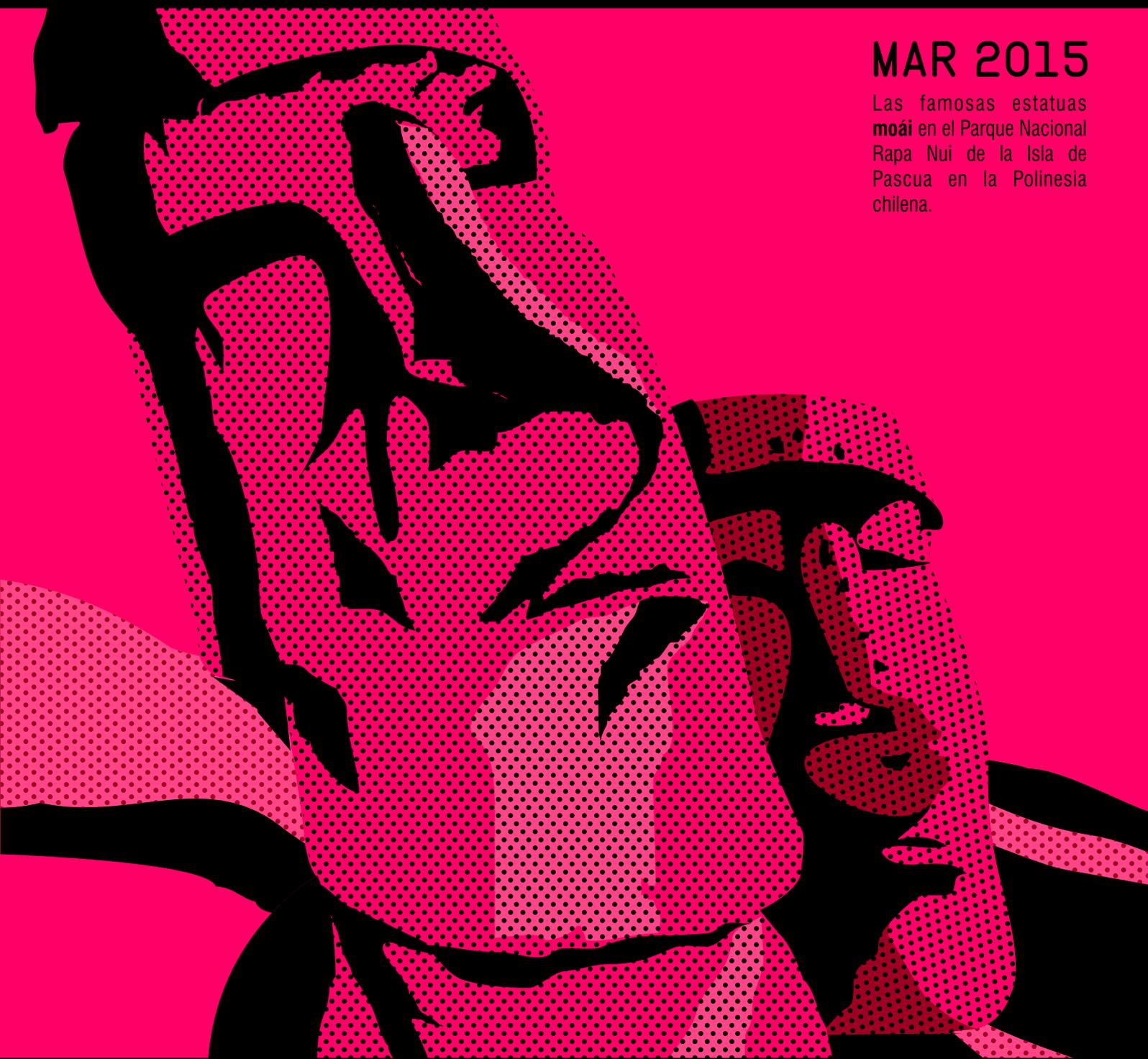


MAR 2015

Las famosas estatuas **moái** en el Parque Nacional Rapa Nui de la Isla de Pascua en la Polinesia chilena.



INSTITUTO DE  
ECONOMIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS / UNICÉN

**FCE** UNICEN  
**ECONOMICAS**

# Editorial

---

El Instituto de Economía es un centro de investigación dependiente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Desde su creación en 2009, el Instituto ha estado ligado al desarrollo económico local, colaborando con los municipios de la zona y el sector privado.

---

## INVESTIGADORES

SEBASTIÁN AUGUSTE  
(DIRECTOR)

ANA LEGATO  
CECILIA FUXMAN  
DANIEL HOYOS MALDONADO  
GUILLERMINA SIMONETTA  
MARÍA DEL CARMEN ROMERO  
MARIO RAVIOLI  
MARIO SEFFINO  
PATRICIA LAURA RÁBAGO  
SANDRO JOSÉ GUIDI  
SANTIAGO BARRAZA  
SEBASTIÁN RAMÓN  
SERGIO GUTIÉRREZ  
VERÓNICA BAZTERRICA

## INVESTIGADORES JUNIOR

BELÉN ARDITI  
LORENA LUQUEZ

## COLABORADOR

SANTIAGO LINARES

## SECRETARIA EJECUTIVA

PIERINA FRONTINI

Estimados lectores,

En este número nos enfocamos en la problemática del desempleo en jóvenes y el sector de los ni-ni, jóvenes que no estudian ni trabajan, un ítem que no puede pasarse por alto para pensar en el desarrollo de mediano y largo plazo en el país

En el ámbito político, se han largado las elecciones PASO en el país con la votación en Salta y bajo este contexto electoral los siguientes meses vendrán con muchas especulaciones en términos económicos. El próximo presidente deberá adoptar medidas antipáticas para encarrilar la marcha de la economía y devolverla a un sendero expansivo. En particular, es evidente que el gasto público ha crecido de manera desmesurada (en la era kirchnerista pasó de 10% a 24% del PBI). Esa expansión no solo entraña un despilfarro de recursos públicos; también ha provocado un desequilibrio monetario pues ha sido financiada en gran medida con aportes del BCRA. Por ende, es imprescindible e impostergable un recorte sensible del nivel de erogaciones.

Les acercamos en esta oportunidad una nota del plano bursátil considerando una promesa de campaña de los principales opositores presidenciales. Discutimos en ella la posibilidad de una baja y eliminación de retenciones a productos agrícolas y su impacto en empresas del sector que cotizan en bolsa.

Asimismo, en el panorama local de Tandil como invitada del mes, tenemos a Titi Campbell, dueña de Dulces de Titi quien nos brinda un panorama de su empresa en esta coyuntura económica.

