



GRAIN MARKETING TRAINING LAB 2018 Selected Highlights

Nos agrada comunicarles que Nóvitas S.A. ofrecerá los días **12 y 13 de ABRIL** un compendio de los temas más importantes de su tradicional seminario Grain Marketing Training Lab.

El Seminario está destinado a quienes quieran interiorizarse en profundidad del proceso de formación de precios de los granos en el mundo. Cómo funcionan los mercados de Futuros y Opciones (locales y del exterior), y como se "manejan sus tiempos". Y, también, todos los conocimientos necesarios para concretar coberturas de precios y poder asegurar la renta de la empresa en los momentos que el mercado brinde la posibilidad.

FECHA Y LUGAR : los días *Jueves 12 y Viernes 13 de Abril 2018* . Dependiendo de la cantidad de inscriptos, les informaremos el lugar en la ciudad de Buenos Aires donde se realizarán las reuniones.

HORARIO : En la primera jornada el horario será de 9:30 a 13:30 horas y de 14:30 a 18:30 horas y la segunda jornada de 9:30 a 13:30hs.

COSTO: \$ 9300 por persona (+ IVA). Para firmas con más de un inscripto, se reconocerá un descuento del 15% en el costo a partir del segundo participante.

Informes e inscripción: email: info@novitas.com.ar – www.novitas.com.ar

Twitter: @NovitasArg

Teléfonos: (54-11) 4393-2335/3078/8733

19 de Marzo de 2018 – CIRCULAR Nº 1098 - Blanco

La presente circular se encuentra en la pagina Web www.acopiadorescba.com

PROGRAMA

GRAIN MARKETING TRAINING LAB SELECTED HIGHLIGHTS 2018

I NOCIONES FUNDAMENTALES SOBRE LA ESTRUCTURA DEL MERCADO INTERNACIONAL DE GRANOS Y DERIVADOS.

1. El crecimiento de la demanda mundial. Efecto población y efecto ingreso.
2. Características de la demanda de granos. La estacionalidad de la producción. Elasticidad de oferta y elasticidad de demanda. Cuasi-certidumbres del consumo e incógnitas de la producción. Rol de las existencias acumuladas.
3. Granos alimenticios y forrajeros. Cereales, oleaginosos, aceites y subproductos. Estructura de la producción mundial y peso relativo de cada producto.
4. La estructura del mercado mundial de trigo. Producción y demanda. Principales exportadores e importadores. Subsidios y competitividad.
5. La estructura del mercado mundial de granos forrajeros. Producción y demanda. Principales exportadores e importadores. La producción de carnes y el concepto de demanda derivada. Sustitución y complementación.
6. El mercado oleaginoso. Granos y frutos oleaginosos. Característica eminentemente agroindustrial de este mercado. Producción y demanda. Principales exportadores e importadores.
7. Molienda oleaginosa a nivel mundial. Aceites vegetales y harinas proteicas o subproductos. La localización de la industria aceitera en el mundo. Subsidios y competitividad. La importancia de la industria aceitera argentina.
8. El mercado de aceites. La calidad de los aceites. Usos y sustituibilidad. Principales países productores y consumidores de aceites. El intercambio internacional. El caso de la palma.
9. El mercado mundial de harinas proteicas. Sus vinculaciones con el mercado de granos forrajeros. Los principales productores y exportadores de subproductos. El caso de la Unión Europea y de China.
10. Petróleo y Biocombustibles. Etanol y Biodiesel en EE.UU. y La Unión Europea. Efectos sobre la demanda mundial de cereales y oleaginosos.

II. EL PROCESO DE FORMACIÓN DE PRECIOS EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES Y EN LA PLAZA DOMESTICA.

1. Regiones agrícolas relevantes.
2. El oligopsonio natural. La atomización de los vendedores y la concentración de los compradores.
3. El equilibrio en el esquema de oferta y demanda. El clima como factor de mercado.
4. El USDA, informante excluyente. Impacto en los precios de sus proyecciones y estimaciones.
5. Los efectos sobre las cotizaciones de las Políticas Agrícolas de los países centrales.
6. La relación stocks/consumo, verdadero termómetro del mercado. Relevancia de la plaza de Chicago y la relación stocks/consumo estadounidense.
7. Interrelación de factores en el esquema lógico de formación de precios. Factores exógenos que lo afectan. Crecientes relaciones del mercado financiero y del mercado de “commodities”.
8. Los problemas de transparencia. La globalización y el accionar de los Fondos Índice y Especulativos en los mercados de futuros y opciones.
9. Los agrupamientos de países. El Mercosur y su incidencia en nuestro mercado de granos.

