismas. Contabilidad Nacional.

3.2.- Las cuentas del sector agrario.

Producción Total Agraria. Producción Final Agraria. Valor Añadido Bruto. Renta Agraria. Interpretación y evolución de las mismas.

IV.- ECONOMÍA DE LA EMPRESA AGRARIA

4.1.- La empresa agraria.

Definición de empresa agraria. Clases de empresas en el sector agroalimentario.

4.2.- Variables relativas al logro empresarial.

Clasificación de los costos para la evaluación del logro económico. El valor añadido. Beneficio empresarial. Margen bruto y neto. Margen bruto después de impuestos (cash-flow).

4.3.- Análisis de costos y presupuestos.

Una segunda clasificación de los costos. Costos medios y marginales. Costos fijos y variables. Costos crecientes y decrecientes. Costos constantes. Costos directos e indirectos. Costos de amortización. Costos por intereses de los capitales y por renta de la tierra. El punto muerto.

V.- COMERCIALIZACIÓN

5.1.- Características de la comercialización agroalimentaria.

Características de la producción agroalimentaria. La integración horizontal en la producción. Las Cooperativas. Las Sociedades Agrarias de Transformación. Las Agrupaciones de Productores Agrarios.

5.2.- Los agentes de la comercialización agroalimentaria.

Los agentes de comercialización. El comercio mayorista agroalimentario. El comercio minorista agroalimentario. Las integraciones de agentes de comercialización.

5.3.- La comercialización de las carnes.

Agentes de comercialización en origen. Agentes de comercialización en destino. Los circuitos de comercialización de la carne. La formación del vector de costes de comercialización de carne fresca.

5.4.- La comercialización de productos semiperecederos.

La comercialización de huevos. La comercialización de congelados. La comercialización de productos lácteos. La comercialización de productos cárnicos elaborados.

5.5.- El marketing agroalimentario.

La investigación de mercados. Política de producto. Política de precios. Política de distribución. Política de promoción de ventas. Las marcas de calidad y las denominaciones de origen.

VI. ESTRUCTURA AGRARIA

6.1.- Estructuras Agrarias.

Variables estructurales. Estructura de los diferentes sectores ganaderos en Cataluña en España y a nivel mundial.

VII. POLÍTICA AGRARIA COMÚN

5.1.- Introducción a la Política Agrícola Común.

Razones de su existencia. Objetivos de la PAC. La Ordenación Común de los Mercados Agrícolas. Principios en que se basan las OCM. Mecanismos utilizados en las OCM. Los principales precios institucionales. La acción socio-estructural de la PAC. La Financiación de la PAC: EL FEOGA.

5.2.- Las Organizaciones Comunes de los Mercados Agrarios.

La OCM de la carne de aves de corral. La OCM del sector huevos. La OCM de las carnes de ovino y cáprino. La OCM de la carne de porcino. La OCM de la carne de vacuno. La OCM de la leche y de los productos lácteos.

PRACTICAS

- Problemas de microeconomía, cálculo de puntos de equilibrio, elasticidades, etc. (6h.).
- Problemas de macroeconomía.(3h.).
- Cálculo de los costes de producción de las diferentes producciones ganaderas.(6h.).

BIBLIOGRAFÍA

- INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA POSITIVA. Richard G. Lipsey (12 primeros capítulos). Vicens Universidad.
- ECONOMÍA. Fischer S., Dornbusch R. (7 primeros capítulos). McGraw-Hill.
- MICROECONOMÍA ELEMENTAL. Sempere Flores A. McGraw-Hill.
- ECONOMÍA DE LOS MERCADOS AGRARIOS. Caldentey P., Gomez A.C. Mundi-Prensa.
- ECONOMÍA DE LA EMPRESA AGRARIA Y ALIMENTARIA. Ballesteros E. Mundi-Prensa.
- CURSO DE INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA. Suárez Suárez A. S. Pirámide.
- LA COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA EN ESPAÑA. F. de la Jara Ayala. Servicio de Extensión Agraria. MAPA. 1988.

EVALUACIÓN

Para la evaluación del alumno se realizará un examen final, tipo test, que incluirá la materia impartida tanto en las clases teóricas como de problemas. Se podrá plantear la realización de algún problema.