Esperamos como siempre que estas notas sean de su interés.

Cordialmente,



**DR. SEBASTIAN AUGUSTE**  
Director Instituto de Economía

---

Las opiniones vertidas en esta publicación son de exclusiva responsabilidad de quienes la emiten y no representan necesariamente el pensamiento del Instituto de Economía, de la Facultad de Ciencias Económicas, la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires o sus autoridades. Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos parcialmente siempre que el extracto vaya precedido por una referencia completa al Instituto de Economía, FCE, UNICEN, seguida de la fecha de publicación del documento. En nuestra Web: <http://www.econ.unicen.edu.ar/ie/> puede suscribirse a este Newsletter. Para consultas o comentarios, escribir a [instituto\\_economia@econ.unicen.edu.ar](mailto:instituto_economia@econ.unicen.edu.ar).

## Escriben en este número



**Dr. Sebastián Auguste**

*Doctor en Economía por la Universidad de Michigan, Ann Arbor, EE.UU. y Licenciado en Economía de la Universidad de Buenos Aires. Es Director del MBA de la Universidad Torcuato Di Tella y Director del Instituto de Economía en la UNICEN.*



**Lic. Guillermina Simonetta**

*Licenciada en Economía (UBA). Especialista en mercado de capitales (UBA-MERVAL-IAMC). Es Asesora y analista de mercados. Investigadora Visitante del Instituto de Economía, UNICEN.*

### El invitado del mes



**Titi Campbell**  
Dueña fundadora de Dulces de Titi

## Sumario

**Página 4:** Las oportunidades para los jóvenes  
Por Sebastián Auguste

**Página 7:** Las empresas del agro frente al panorama electoral  
Por Guillermina Simonetta

**Página 11:** El invitado del mes: Titi Campbell

**Página 13:** Ud pregunta, IECON responde.

**Página 15:** La coyuntura en gráficos

# Las oportunidades para los jóvenes

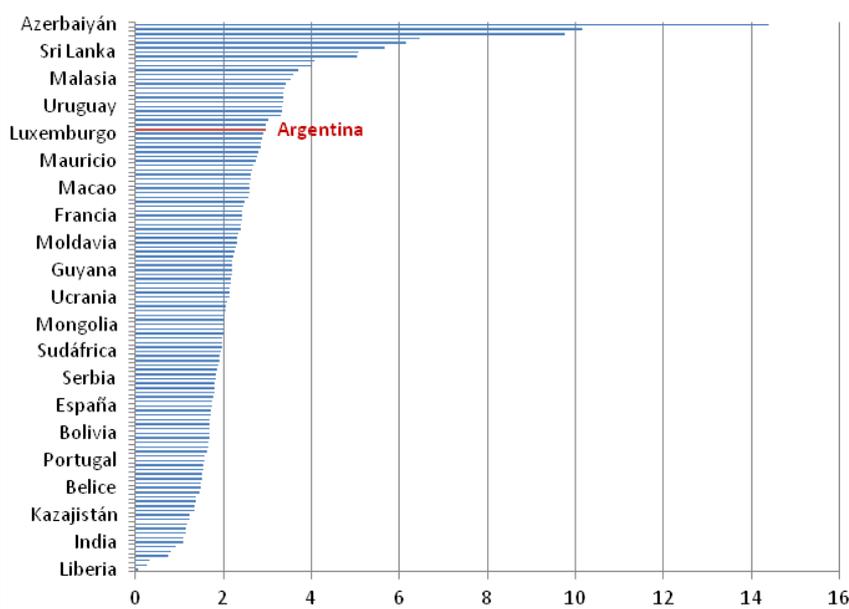
Por Sebastián Auguste

Ser joven nunca fue fácil, pero en los últimos años han surgido nuevas amenazas, con el incremento de la violencia, la inseguridad y el consumo de drogas. El mercado laboral no ayuda. Los jóvenes se encuentran en una situación económica de mayor vulnerabilidad, y la entrada al mercado laboral se ha ido retrasando, en parte porque se estudia más, pero principalmente por un aumento relativo del desempleo joven, fenómeno que no es exclusivo de la Argentina (al igual que la violencia) y se percibe sobre todo en Latinoamérica.



Actualmente el desempleo joven (individuos entre 18 y 24 años) es de 20%, 4 veces más alto que la tasa desempleo para aquellos entre los 24 y 65 años. Esta relación era mucho menos desfavorable en el pasado, y ha ido en aumento a pesar de que el desempleo cayó. Esto implica que 1 de cada 5 jóvenes que están buscando empleo no lo consiguen, cuando para los mayores esta relación es de 1 de cada 20. Sólo 10 años atrás esta relación era de 3 a 1 (en lugar del actual 4 a 1), y 20 años atrás de 2 a 1.

Comparado con otros países del mundo, la Argentina está 24 de 124 ordenándolos de mayor a menor tasa relativa de desempleo para los jóvenes. Esta comparación internacional muestra que el desempleo joven es un problema en toda nuestra región, ya que Brasil, Ecuador, Panamá, Uruguay y Chile tienen un ratio aún más alto.



**Figura 1.**  
Ratio de desempleo joven a desempleo total

Las estadísticas oficiales muestran que el desempleo joven se concentra en los grupos sociales más vulnerables, tales como mujeres jóvenes y los que tienen menos años de educación. La mayoría de los desempleados jóvenes provienen de hogares de bajos ingresos, y muchos de ellos pobres. Esto genera un círculo pernicioso de transmisión intergeneracional de la pobreza, ya que si los hijos no logran conseguir empleo, difícilmente puedan tener mejores ingresos que sus padres.

En un trabajo que realicé en 2008 (estudiando el desempeño socioeconómico de cientos de familias a lo largo de 3 generaciones), encontré que la movilidad intergeneracional en el país empeoró notablemente en los últimos 50 años. Esto es, los hijos están mucho más condicionados en sus posibilidades por la realidad de sus padres. Hace 50 años atrás, un padre podía tener primario incompleto y ser de bajos ingresos, pero su hijo podía ser doctor. Hoy en día, los niños que nacen en una villa de emergencia tienen un 90% de probabilidad de estar en una villa cuando sean adultos. Este canal de transmisión intergeneracional de la pobreza se canaliza a través de la educación y el acceso al mercado laboral.

Es en este contexto que preocupa tanto la caída en la calidad educativa registrada por la Argentina en los últimos años, como lo delatan diversos estudios internacionales como PISA o TERCE. Argentina en 1997 se encontraba segunda o tercera de Lationamérica (dependiendo si se mira el resultado en el test de lectura o matemática) y hoy está a mitad de tabla. Nos pasó Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Perú y Uruguay. El test de la UNCESO (TERCE) es lapidario, que ya no existe la excusa que es un test internacional diseñado para países ricos, como alguna vez se reclamó, sino que es un test diseñado y administrado exclusivamente en Latino América.

