

Resúmenes de trabajos finales de graduación de Licenciatura en Administración de Negocios Agropecuarios.

Ambiente institucional del sector minorista caprino en el centro comercial de la ciudad de Santa Rosa, La Pampa. Estudio de casos múltiples.

Marcos R. A. & A.O.E. Villar

Director: Ferro Moreno S.

Co-director: Balestri L.A.

Los Sistemas Agroalimentarios Agroindustriales (SAA) caprinos han sido estudiados por varios autores pero resultan incompletos para una descripción minuciosa de las articulaciones comerciales y del marco institucional de las mismas. Deseamos responder a: ¿Qué características institucionales tienen las articulaciones comerciales minorista del SAA caprino del centro urbano-comercial de Santa Rosa, La Pampa? El objetivo es explorar y comparar, dentro del SAA caprino, las reglas de juego de las articulaciones comerciales, para lo cual aplicaron componentes del análisis de estructura, conducta y resultados; se describieron cualitativamente las características del ambiente institucional y; se calificó la incidencia de los diferentes componentes de los costos de transacción y comerciales y se estimó el margen bruto comercial de los canales identificados. Utilizamos: Estudio de Casos Múltiples, entrevistas semi-estructuradas, observaciones guiadas y análisis descriptivos. Se obtuvieron dos grupos, los que no ofrecían carne caprina, Casos Negativos detectando que el 61,10% está dispuesto a incorporarla en su negocio. El segundo, Casos Positivos, sí vendía chivito. Para estos se identificaron las funciones comerciales, precios de compra y de venta y modos de intercambio. Con estos datos se construyeron 4 canales comerciales: A) frigorífico Santa Isabel-carnicerías; B) matarife carnicero; C) carnicería-parrilla; D) productor-carnicería. Los precios de adquisición estuvieron en el rango de 20,37 \$/Kg a 33,95 \$/Kg siendo el canal A el del valor más alto y el D el menor. Con respecto al precio que paga el consumidor final, el de menor cuantía se originó en el canal B (34 \$/Kg), mientras que el mayor se dio en el canal D (55 \$/Kg). Los mayores Costos de Transacción se estimaron para el canal D seguido por el C. En cuanto a los Costos de Comercialización, el canal más afectado fue el A seguido por el canal B. Para el canal D se estimó un Margen Bruto Comercial de 62,96% contra 32,10% de A y 26,50% de B.

Análisis de herramientas financieras tradicionales y alternativas en pequeñas y medianas empresas industriales de aceite de girasol en la provincia de La Pampa.

Cerutti M.R. & A.S. Contrera

Director: Fraire M.L.

El presente trabajo analiza las herramientas financieras, tradicionales y alternativas, utilizadas por las PYMES Industriales de aceite de Girasol en la Provincia de La Pampa. Para ello, se realizó una descripción de las alternativas financieras disponibles para las PYMES. Luego se identificó y analizó los instrumentos financieros que cada empresa utiliza. Por último, se relevó la oferta actual de financiamiento. La metodología utilizada fue, estudio de casos. Para recopilar la información, se encuestó a los responsables del área de finanzas. Se utilizó un método estadístico, SPSS Statistic, para procesar los datos. Los resultados más relevantes fueron: el total de los encuestados conocen las formas de financiamiento público y privado que existen en el ámbito provincial, y sólo la mitad utiliza el financiamiento bancario. Las herramientas alternativas más aprovechadas por las empresas