

**Inscripción 2020**

#Agronegocios20años

---

# **Posgrado en Alta Dirección en Agronegocios y Alimentos**

Dirección: Ing. Agr. Mg. Sebastián Senesi



# Posgrado en Agronegocios y Alimentos: Fundamentación

## Introducción

- Los **sistemas de agronegocios** vinculan, mediante diferentes formas de coordinación, a todos los actores del sistema, **desde la producción** pasando por el procesamiento, la distribución, el marketing, los sectores conexos y de apoyo llegando **hasta el consumidor final**.
- La realidad de los **negocios agropecuarios globalizados** (alimentos, fibras, y energía) hace que lo único permanente sea la situación de **fuerte cambio** en el entorno. El gran desafío en la economía y en los agronegocios es la **capacidad de adaptación**.
- El **Posgrado en Agronegocios y Alimentos** se presenta como un curso de actualización y perfeccionamiento profesional.
- En este curso se abordan **temáticas** en torno a la **gestión** aportando **herramientas prácticas**, marco de **análisis y metodologías** de trabajo para la intervención en los sistemas agroalimentarios.

## Objetivo

- El Posgrado tiene por objetivo central capacitar a empresarios, profesionales y funcionarios en el área de los Agronegocios y Alimentos.
- Esto se logra a partir de una estrategia de formación que armoniza el marco teórico conceptual con la ejercitación operativa y discusión de casos, focalizado en la gestión competitiva de las cadenas agroalimentarias.
- El campo de análisis e intervención del Posgrado es la empresa, las relaciones con el sistema agroalimentario y con el ambiente institucional local e internacional.

# Posgrado en Agronegocios y Alimentos: Alcances

---

## Perfil del alumno

- Dirigido a profesionales y empresarios que desempeñan tareas ejecutivas en empresas e instituciones del sistema agroalimentario dedicadas a la producción y comercialización de insumos; empresas agropecuarias; organismos públicos; cooperativas, acopios, bancos, seguros y operadores del mercado; agroindustriales; de logística y distribución; y del comercio minorista.

## Competencias

- Incorporar metodologías para la realización de estudios, diagnósticos y otros tipos de análisis de las cadenas agroalimentarias y las organizaciones que las comprenden.
- Adquirir herramientas para la formulación , evaluación y ejecución de planes estratégicos y de negocios (inversión, marketing, etc.) .
- Desarrollo de capacidades para el liderazgo en Organizaciones Agroalimentarias.

## Inserción laboral

- Empresas agroalimentarias.
- Consultoras especializadas.
- Cámaras empresarias y de productores.
- Dependencias de gobiernos nacionales, provinciales y municipales.
- Organismos internacionales.
- Universidades e institutos de investigación relacionados a los agronegocios.

# Posgrado en Agronegocios y Alimentos: Metodología

## Título

- Certificado de aprobación del Posgrado en Alta Dirección en Agronegocios y Alimentos de la Universidad de Buenos Aires

## Modalidad y duración

- Carga total:
  - **160 hs obligatorias: 10 módulos**
  - **Participación optativa en el Ciclo de Seminarios en Agronegocios**
- Modalidades:
  - **Semanal:** Todos los Miércoles de 18 a 22 hs.
  - **Mensual:** Un Viernes y sábado por mes de 9 a 18 hs.

## Admisión

- Título Universitario .\*
- Carta presentación.

## Metodología

- Desarrollo conceptual.
- Estudio, análisis y discusión de casos.
- Debate abierto interactivo y ejercicios de aplicación práctica.

\* Los alumnos no graduados que acrediten vasta experiencia en la materia podrán tomar los cursos del Posgrado, previa entrevista de admisión. En el caso de ser aceptados y finalizar la cursada recibirán un certificado de asistencia a los cursos de agronegocios.