Pero además, en el país ha crecido el porcentaje de jóvenes que no trabajan, no buscan empleo ni estudian (los NINI) que hoy es de 16% cuando hace 10 años atrás era de 13%. 10 de cada 100 jóvenes varones son NINI, pero esto se incrementa a 20 de cada 100 para las mujeres (grupo que además enfrenta el dilema de las madres jóvenes, fenómeno mucho más frecuente entre los que menos ingresos tienen). Según el Censo 2010, los NINI entre 18 y 24 años alcanzan las 550 mil personas en la Argentina, un número algo menor a la cantidad de jóvenes que están estudiando (unos 850 mil)

Solo estudian	847,131	27,5%
Estudian y trabajan	376,511	12,2%
Estudian y buscan un empleo	103,341	3,4%
Trabajan, pero no estudian	1,008,180	32,7%
Buscan trabajo, pero no estudian	210,688	6,8%
No estudian ni buscan trabajo	535,555	17,4%
<b>Total</b>	<b>3,081,406</b>	<b>100,0%</b>

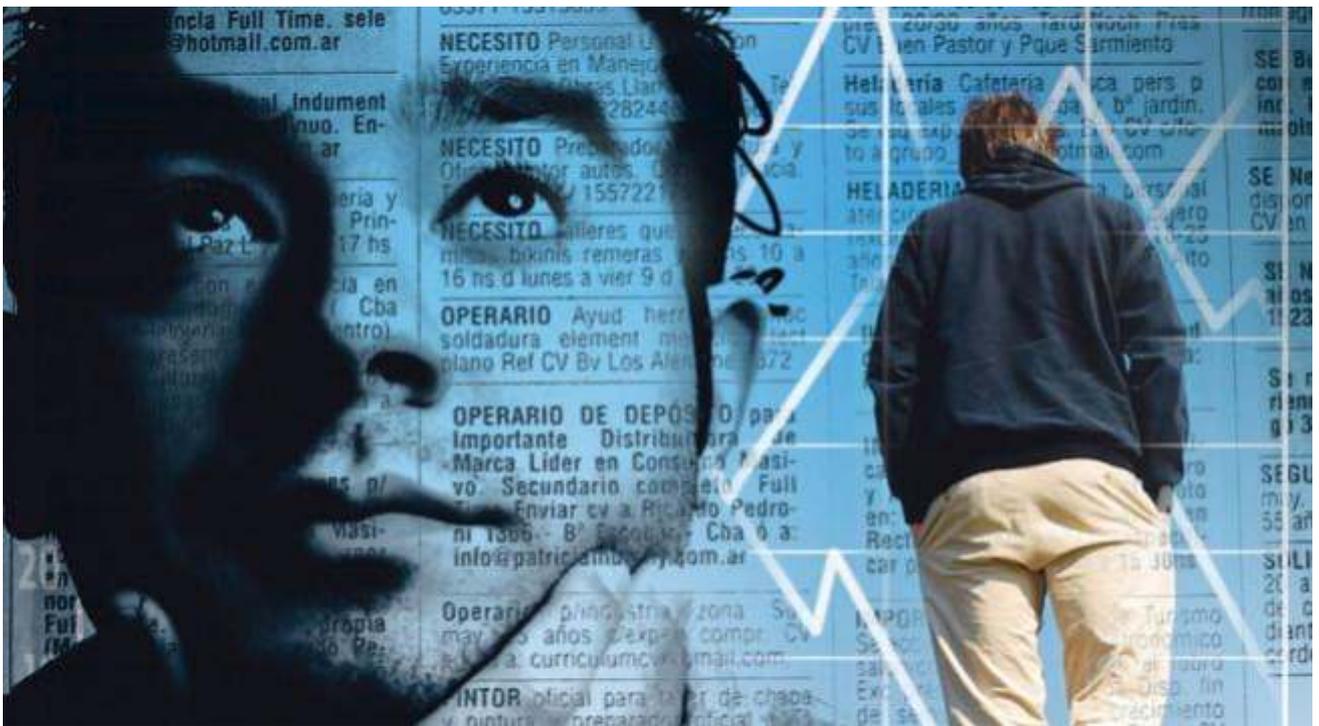
**Tabla 2.**  
Actividad económica de los jóvenes (18 a 24 años)

Fuente: Elaboración propia en base al Censo 2010



Diversos estudios muestran que (a) el tipo de escuela al que se asistió no está relacionado con el empleo o desempleo (es decir, las escuelas distintas, como las técnicas, no necesariamente son mejores para conseguir empleo), (b) si bien solo 1 de cada 5 no consiguen empleo, casi el 80% de los jóvenes entre 18 y 24 años tienen empleos de baja calidad, (c) las figuras de tasa de desempleo son engañosas para los jóvenes ya que este grupo tiene un mayor probabilidad de salirse de la actividad económica y pasar a la inactividad, (d) el trabajo de los más jóvenes es más precario y volátil, tienen mucha mayor probabilidad de perder el empleo en contextos recesivos.

Los estudios recientes plantean nuevas dimensiones para pensar como atacar el problema del empleo de los más jóvenes. Ellos son la generación del futuro, quienes recibirán la posta en el futuro. Lo grave de nuestra historia reciente es que no sólo no le estamos dejando una economía sólida y desarrollada, sino que tampoco les estamos dejando las herramientas básicas, como buena calidad educativa, para que ellos puedan hacerlo.



# Las empresas del agro frente al panorama electoral

Por Guillermina Simonetta

No hay dudas que parte de la campaña electoral pasa por el campo, principal fuente de divisas y de financiamiento del gasto público. El pasado lunes 16/03 se anunció un escalonamiento y devolución de retenciones para pequeños productores de granos de la mano del Gobierno Nacional en un contexto donde los principales candidatos opositores se mostraron en expo agro a comienzos de mes prometiendo una eliminación completa



de la retención del 23% vigente sobre el trigo y el sistema de permisos discrecionales de exportación (ROE). Dos de los candidatos mejores posicionados según las encuestas para las próximas elecciones presidenciales, Mauricio Macri y Sergio Massa, aseguraron que en diciembre de este año los productores trigueros tendrán la posibilidad de acceder a un valor interno que, a los precios actuales, sería superior a los 200 u\$/tonelada si ganaran las elecciones. El trigo que se cosechará en diciembre se sembrará en mayo. La pregunta implícita es si en lo que resta para la siembra el factor político pasará a estar comprendido en las ofertas de precios de trigo 2015/16 para intentar motivar un incremento del área sembrada. Asimismo, Mauricio Macri, aseguró ante ruralistas en La Pampa que si llega a la Presidencia en 2015 "se eliminarán inmediatamente las retenciones en todos los productos exportables, a excepción de la soja, cuya baja se hará en forma gradual". Actualmente el Ejecutivo anunció un fondo de \$2.500 millones para quienes produzcan hasta 700 toneladas de granos, fondo que se financiará de la recaudación vía retenciones, en pos de sostener las reservas, y tentar la liquidación de exportaciones y la venta de granos. Se estima que esta medida podría beneficiar a 46000 productores pequeños, pero que según datos oficiales abarcan un 8% del total de exportación y 10% de lo cultivado.

