



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIHUAHUA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRICOLAS Y FORESTALES
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO



DIPLOMADO EN AGRONEGOCIOS

M.C. FRANCISCO MARQUEZ SALCIDO
DIRECTOR

DR. JUAN MANUEL CHACÓN SOTELO
SECRETARIO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

Ph.D. EDUARDO MAGAÑA MAGAÑA
COORDINADOR DEL DIPLOMADO

PARTICIPANTES

DR. JUAN JAVIER NUÑEZ LÓPEZ
M.C. JERONIMA ANTONIETA PEREZ
M.C. ROSARIO BARAY GUERRERO
M.C. MANUEL SOTO ZAPATA
Ph.D. EDUARDO MAGAÑA MAGAÑA

Cd. Delicias Chihuahua, Enero de 2011

Justificación del Diplomado

En nuestro estado los Agronegocios desempeñan un papel estratégico extremadamente importante. Las características de flexibilidad propias de las pequeñas unidades productivas, así como su capacidad de iniciativa, la motivación personal, la ausencia de procedimientos formales, la ausencia de información en la toma de decisiones, entre otros, constituyen elementos absolutamente claves en un contexto en el que:

- Las empresas concentradas principalmente en el sector primario, están sufriendo una crisis creciente, debido a la persistente caída de los precios de sus productos en los mercados nacionales e internacionales;
- La apertura económica adoptada hace necesario realizar transformaciones radicales en la organización de las empresas y en sus productos para lo cual las Mipymes tienen grandes ventajas en comparación con las empresas grandes;
- El desempleo, como consecuencia de la marcada tendencia hacia la «tercerización» de la producción, la privatización de empresas públicas y la reducción de las fuentes financieras, la disminución del apoyo gubernamental federal y estatal, entre otros, plantea la necesidad de encontrar nuevas soluciones a las que la creación de Mipyme y de agronegocios constituyen la respuesta más idónea.

El sector de Agronegocios particularmente en los micro y pequeños, demandan una adecuada organización para poder ser más productivos y tener mayor competitividad. Las empresas de la región tienen que afrontar una serie de cambios repentinos, como consecuencia de la apertura económica y la creciente competencia comercial tanto en los mercados internos como externos.

El nuevo entorno en que los agronegocios tienen que moverse presenta características de gran incertidumbre y es siempre más cambiante y dinámico. Por lo tanto es muy importante la capacitación de profesionistas y empresarios ya que es un elemento imprescindible para su éxito y del de los agronegocios que manejan. La finalidad de esta capacitación consiste esencialmente en inducir en los profesionistas y empresarios competencias para:

- analizar los elementos que caracterizan el entorno y, en especial, el segmento de mercado a los que se dirigen los diferentes tipos de agronegocios;
- concebir y realizar modificaciones continuas en los métodos y técnicas de producción y gestión;
- identificar y aplicar metodologías adecuadas para simplificar la estructura y los procesos de la empresa, eliminar las operaciones redundantes, mejorar los flujos laborales, reducir los tiempos muertos de producción y coordinar el conjunto de los servicios de apoyo;
- concebir e impulsar la producción de bienes y servicios de calidad de acuerdo con estándares internacionales.

El conjunto de desarrollar estas competencias, está directamente relacionado con la presencia de recursos humanos cada vez más calificados y preparados para aportar nuevas ideas y soluciones en el diseño y concepción de nuevos productos y servicios, implementar nuevas formas organizativas y productivas y establecer redes de cooperación con el entorno de los agronegocios.

Objetivo:

Proporcionar a los participantes la conceptualización de los Agronegocios y su relación con el entorno competitivo y globalizado. Analizar el estado actual, perspectivas y oportunidades que demanda el Sistema Agroalimentario Mexicano. Ofrecer una actualización especializada con conocimientos multidisciplinarios que permita a los asistentes desenvolverse adecuadamente ante los nuevos retos que se presentan en el sector de agronegocios y capacitarlos para tomar decisiones rápidas y acertadas.

