

contratistas que conforman una muestra del universo de estudio. Mediante las encuestas se ha podido relevar información sobre distintas variables. Los resultados esperados permitirán avanzar en su caracterización así como en las estrategias desplegadas.

## **Incidencia de la calidad en el precio de maíz: área de Chapaleufú, Provincia de La Pampa**

**Pepa Romina C.**

Director: MSc. Daniel A. Agüero

El maíz es uno de los alimentos cultivados más importantes en el mundo. Nuestro país se encuentra en segundo lugar liderando las exportaciones junto a EE.UU; y en nuestra provincia es el cultivo de mayor rinde promedio. Es por ello que, en el siguiente trabajo, se analizó la incidencia de la calidad en el valor de maíz en el área de Chapaleufú (La Pampa), identificando también los rubros de calidad y condición que más influyen en el precio. Se trabajó con dos campañas 2009/2010 y 2010/2011, analizando un total de noventa muestras. Para determinar la calidad de cada una se utilizaron los denominados "estándares comerciales". En cuanto a rubros de calidad determinantes del grado, para la campaña 2009/2010 predominaron los granos "fuera de grado" y para la campaña 2010/2011 los grado 3. El porcentaje de granos quebrados es el que más influyó negativamente sobre el factor; y en cuanto a rubros de condición la humedad, que si bien no impacta directamente en el precio origina gastos de secada y mermas. Luego, se calculó el margen bruto para tres escenarios diferentes mostrando mejores y mayores resultados en el caso de un factor ideal del 100% en comparación con factores inferiores. Así, se mostró que la calidad tiene gran incidencia en el ingreso, ya que repercute directamente sobre el precio de venta, siendo éste superior o inferior según el factor; o bien puede generar costos adicionales por servicios destinados al acondicionamiento de la mercadería. Al ser el productor agropecuario un mero tomador de precios, al momento de comercializar debe conocer y tener en cuenta que la cantidad no es sólo el factor a través del cual puede intervenir mejorando su ingreso, sino también la calidad, atributo sobre el cual, la demanda de mercado se está volviendo cada vez más exigente y no necesariamente es considerada por el productor en el proceso de toma de decisión.

## **Caracterización de asociaciones de productores caprinos del oeste pampeano**

**Heimbigner Norberto A. & Ramiro J. Seltenreit**

Director: MSc. Héctor J. D'Adam,

Co Director: Lic. Walter R. Mazzola

Las Asociaciones de Productores Caprinos deberían cumplir una importante función en el desarrollo territorial del Oeste pampeano. Como actualmente no se dispone de trabajos que aporten información sobre estas organizaciones, el trabajo se centralizó en caracterizar las Asociaciones de Productores Caprinos del Oeste Pampeano, teniendo en cuenta la conformación de las mismas, la relación entre ellas y los productores socios, los vínculos con las instituciones del medio y el rol de las mismas en la aplicación de Políticas Públicas. Para ello, se recurrió primordialmente a información primaria obtenida de encuestas y comunicaciones personales, complementadas con fuentes de información secundaria. De esta manera, se concluyó que las asociaciones no funcionan correctamente desde el punto de vista práctico según su estatuto, es decir existen discrepancias entre lo que "hay que hacer" y "lo que se hace". La relación institucional con sus miembros tampoco es fluida. Existen escasas vinculaciones con las instituciones del medio, no cumpliendo con el objetivo de generar vínculos externos que promuevan el desarrollo del sector. No obstante, son útiles como canalizadoras de asistencia pública para sus asociados. Finalmente, es importante destacar que se

observan cambios en la manera de pensar y actuar de los socios, que se proyectan seguramente en un cambio positivo del paradigma socio-productivo actual de los caprinos del oeste pampeano.

## **Análisis estratégico: elaboración de alimento balanceado**

**Allegrini Gazia Agustín & María E. Piatti**

Directora: Lic. María E. Bertella

El análisis estratégico es una herramienta de suma importancia dentro de cualquier empresa. Sin embargo, no es muy difundido ni utilizado en el primer eslabón de la cadena comercial agropecuaria. En este contexto, el presente trabajo tiene como objetivo general realizar un análisis estratégico que permita posicionar a la empresa. Para ello la metodología se basó en el estudio de caso y análisis estratégico de una empresa localizada en el partido de Olavarría. Entre los principales resultados se destaca la posibilidad de realizar productos balanceados, estrategia que permite cumplir con los objetivos empresariales, vinculados a la integración vertical, dominio de precios, expansión, entre otros puntos de interés de la empresa analizada.

## **Determinación del costo de labranza y siembra en un establecimiento del departamento capital en la provincia de La Pampa.**

**Fernández Juan M. & Francisco J. Morales**

Director: Dr. Guido F. Botta

La aceptación de una máquina por un agricultor estará influenciada no solo por sus características técnicas, sino que también por su costo y los beneficios que producirá. La evaluación económica del rendimiento de una máquina es un aspecto muy importante en el proceso de evaluación pero desafortunadamente es con frecuencia descuidado.” (Smith y otros, 1994). Esta situación es frecuente en los establecimientos de nuestro país y está dada por la idiosincrasia, propia de la actividad y la necesidad de resultados a tiempo. En este contextos, el presente trabajo pretende realizar el cálculo de costos de tres labores (labranza, siembra convencional y siembra directa) en un establecimiento del departamento Capital, provincia de La Pampa, que permita llegar a un precio por hectárea por hora, teniendo en cuenta las características técnicas de la maquinaria y de la zona geográfica donde se calculan los costos para poder compararlos con los de referencias en revistas especializadas.