En nuestro país, desde la década de los '60, y con excepción de la época de la Convertibilidad, se aplicaron retenciones a las exportaciones. A partir de febrero del 2002 el gobierno volvió a recurrir a este instrumento de política fiscal. El mecanismo con que actualmente se aplican retenciones a gran parte de las exportaciones argentinas de productos primarios -con un particular énfasis en las del sector agropecuario- consiste en gravar el valor de las ventas al exterior con un porcentaje pre-establecido de las mismas, al momento en que las ventas se concretan, e incorporando esos recursos al fisco nacional. La estimación de tales impuestos

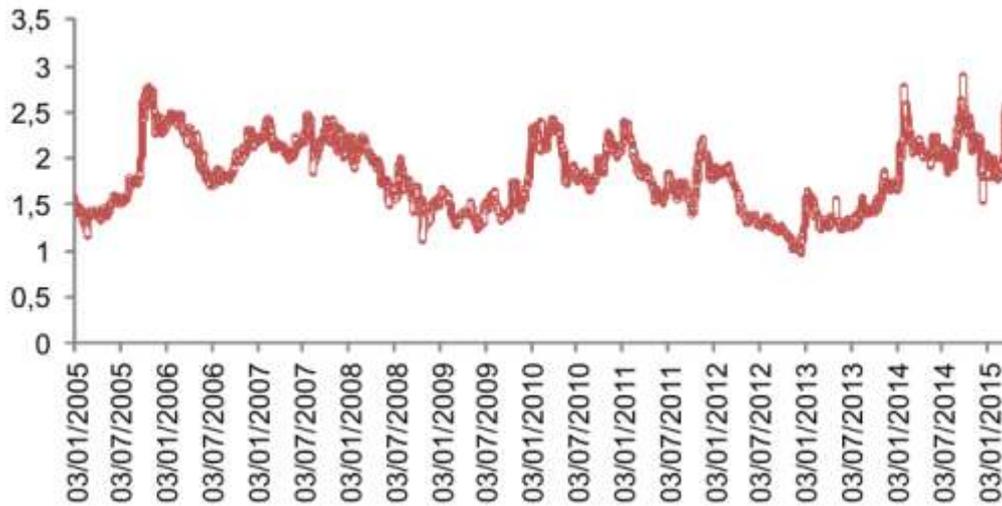
directos a la exportación varía según el producto, las zonas donde se cultiva o se cría y el incremento reciente de los precios de los mismos en el mercado internacional. El objetivo central y prioritario de las retenciones consiste en la desvinculación de los precios internacionales de los que rigen en el mercado interno. La aplicación de retenciones implica un impuesto al sector que recae especialmente sobre el propietario de la tierra. Una reducción de las retenciones sobre soja y la eliminación en el caso del trigo, implicarían un aliciente muy positivo al agro, que viene atravesando una coyuntura complicada con precios internacionales en baja e incremento de costos, tanto por los insumos que son importados a un dólar creciente como por la mano de obra.

En la Bolsa Argentina tenemos varias compañías del sector que podrían beneficiarse con esta medida en forma directa e indirecta y de hecho consideramos que gran parte del avance que vienen mostrando en lo que va del año ya está considerando en precios la posibilidad de un recambio político que tome medidas más a favor del campo. En el panel pyme podemos mencionar a **Insuagro**, empresa proveedora de productos agroquímicos, herbicidas, insecticidas y funguicidas, que integra este panel desde fines del año 2006. Dentro del panel general tenemos a Agrometal también desde la parte proveedora, con maquinaria agrícola y desde el lado de la producción, compañías como **Cresud**, directamente relacionadas con la producción de granos, caña de azúcar, carne y leche; **Morixe y Molinos Juan Semino**, que se beneficiaría de lleno con la medida de eliminación de retenciones al trigo. Por su parte **Molinos Rio**, líder histórico de la agroindustria argentina, se ha convertido en uno de los principales procesadores de poroto de soja y semilla de girasol del país (con una capacidad de molienda de 6 millones de toneladas de soja y 500 mil de girasol anuales). Sus negocios en la agroindustria abarcan la producción de materias primas, alimentación animal, agroinsumos, biodisel y exportación a granel. Asimismo participa de una Sociedad de Garantías Recíprocas junto con Los Grobo Agropecuaria, cuyo objetivo es facilitar el acceso al crédito de las PyMES a través del otorgamiento de garantías comerciales, financieras y bancarias; por lo que la eliminación de las retenciones implicaría un beneficio por varios canales a la compañía, ya sea directamente por el valor de sus exportaciones como indirectamente por el efecto derrame de un mayor crecimiento de la actividad en sus negocios relacionados.

