

Gerenciamiento de Negocios Agroalimentarios

IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

CÓDIGO	SEM	HT	HP	HA	SCT	REQUISITO	ÁREA DE FORMACIÓN Y TIPO DE ASIGNATURA	UNIDAD RESPONSABLE
AG060506	Primavera	1	1	1.3	2		Electiva	Escuela de Postgrado

Horas teóricas y prácticas expresadas en horas pedagógicas de 45 minutos, horas alumno expresadas en horas cronológicas.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En el contexto actual del desarrollo agroalimentario de cara a abastecer de alimentos a una sociedad más informada exigente y cosmopolita, se plantea el siguiente curso de postgrado, en el cual el alumno deberá analizar e integrar conocimientos de economía y gestión de empresas para comprender el funcionamiento de los negocios agroalimentarios y aplicar este conocimiento a resolución de problemas (oportunidades) que pueden contribuir al mencionado desarrollo, lo que se plasmaría al final del curso en un plan de negocios, a nivel de perfil de un producto de origen agroalimentario.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

De enseñanza: Clases expositivas interactivas, resolución de problemas, estudio de casos, trabajos en equipo.

De aprendizaje: Análisis de situaciones reales por parte del estudiante, discusiones grupales, generación de informes profesionales, presentaciones escritas y orales, análisis de casos, realización de mapas conceptuales. Auto-instrucción a través de lecturas y desarrollo de trabajos.

COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA (Tipo: B=Básica, G=Genérica, E=Específica)

- Profundiza en la aplicación de competencias genéricas adquiridas en el transcurso del Magíster, que le permita dar solución a problemas complejos del área profesional, para establecer recomendaciones de (E).
- Integra conocimientos de productivos y de gestión agroempresarial (G).
- Entrega capacidad para comprender metodologías de evaluación del problema (G).
- Entrega capacidades para comprender el entorno de negocios bajo una lógica empresarial (E)
- Aplica conocimientos de comercialización y marketing y de gestión empresarial para el desarrollo de un plan de negocios.

RECURSOS DOCENTES

Equipos audiovisuales con software Excel. Guías de trabajo de apoyo a la actividad docente teórica y práctica. Visitas a terreno.

CONTENIDOS

- El entorno para los negocios agroalimentarios (internacionalización, cadenas de valor, cadenas productivas y nuevas tendencias en los mercados agroalimentarios).
- Administración de negocios agroalimentarios: desde la planificación hasta el control de gestión en empresas.
- Comercialización y marketing agroalimentario (diseño de estrategias de marketing)
- El plan de negocios en la práctica
- Casos de negocios chilenos: fruta, aceite de oliva y vino.
- Visitas a empresas del sector agropecuario que permita conocer procedimientos, técnicas de producción y comercialización.

PROFESORES PARTICIPANTES (Lista no excluyente)

<i>Profesor(a)</i>	<i>Departamento</i>	<i>Especialidad o área</i>
MARCOS MORA G	ECONOMIA AGRARIA	GESTION AGRONEGOCIOS Y MARKETING AGROALIMENTARIO

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

<i>Actividades</i>	<i>Ponderación</i>
Prueba Global	35 %
Informe de salida a terreno	30 %
Informe profesional analítico de un negocio agroalimentario	35 %

Bibliografía

ALONSO R. 2004. Economía de la Empresa Agroalimentaria. Ediciones Mundi-Prensa7.

ADASME, C.; **MORA, M.**; SÁNCHEZ, M. 2013. Segmentación del consumidor de vino orgánico en Talca, Chile 67-73 p. In: Marketing agroalimentario. Aplicaciones metodológicas y estudios de casos en el contexto global PEARSON EDUCACIÓN, México, 2013 ISBN: 978-607-32-2088-0 ISBN UNISON: 978-607-518-019-09

BALLOU, R. 2004. Logística: Administración de la Cadena de Suministro. 5ª Ed. Ed. Pearson-Prentice Hall.

CASTLE, E.N.; BECKER, M.; SMITH, H. "Administración de Empresas Agropecuarias", Editorial Ateneo, Segunda Edición 1977. Buenos Aires, Argentina.

CHIAVENATO, I. 2000. Administración de Recursos Humanos. 5ª Edición. Editorial McGraw Hill.

DEL CAMPO, F. (Coordinador). 2001. Economía Agraria y Valoración. Ediciones Universidad Miguel Hernández.

F.A.O. "La Investigación sobre Administración Rural", Boletín de Servicios Agrícolas N° 41. 1980, Roma, Italia.

FAYOL H. Y TAYLOR FW. "Administración Industrial y General y Principios de la Administración Científica". Ed. El Ateneo. 1994, XVI edición.

FUNDACIÓN CHILE. 1999. "Manual de criterios comunes para el control de gestión en empresas agropecuaria".