# Materias

Materias	Materias (cont.)
Economía y Gestión	Negocios de Especialidades
Administración Estratégica y planeamiento empresarial	Negociación y Análisis Organizacional
Marketing y Comunicación	Formulación, evaluación de proyectos y riesgo empresarial
Negocios de Commodities	Mercados de Capitales e Ingeniería Financiera
Logística y Comercio Exterior	Escenario Agroalimentario internacional

- El Posgrado consta de **10 módulos obligatorios** que derivan de la Maestría en Agronegocios ...
- ...constituyen los conocimientos básicos sobre los **agronegocios**...
- ...el cual se aborda desde una perspectiva no solo teórica si no también **práctica** a través de **estudios de caso**

CONTENIDOS MÍNIMOS: <http://epg.agro.uba.ar/posgr-agronegocios/plan-de-estudios-del-posgrado-de-alta-direccion-en-agronegocios-y-alimentos>

# Objetivo de las materias

Materias obligatorias	Docentes a cargo		Descripción
Economía y Gestión	 <p><b>Sebastián Senesi</b> Ingeniero Agrónomo Magister en Agronegocios UBA</p>	 <p><b>Hernán Palau</b> Ing. Prod. Agrop. Magister en Agronegocios UBA</p>	Conceptos de diseño y coordinación en empresas agroalimentarias
Negocios de especialidades	 <p><b>Raúl P. San Martín</b> Ing. Agrónomo Magister en Agronegocios UBA</p>	 <p><b>Evangelina Dulce</b> Ingeniera Agrónoma Magister en Agronegocios UBA</p>	Comprensión y análisis de sistemas y empresas enfocadas a productos sin precios de referencia
Negociación y cambio Análisis organizacional	 <p><b>Susana Garat</b> Lic. en Sociología Esp. Negociación UBA Escuela de Gob. Harvard</p>	 <p><b>Hugo Ojeda</b> Lic. en Sociología Magister en Sociología FLACSO</p>	Adquirir habilidades para la concretar acuerdos entre parte.  Entender y analizar las estructuras internas de una organización
Mercados de Capitales	 <p><b>Mónica Erpen</b> Lic. en Comercio Int. Esp. en Mercados de Capitales UBA</p>	 <p><b>Claudio Zuchovicki</b> Lic. en Administración Posgrado en Mercados de Capitales UBA/IAMC</p>	Adquirir conocimientos sobre la utilidad de los sistemas financieros
Logística y Comercio Exterior Agroalimentario	 <p><b>Marisa Bircher</b> Lic. en Com. Exterior Posgrado en Marketing Internacional UB</p>	 <p><b>Carlos Torrico</b> Lic. en Administración Esp. en comercio y logística internacional</p>	Marcos regulatorios y procedimientos en los intercambios comerciales internacionales

# Contenidos mínimos materias

Materias optativas	Docentes	Descripción
<p><b>Marketing y Comunicación</b></p>	 <p><b>Claudia Altieri</b> Lic. Administración Doctorando en UJAEN</p>	<p>Herramientas para la planificación estratégica y operativa de productos y servicios agropecuarios</p>
<p><b>Negocios de commodities</b></p>	 <p><b>Enrique Erize</b> Lic. Administración UCA</p>	<p>Comprensión y análisis de la formación de precios en los sistemas de commodities</p>
<p><b>Formulación, Evaluación de Proyectos y Riesgo Empresarial</b></p>	 <p><b>Oscar Faranda</b> Contador Público Posgrado Business Administration, Henley</p>	<p>Discusión de los pasos a tener en cuenta para el armado y ejecución de un de un plan de negocio</p>
<p><b>Administración Estratégica y planeamiento empresarial</b></p>	 <p><b>Gustavo Napolitano</b> Ing. Agrónomo Especialista en Gestión de Organizaciones MDP</p>	<p>Adquirir y desarrollar técnicas de gestión para la toma de decisiones en empresas agroalimentarias</p>
<p><b>Escenario Agroalimentario</b></p>	 <p><b>Gustavo Idígoras</b> Lic. en Cs. Políticas Máster en Relaciones Internac. FLACSO</p>	<p>Contexto internacional agroalimentario. Estrategias y políticas sectoriales a nivel país</p>

# Posgrado en Agronegocios y Alimentos

---

## Cupo

- 35 alumnos.

## Requisitos de aprobación

- 75% de asistencia a cada una de las materias.
- Opción de exámen final integrador.

## Costo y financiación

- Consultar

## Contacto

- Lic. Facundo Neyra ([paainfo@agro.uba.ar](mailto:paainfo@agro.uba.ar))
- Lic. Fernando A. Mogni ([agroneg@agro.uba.ar](mailto:agroneg@agro.uba.ar))

\* Incluye: gestión administrativa y gestión académica.