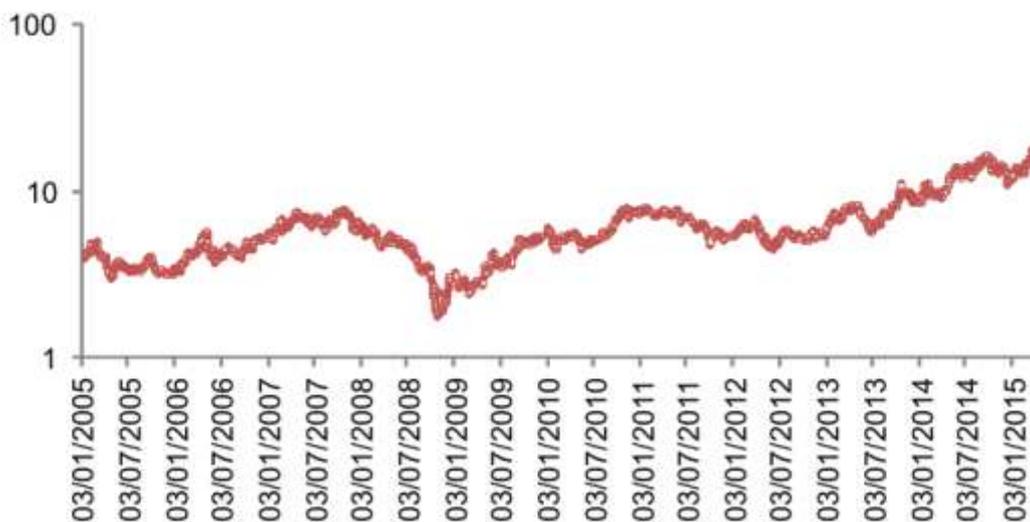
Creemos que gran parte de esta expectativa ya se encuentra incorporada en precios. Pero pesar de ello las empresas mencionadas tiene aún un mayor potencial de mediano plazo. En el caso de Agrometal consideramos que mientras el ajuste de las últimas sesiones se limite a \$2,25/2,15 de soportes o con extremo \$2,05, la acción tiene un potencial de avance a \$3,10 y posteriormente a valores de \$3,55/4,80. Molinos presenta un potencial de avance al área de 78,75/82,75, siendo la zona de 42/38 soportes de corto plazo y el área de 30/29 soporte de mediano plazo. En el caso de Cresud la zona de \$14,25 delimita un soporte de corto plazo, y mientras ese valor no sea perforado la acción podría seguir con avances directos, con resistencias en \$18,75 de cortísimo plazo pero con un potencial de extensión a \$21,5/27 en este año y posteriormente con targets en el área de \$32,5.



**AGROMETAL**

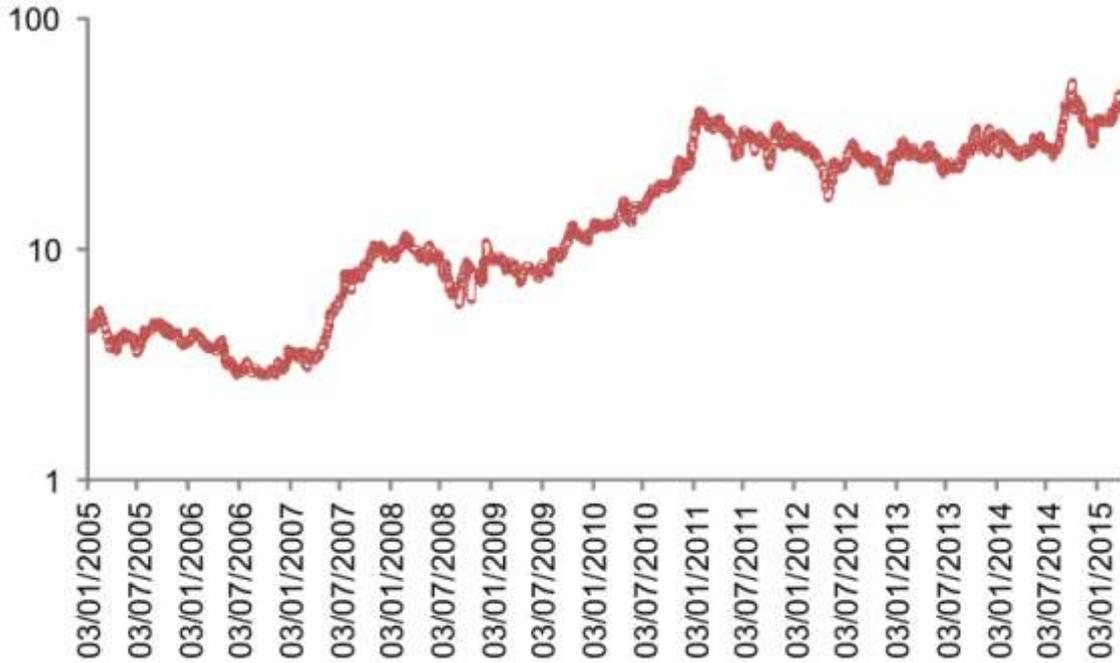


**CRESUD**





**MOLINOS RIO**



## El invitado del mes

### Entrevista a Titi Campbell

Siguiendo con las entrevistas referentes del mundo empresarial de Tandil y la zona, conversamos con **Titi Campbell, dueña fundadora de Dulces de Titi**, otra marca referente de la ciudad.



**IECON:** ¿Cuáles son los productos que se comercializan actualmente bajo la marca “Dulces de Titi”?

**Titi:** tenemos a la venta Dulces de Frambuesa, Mora, Mosqueta, Arándano, Frutos del Bosque, Frutilla y Tres Berries. Salsas de Frambuesa, Frutos del Bosque y Tres Berries y Conservas de Moras y Frambuesas al Natural. Los mismos están envasados en variantes de frascos de vidrio (orientados a familias y turismo) o envases de cartón y plástico orientados a pequeñas industrias artesanales y gastronomía, como es el caso de heladerías, pastelerías, resto's, cafés, hoteles, etc.

**IECON:** ¿Cuándo nació la empresa y cuántas personas trabajan en ella actualmente?

**Titi:** la idea de crear la empresa Dulces de Titi surgió a principios de los años 90. En ese momento mi suegra tenía un par de plantas de frambuesas que me animaron a probar el cultivo en Tandil. Arranqué con quien era mi marido en ese momento y nadie en la zona hacía algo parecido. Empezamos con una hectárea. La primera plantita fue de frambuesas. La plantamos el 19 de septiembre de 1991 y en marzo del 92 tuvimos las frutas. Ahí nos preguntamos qué hacer con ellas. Mis suegros tenían su chacra en El Bolsón y cuando los fui a ver le pedí a mi suegra que me enseñara a hacer dulce porque yo no tenía ni idea y ahora la verdad es que no tengo mucha idea de la cocina en general. Pero aprendí el tema de los dulces y después de debatir con mis amigas un nombre posible para el emprendimiento nació Dulces de Titi.

**IECON:** ¿en qué lugares pueden conseguirse en el país los dulces de Titi?

**Titi:** Tandil y zona de influencia, Azul, Olavarría, Tres arroyos, Balcarce, entre otros y estamos creciendo mucho en Capital y Zona Norte Gran Buenos Aires y tratando de llegar otras provincias, sorteando las dificultades que representan los fletes.

**IECON:** ¿se están exportando productos actualmente?

**Titi:** No exportamos. Atendemos el mercado interno con exclusividad.

**IECON:** ¿Cómo ha sido la evolución de las ventas en los últimos años?

**Titi:** La producción se mantuvo estable en los últimos 6 años. Se venden en total entre 20 y 23 toneladas de mercadería de los cuales el 90% de la producción (entre 17 y 19 toneladas) corresponden a dulces envasados en diferentes calibres y el restante 10% (entre 2 a 4 toneladas) corresponden a Frutas Congeladas que se venden al peso a pequeños clientes.