FUNDACIÓN CHILE. 2003. "Fundamentos de Gestión para Productores Agropecuarios". Ed. Programa de Gestión Fundación Chile.

GUERRA, G. E., "Manual de Administración de Empresas Agropecuarias", IICA San José, Costa Rica, 1985.

HEIZER J.; RENDER B. 1997. Dirección de la Producción. 4ª Edición. Ed. Editorial Prentice Hall.

ILLANES, PABLO. "Administración del Sistema Empresa". Editorial Universitaria 1991. Santiago, Chile. Tercera Edición.

KOTLER, P. 2001. Dirección de Marketing. Editorial Prentice Hall.

MORA M.; N. BARAHONA C. Y R. GODOY A. 2015. Guía para el desarrollo de productos derivados de la agricultura para el valle de Choapa: aspectos de comercialización, adaptación y agregación de valor para la venta (envasado y etiquetado) Santiago, Universidad de Chile 92 páginas.

MORA, M. 2001. Gestión y Comercialización Caprina y Derivados. Manual de Capacitación. Proyecto Fundación para la Innovación Agraria.

MORA, M., ARANCIBIA V., TAPIA F., ZLÁTAR J. 2013. Comercialización y gestión del agronegocio de la aceituna sajada. Boletín INIA N° 279.

MORA, M.; ESCOBEDO, R.; ADASME, C. (2013). The Chilean Wine Market: Comparing Wine Sales at Supermarkets and Specialty Wine Shops. Wine Case Studies Collection. Academy of Wine. Business Research (AWBR).

MORA, M.; ESPINOZA, J.; SCHNETTLER, B.; ECHEVERRÍA, G.; PREDIERI, S.; INFANTE, R. Perceived Quality In Fresh Peaches: An Approach Through Structural Equation Modeling. Revista Ciencia e Investigación Agraria. 2011, 38 (2): 179-190. (ISI).

MORA, M.; ESPINOZA, J.A.; MARCHANT, R. 2003. Comercialización de productos agrarios y agroindustriales. Programa de Gestión Agropecuaria. Fundación Chile.

MORA, M.; LOBOS, G. SCHNETTLER, B. 2014. El gran crecimiento de la industria vitivinícola chilena. In: La Economía del Vino en España y en el Mundo. Eds. Compés R. y Castillo, S. CajaMar Caja Rural. Serie Económica N° 23. pp. 581-623

MORA, M.; SCHNETTLER, B.; FICHET, T.; ESTRADA, L.; SILVA, C. Desarrollo estratégico del mercado del aceite de oliva. 2013. Proyecto: Incrementos del potencial productivos de huertos de olivos en la III Región. INNOVA CORFO. Ediciones Serie Ciencias Agronómicas, N° 21, Facultad de Ciencias Agronómicas, Universidad de Chile. pp. 227-264.

SAPAG, N. 2003. Formulación y Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw Hill.

SCHNETTLER, B., CRISÓSTOMO, G.,

MORA, M. LOBOS, G. MIRANDA, H., GRUNERT, KG. 2014. Acceptance of nanotechnology applications and satisfaction with food-related life in southern Chile. Food Science and Technology (Ciencia e Tecnología de Alimentos), 34(1):157-163. WOS. Fondecyt 1100611.

SCHNETTLER, B., SEPÚLVEDA, N., SEPÚLVEDA, J., ORELLANA, L., MIRANDA, H., LOBOS, G.,

MORA, M. 2014. Consumer preferences towards beef cattle in Chile: Importance of country of origin, cut, packaging, brand and price. Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias Universidad Nacional de Cuyo, 46(1): 143-160. ISI.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Horario	Lunes 28 de Noviembre	Martes 29 de Noviembre	Miércoles 30 de Noviembre	Jueves 1 de Diciembre	Viernes 2 de Diciembre
9:00-12:00	<u>Clase:</u> Entorno de los negocios agroalimentarios	<u>Clase:</u> Administración de agronegocios: Planificación versus lo inorgánico Liderazgo y dirección de empresas	<u>Clase:</u> Caso de un negocio chileno exitoso agroalimentario: El Vino	Salida día completo <u>Visita:</u> Panquehue, San Felipe. Predio Desarrollo Agrario. Paltos, Uva de Mesa y Mandarinas de alto nivel tecnológico y de exportación	Salida día completo <u>Visita:</u> Almazara Aceite de oliva y huertos, Puente Negro, San Fernando. Productos de alto valor que se exportan y se venden en el canal gourmet en Chile
12:00-13:00	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo		
13:00-15:00	<u>Clase:</u> Comercialización y marketing agroalimentario	<u>Clase:</u> Costeo y Control de gestión	<u>Clase:</u> El plan de negocios y sus recomendaciones.	<u>Visita:</u> Huertos Chile (San Antonio). Productor de frutillas y comercializador al retail formal (cadenas de supermercados)	<u>Visita:</u> Viña, Colchagua. Viña de tamaño medio.