Objetivos específicos:

- Que al final del diplomado, los participantes cuenten con la información necesaria y suficiente para organizar a los Agronegocios para la productividad y competitividad y que a su vez obtengan conocimientos sobre técnicas de gestión empresarial.
- Facilitar las herramientas para que el participante pueda desempeñar con éxito cualquier puesto directivo en un agronegocio.

- Que conozcan los programas de apoyo al campo y los requisitos y procedimientos para tener acceso a ellos.
- Proporcionar las herramientas necesarias para identificar oportunidades de inversión, formular y evaluar proyectos.

Así como gestionar los recursos.

A quien va dirigido:

Gerentes, Profesionistas con especialidad en el Sector Agroalimentario quienes podrán adquirir conocimientos interdisciplinarios adaptados a las necesidades actuales del Sector.

Empresarios del sector agropecuario que desee obtener capacitación para la toma de decisiones rápidas y acertadas.

Costo: \$10,000.00 por participante.

Asistencia: 80%. **La Universidad otorgará un diploma certificado a cada participante que cumplan los requisitos.**

ATENTAMENTE

Ph.D. José Eduardo Magaña Magaña

Cd. Delicias, Chihuahua a Septiembre de 2011

PLAN MODULAR DEL DIPLOMADO EN AGRONEGOCIOS

MODULO	NOMBRE DEL MODULO	SUBTEMAS	HRS	EXPOSITOR
I	INTRODUCCIÓN A LOS AGRONEGOCIOS	• Bases filosóficas de los Agronegocios exitosos • Concepto de Agronegocio • Sistema de Agronegocios • Mercado global y los Agronegocios • Innovación y competitividad	10	Ph.D. Eduardo Magaña Magaña
II	FORMAS DE ORGANIZACIÓN	• Importancia de la organización • Leyes, normas y reglamentos • Formas legales • Procedimiento para dar de alta una empresa • Cadenas de valor agregado y/o Sistemas producto • Miscelánea fiscal • Programas federales de apoyo 2011	15	M.C. Rosario Baray Guerrero
III	PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARTICIPATIVA	• Utilidad de la planeación estratégica • Diagnóstico de la situación actual • Matriz de Evaluación de Factores Críticos Externos (EFE) • Matriz de Evaluación de Factores Críticos Internos (EFI) • Matriz de perfil cultural • Misión y visión • La gran matriz estratégica y formulación de objetivos a largo plazo • Plan anual, estrategias operativas	30	Ph.D. Eduardo Magaña Magaña

		• y políticas • Evaluación y retroalimentación		
IV	MERCADOTECNIA	• Mercado agroalimentario nacional e internacional • Mercados a futuro • Como investigar a los consumidores y segmentar un mercado • Como establecer los objetivos a largo y corto plazo de mercadotecnia • Estrategias de posicionamiento de productos y servicios • Estrategias genéricas de mercadotecnia • Estrategias operativas de mercadotecnia: campaña promocional, canasta de productos y servicios, determinación de precios y canales de distribución • E-commerce • Plan de mercadotecnia	20	M.A. Jerónima Antonieta Pérez
V	FINANZAS EN UN AGRONEGOCIO	• Sistema financiero Mexicano e internacional • Bolsas de valores de productos agropecuarios nacional e internacional • Contrato de compra y cobertura de precios • Sistemas de garantías • Estructura de capital y estrategias de financiamiento • Como formular proyectos de inversión: Teoría y análisis de costos	25	Dr. Javier Núñez López

		Identificación, cálculo y proyección de los ingresos, proyección de las inversiones, proyección financiera, cálculo de punto de equilibrio, cálculo de la capacidad de pago proyección del Flujo Neto de Efectivo (FNE) • Evaluación de un proyecto: Cálculo de indicadores financieros ▪ TIR ▪ VAN ▪ Período de recuperación ▪ Relación B/C		
VI	DIRECCION ESTRATEGIA DE AGRONEGOCIOS	• Asertividad • Liderazgo • Motivación • Negociación • Calidad, sanidad e inocuidad	15	M.C. Manuel Soto Zapata
		Total	115	