**IECON:** ¿tienen pensado incrementar la variedad de productos en los próximos años, ya sea bajo producción directa o incorporando dulces por fusión con algún otro productor pequeño y colocando la marca?

**Titi:** No tenemos pensado incorporar más productos ya que la línea de frutas no

convencionales es lo suficientemente larga. Retomamos la producción de dulce de mosqueta el año anterior. Hemos realizado pruebas para incorporar una línea Bajas Calorías pero por diferentes motivos aún no se ha decidido el lanzamiento.

**IECON:** a su criterio, ¿qué variables de la economía han influido más en la performances de su negocio?

**Titi:** La inflación es un problema serio para las pequeñas industrias. La velocidad de aumento de los costos de insumos y personal hacen indispensable estar sumamente atentos a la revisión permanente de las listas de precios. Por otra parte, el nuestro no es un producto de primera necesidad, por lo tanto la disminución del poder de compra de las familias retrae sensiblemente su consumo.

Por otra parte, y mucho más importante aún es que nuestras ventas no registran crecimiento por las dificultades que tenemos en la adquisición de nuestros insumos "base": la fruta. La producción nacional de frutas finas (sobre todo frambuesa) es insuficiente para cubrir las demandas del mercado interno. Normalmente a mediados de año entraban frambuesas importadas de Chile, de buena calidad y a precios competitivos internacionalmente. Actualmente las dificultades para importar hacen que a mediados de año se vacíe el mercado quedándonos sin mercadería o accediendo a precios tan altos que es imposible incorporarla al proceso productivo y salir a precios razonables con nuestro producto. Esto hace que cada temporada, a mediados de septiembre tengamos que desacelerar nuestras ventas a la espera de la nueva cosecha....una verdadera picardía!

Una solución podría ser abastecerse anticipadamente con la cosecha completa pero eso requiere de una capacidad financiera muy grande y el acceso al crédito es difícil y muy caro.

**IECON:** ¿Qué perspectiva tiene para el corto y mediano plazo en su empresa?

**Titi:** En el corto plazo esperamos este sea un buen año ya que la cosecha ha sido buena, hay buena cantidad de fines de semana largo que motorizan nuestras ventas y además estamos trabajando duro para desarrollarnos en el mercado gourmet de Capital Federal y Zona norte del GBA. El mediano plazo estará altamente influido por las próximas elecciones. Hay un alto nivel de incertidumbre.

**IECON:** ¿Cómo percibe la competencia a nivel regional de sus productos y cuál es su estrategia de diferenciación o de posicionamiento en el mercado?

**Titi:** El mercado de dulces artesanales es muy competitivo. A nivel nacional la Patagonia es un gran competidor en este rubro. Desde aquí tenemos la ventaja de la cercanía a los grandes centros de consumo en un país muy grande y con altos costos de traslados. Hoy los valores del flete hacen imposible más de un negocio para empresas chicas! Por eso es difícil llegar a otras provincias.

Por otra parte el increíble desarrollo turístico de la ciudad colabora muchísimo. Nosotros somos una empresa con más de 20 años en el mercado y en general todos nos conocen. Prueban aquí nuestro producto y luego nos llaman para ver dónde comprar en Capital. Tratamos de capitalizar el boom de lo gourmet y de la alimentación rica y sana elaborando un producto 100% natural sin agregado de conservantes ni aditivos. Sólo fruta y azúcar.

Por otra parte en nuestra estrategia de posicionamiento le otorgamos un rol fundamental a la marca "Tandil" que históricamente es significado de excelentes productos en el rubro alimentario. Todo lo que se asocia con "producto de Tandil" es rico y se vende bien.

# Usted pregunta, IECON responde

Bienvenido a este espacio donde, no sólo podrá resolver sus dudas, sino que también podrá responder interrogantes que quizás tenga latentes por las preguntas de otros lectores.

Lo invitamos a enviarnos su consulta a [instituto\\_economia@econ.unicen.edu.ar](mailto:instituto_economia@econ.unicen.edu.ar) antes del 20 de cada mes para que nuestro equipo pueda darle una respuesta a sus consultas. Respetando su anonimato sólo se incluirá su nombre de pila.



**Martín:** Quería consultarles qué significa que aumente el volumen negociado de una acción y que el directorio de una compañía compre acciones de su propia empresa. ¿Son buenas o malas señales? ¿Cómo puedo acceder a esa información?

**IECON:** Cuando una empresa recompra sus acciones es una buena señal porque implica que el directorio cuenta con información que el mercado desconoce y apuesta a que las acciones subirán, ganando en el proceso la diferencia respecto del precio de compra.

El volumen negociado es un indicador que refuerza o debilita cualquier figura del análisis técnico. Una figura gráfica que se complete con volumen alto tiene más probabilidades de comportarse como tal, mientras que si el volumen es bajo las probabilidades de que falle son mayores.

Por otra parte, que el volumen negociado sea alto indica un interés muy fuerte de una gran cantidad de inversores, mientras que si el volumen es bajo hay muchos inversores que están al margen, esperando para tomar una decisión.

Finalmente, si se observa una aceleración de volumen en un activo determinado implica que es una confirmación de tendencia. Si la acción sube y el volumen se acelera, esto último confirma la tendencia alcista. El mismo razonamiento aplica cuando está a la baja.

Para acceder a la información, existen muchos portales de finanzas gratuitos donde conseguirla, como ser Bolsar, Yahoo Finanzas y Marketwatch.

**Bárbara:** ¿en qué consiste el análisis técnico de acciones? ¿Cuáles son las herramientas más habituales que utiliza?

**IECON:** El análisis técnico estudia cómo fue el comportamiento histórico del precio de un activo, puede ser acciones, índices, futuros, monedas, cómo se luce en el presente y qué ocurre con los volúmenes operados para así proyectar la dirección más probable del valor de mercado.

Para ello, se apoya en la información que proporciona el mercado. En función de ese estudio, los analistas técnicos diseñan estrategias de compra o de venta.

Se sustenta en tres premisas. I) “El mercado lo descuentan todo”. Los precios de mercado reflejan toda la información relevante para predecir los movimientos futuros. II) Los precios se mueven siguiendo una determinada tendencia o patrón. Las expectativas de inversores provocan tendencias alcistas y bajistas, que quedan dominadas por la avaricia y el riesgo. III) La historia se repite. Los comportamientos pasados de los precios volverán a ocurrir en el futuro.