# Contenidos mínimos de las materias

Materias obligatorias	Contenidos
<b>Economía y Gestión</b>	Teoría de la Organización Industrial. Economía de la Información. Economía de los Costos de Transacción. Economía de los Derechos de Propiedad. Nueva Economía Institucional. El sistema coasiano. El concepto de sistema y subsistema. Grupos estratégicos y competitividad. Sistemas de gobernanza. Fallas de mercado y fallas de gobierno.
<b>Negocios de especialidades</b>	Definición. Los productos y su comercialización. Diferenciación de productos y segmentación de mercados. Instrumentos de diferenciación: marcas, denominaciones de origen, certificación de la calidad y certificación orgánica. Formación de precios, valor agregado. El consumidor. Cambios y hábitos de los consumidores. La relación entre la cadena de valor, el supermercado y los consumidores. Características de las cadenas de especialidades. Casos de negocios de especialidades.
<b>Negociación y cambio</b>	Negociación. Problemática y características de la negociación. Conflicto y cooperación. Los juegos de suma cero. Los juegos de suma no cero. La negociación. Características teóricas. Situaciones y procedimientos de negociación. Organización
<b>Análisis organizacional</b>	Organización interna. Organigramas. Estructura tradicional. Estructura matricial. Dirección de proyectos. Selección y formación de recursos humanos. La cultura de la empresa. Las compensaciones por resultados. Resolución de conflictos. Organización y cambio organizacional.
<b>Mercados de Capitales</b>	Relaciones macrofinancieras. El sistema financiero nacional y mundial, su interrelación. Financiamiento empresarial. Instrumentos financieros bancarios. Otros instrumentos financieros: Mercados a término, futuros y opciones. Mercados de capitales. Fondos de inversión. Riesgo. Estrategias para la reducción y transferencia del riesgo. Toma de decisiones en condiciones de riesgo. Estrategias de financiamiento aplicadas a los agentes de la cadena: insumos, agropecuario, agroindustriales, logística y distribución.
<b>Logística y Comercio Exterior Agroalimentario</b>	Introducción. Derecho mercantil internacional. Contratación internacional. Controversias. Propiedad intelectual. Derecho aduanero. Documentación de comercio exterior. Relaciones interculturales. Uso de idiomas. Técnicas de comercio exterior: El producto para la exportación. Determinación del precio de exportación. Canales de distribución, comercio electrónico, promoción internacional, ferias internacionales y el seguimiento posterior. El viaje comercial. Consorcios de exportación.

# Contenidos mínimos materias

Materias optativas	Contenidos
<b>Marketing y Comunicación</b>	Marketing en Agronegocios. El modelo de planificación en marketing. El marketing desde la perspectiva de los distintos agentes de la cadena. Investigación de mercados. Población objetivo. Posicionamiento de productos durante el ciclo de vida. Servicios aplicados a los productos. Estrategia de precios. Marketing de cadenas. Estrategia de comunicación social. La publicidad y otros modelos alternativos y/o complementarios. La comunicación interna en las empresas. Modalidades de comunicación para PYMEs y empresas no industriales.
<b>Negocios de commodities</b>	Definición. Los productos y su comercialización. Oferta y demanda internacional. Mercados de referencia. Fijación del precio. Contratos. Riesgo. Estrategias comerciales. Evolución de los negocios de commodities. Características de las cadenas de commodities.
<b>Formulación, Evaluación de Proyectos y Riesgo Empresarial</b>	Tipos de proyectos. Marco lógico. Acceso a la información. Presupuestación, costos y análisis económico y financiero. Principales agencias y entidades financieras multilaterales. El componente ambiental. Análisis del riesgo. Estrategias para reducción y transferencia del riesgo. Evaluación de proyectos. Modelos de decisión empresarial. Juegos de empresa. Control de gestión.
<b>Administración Estratégica y planeamiento empresarial</b>	Definición de Negocios y Objetivos. Planeamiento. Marketing. Investigación. Formación de recursos humanos. Liderazgo. Análisis de la competencia. Benchmarking. Entorno institucional y competitivo. Reingeniería. Fusiones, asociaciones y adquisiciones. La dirección estratégica en PYMEs.
<b>Escenario Agroalimentario</b>	La industria agroalimentaria en el mundo. Principales países productores, importadores y exportadores en las cadenas más relevantes. Situación relativa de la industria local. Su competitividad. Oportunidades, amenazas y desafíos. El MERCOSUR, el proceso de integración en agroalimentos. Integración tecnológica y de servicios profesionales.