III. EL APORTE REFLEXIVO DE LA EXPERIENCIA. LOS CAMBIOS ESTRUCTURALES EN LA DEMANDA. LA IMPORTANCIA DE SABER LEER LOS MERCADOS.

1. Los cambios estructurales en la demanda de fines del Siglo XX. El “Tándem China/India” y la “Fiebre de los Biocombustibles”.
2. El siglo XXI: Energía y Alimentos.
3. Los “tiempos” del mercado.
4. Importancia del análisis de “fundamentals” para el mediano y largo plazo.
5. Volatilidad y especulación. Oportunidades y riesgos. Casos históricos.
6. Importancia del concepto de cobertura para productores, comerciantes e industriales.

IV. PRINCIPALES ASPECTOS OPERATIVOS DE LA COMERCIALIZACIÓN. EL PROBLEMA DE DAR PRECIO CIERTO A LA PRODUCCIÓN.

1. Los riesgos que enfrenta el productor agrícola. Riesgo climático y riesgo de precio. Los seguros de cosecha y los seguros de precio.
2. El concepto de precio sostén y el concepto de cobertura.
3. La importancia de los mercados institucionalizados. Características y evolución en nuestro país. Su creciente significación en un mundo globalizado.
4. Qué es un Mercado de Futuros. Su función económica y su estructura jurídica. Quiénes pueden operar. Importancia de saber diferenciar la determinación del precio vs. la entrega del físico.
5. Quiénes intervienen en estos mercados. Operaciones de cobertura y operaciones especulativas.
6. Qué es un Contrato de Futuros. Contratos existentes en la Argentina. Sus características. El índice de soja Rosafé.
7. Tipos de productos que cotizan. Tamaño de los contratos. Especificaciones.
8. Importancia del volumen operado y la liquidez. Concepto de "Pase". El arbitraje.
9. Garantías, Márgenes y Diferencias. La tasa de registro y la comisión del corredor. El Mercado de Bs. As. y el Mercado de Rosario.
10. Desarrollo de ejemplos prácticos. Cobertura de producción y cobertura de retención. Punto de vista del vendedor y del comprador.

V. PRINCIPALES ASPECTOS OPERATIVOS DE LA COMERCIALIZACIÓN. EL CONCEPTO DE OPCIÓN.

1. La Opción sobre Futuros como una alternativa habitualmente más flexible y eficiente. Importancia del concepto. La Opción como un componente más del costo de producción para el agricultor.
2. Tipos de Opciones: Opciones de Venta o Puts y Opciones de Compra o Calls. Vinculación del Put con el concepto de seguro. La diferencia con los Contratos de Futuros. Punto de vista del comprador.
3. Prima o precio de la Opción. Factores determinantes. Valor intrínseco y valor tiempo. Fluctuación de la prima.
4. Compradores y lanzadores de Opciones. Diferencias.
5. Márgenes, tasa de registro y horarios de comercialización.

6. La liquidación de Opciones. El ejercicio de la Opción y el vencimiento de la Opción. El Contrato de Futuros como subyacente.
7. Liquidación por inversa y la liquidación administrativa.
8. Ejemplos prácticos. Determinación de la conveniencia de cómo salir de una Opción.
9. Diferencias entre Futuros y Opciones sobre Futuros: Flexibilidad, costos, etc...

VI. INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS TÉCNICO DE LOS MERCADOS DE FUTUROS.

1. Fundamentos. La técnica frente a la predicción basada en “Fundamentals”.
2. El uso de gráficos. La importancia del Volumen y el Interés Abierto.
3. El concepto de Tendencia.
4. El uso de Medias Móviles.
5. Los números de Fibonacci. Retrocesos
6. La Teoría de la Ondas de Elliott y la Teoría de Dow. Los ciclos de tiempo.
7. Osciladores como indicadores Clave. RSI, Momentum Oscillator, Williams %R.
8. MACD y Stochastic.
9. Breve referencia al concepto de Gestión Profesional del Dinero. La importancia de las herramientas informáticas.
10. El análisis técnico y la operación de opciones.

VII. EL USO INTENSIVO DE LAS HERRAMIENTAS COMERCIALES: LA COMBINATORIA DE FUTUROS Y OPCIONES SOBRE FUTUROS Y EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO.

1. El esquema de razonamiento básico. Los aspectos conceptuales más importantes a tener en cuenta.
2. El punto de vista teórico. Estrategias comerciales: básicas y sintéticas, limitadas, abiertas y combinadas múltiples.
3. El punto de vista práctico. Estrategias bajistas, alcistas e inciertas. Ejemplos.