Los precios muestran tendencias que pueden clasificarse como: primaria o de mediano plazo (un año o más), secundaria (entre 3 semanas y 3 meses), o menor o de trading (entre 6 y 18 ruedas). Asimismo, las tendencias quedan definidas por soportes y resistencias, por figuras o patrones, etc. Un soporte es un nivel de precios que actúa como un piso en donde hay muchos compradores para “defender” el mismo y -en caso de ser perforado- puede haber un cambio de tendencia o una baja de mayor magnitud hasta otro nivel de soporte. En tanto, una resistencia es un nivel de precios que actúa como un techo o barrera para la acción, donde hay muchos vendedores y si el mismo se traspasa habilita mayores avances de precios. Cuando los soportes y las resistencias son horizontales delimitan un rango horizontal, se dice que el mercado tiene una tendencia lateral.

Las herramientas de análisis técnico pueden dividirse en dos grandes grupos: el análisis de gráficos (Chartismo) y el uso de indicadores. Por un lado, mediante el análisis de gráficos los analistas técnicos buscan identificar patrones de específicos en el comportamiento de los precios que se llaman “figuras”.

En tanto, los indicadores -construidos con fórmulas matemáticas- se analizan en conjunto con los gráficos y brindan información, por ejemplo, sobre la fuerza de las corrientes compradora y vendedora, de los volúmenes negociados, entre otros. Ejemplos de indicadores son los Osciladores de precios y el RSI. Se representan generalmente en la parte inferior de un gráfico de precios entre dos bandas horizontales de oscilación.

Cuando los osciladores alcanzan valores extremos en las bandas se interpreta que una corrección de precios es inminente o que está agotándose la tendencia en curso, ya que delinean señales de sobrecompra o sobreventa. Uno de los osciladores más populares es el RSI (Relative Strength Index), que considera la relación entre ruedas donde el precio de la acción subió y ruedas donde el precio bajó. Un nivel de 70 o más indica sobrecompra y un nivel de 30 o menos, sobreventa del activo en cuestión.

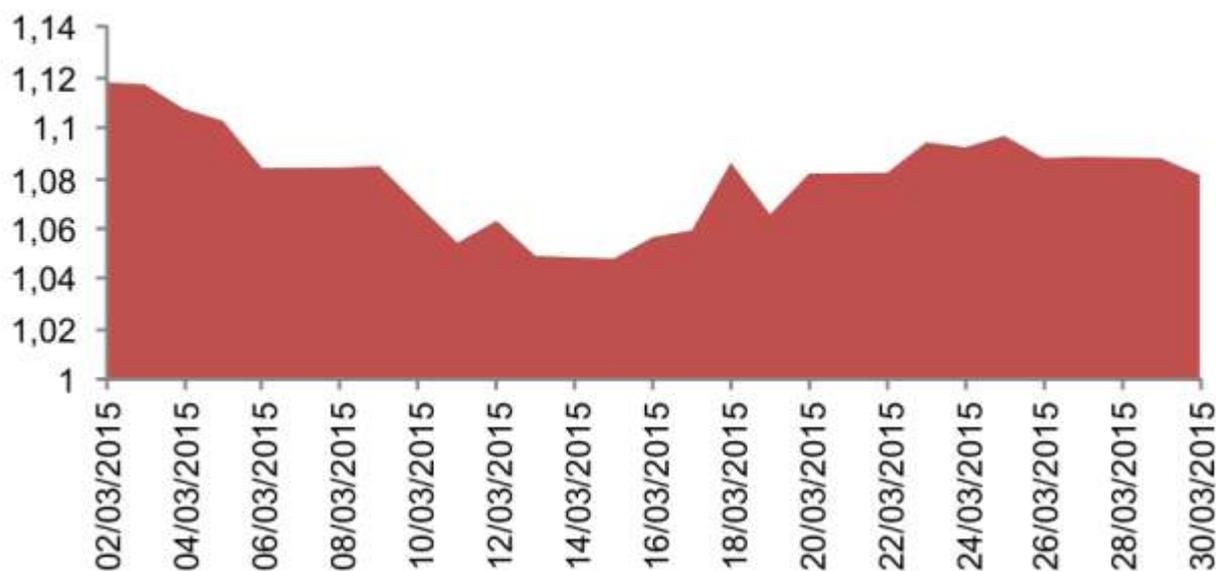
El análisis técnico puede complementarse con el Análisis Fundamental. Éste se centra en encontrar el valor “justo” mirando información económica y financiera de la empresa. Busca definir si el precio de mercado refleja el valor y las perspectivas de la compañía. Combinado con el Análisis Fundamental, el Análisis Técnico ofrece una valoración más completa que representa una ventaja comparativa a la hora de realizar transacciones rentables en el mercado, ya que suele ser muy útil brindando el “timing” de compra o de venta.

# La Coyuntura en gráficos

## INDICES DE COSTOS DE LA CONSTRUCCION VARIACIONES MENSUALES Y ANUALES A FEBRERO 2015

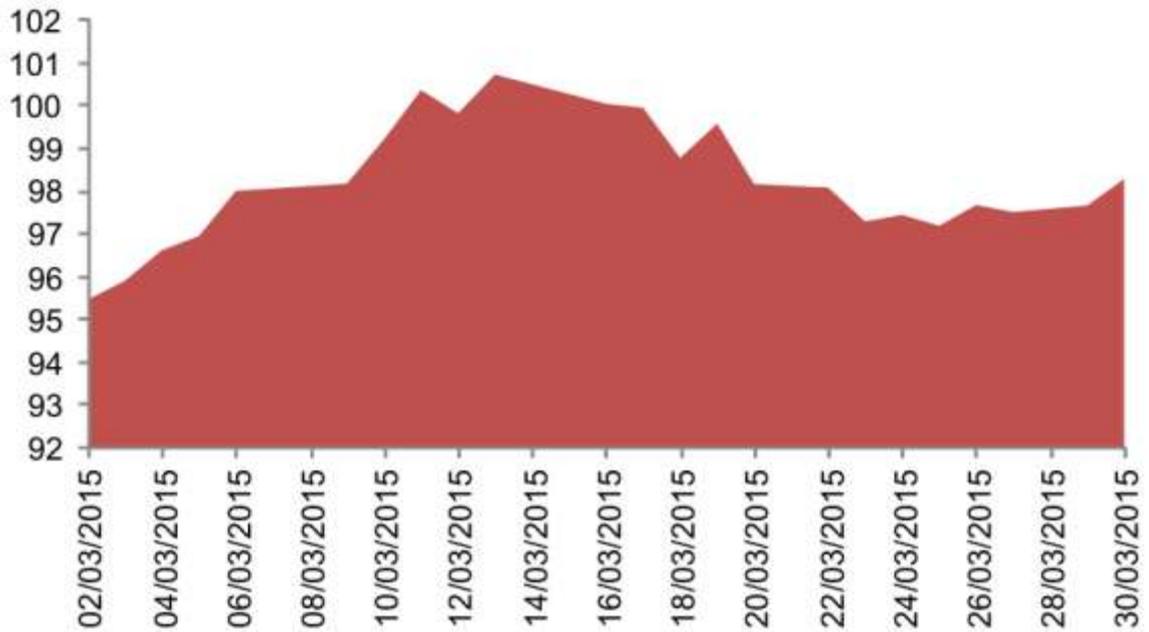
	VAR. MENSUAL	VAR. ANUAL	VAR. ACUMULADA 2015
<b>NIVEL GENERAL</b>	0,80%	27,90%	1,50%
<b>MATERIALES</b>	1,80%	25,60%	2,90%
<b>MANO DE OBRA</b>	0%	29,60%	0,20%
<b>GASTOS GENERALES</b>	1%	27,50%	3,10%
<b>NIVEL GENERAL SIN MANO DE OBRA</b>	1,60%	25,90%	2,90%

## EVOLUCION EN MARZO DE LA COTIZACION DEL RATIO EURO/DÓLAR

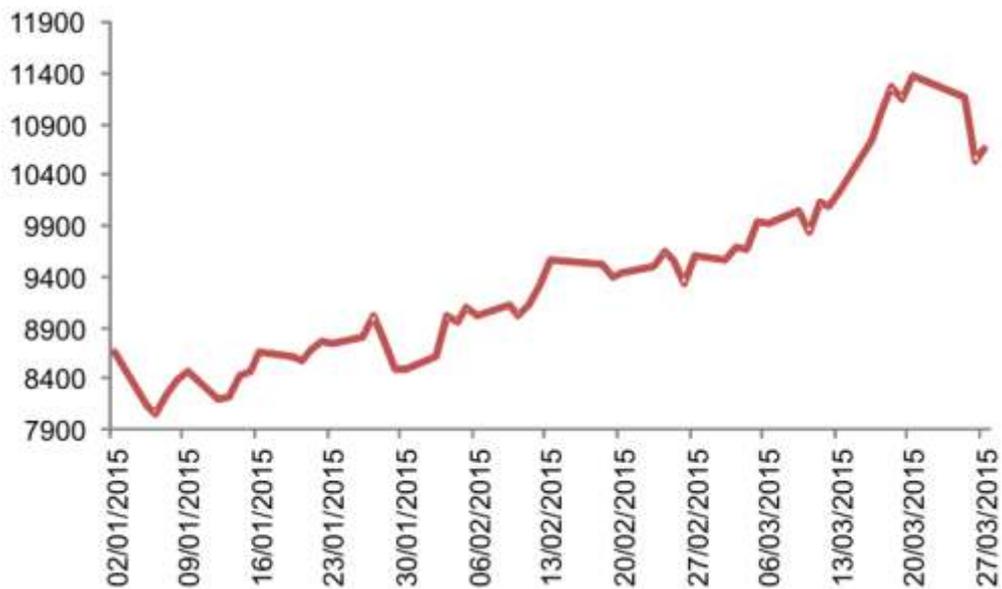




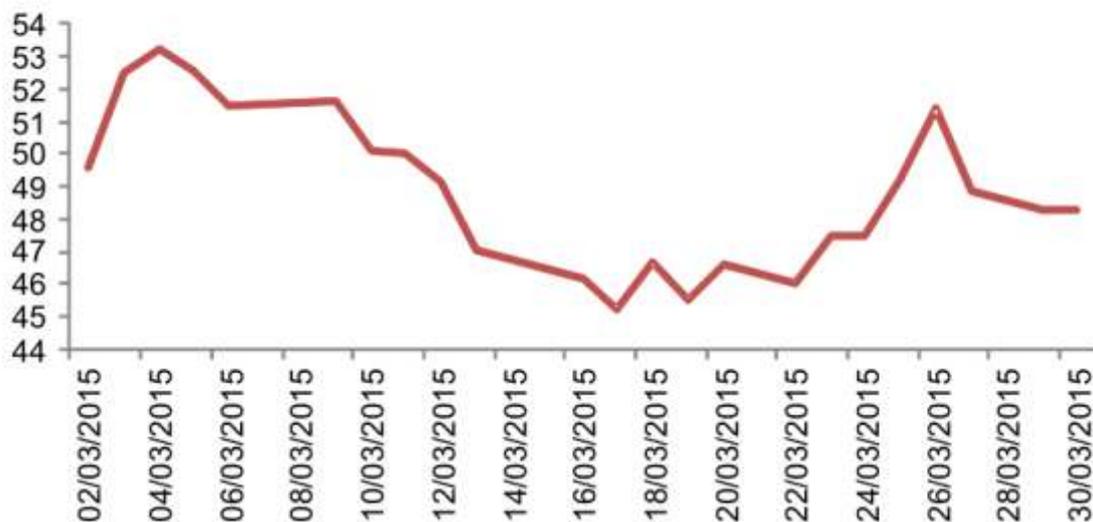
**EVOLUCION EN MARZO DE LA COTIZACION DEL DÓLAR INDEX**



**EVOLUCION DEL INDICE Merval EN 2015**



**EVOLUCION DE LA COTIZACION DEL PETROLEO WTI EN MARZO**



**CUADRO DE VARIABLES FINANCIERAS AL CIERRE DEL MES**

VALORES AL 31 de MARZO DE 2015

VARIABLES FINANCIERAS	CIERRE MENSUAL	VARIACION YTD - 2015
DÓLAR OFICIAL EN ARGENTINA - VENTA	8,835	2,97%
DÓLAR INFORMAL - VENTA	12,62	-8,22%
DÓLAR EN BRASIL (VS.REAL)	3,193	17,97%
RIESGO PAÍS -EMBI+ ARGENTINA JPMORGAN	626	-16,53%
MERVAL (ARGENTINA)	10837	33,40%
DOW JONES (USA)	17776	1,57%
BOVESPA (BRASIL)	51150	7,65%
SOJA . MERCADO INTERNACIONAL USD POR TONELADA	357,62	-6,39%
MAIZ. MERCADO INTERNACIONAL USD POR TONELADA	148,12	-7,33%
TRIGO. MERCADO INTERNACIONAL USD POR TONELADA	188,04	-13,12%
PETROLEO WTI -USD POR BARRIL	48,68	-2,72%
ORO - USD POR ONZA	1183,5	-1,53%
TASA BADLAR ENTIDADES PRIVADAS EN \$	20,75%	2,15%
TASA ENCUESTA PLAZO FIJO 30 DÍAS EN \$	21,32%	8,44%