

## Malla curricular

### Semestre 1

14 Créditos	Análisis del Entorno (2)
	Operaciones Agrícolas (2)
	Gestión del Riesgo Agro (2)
	Agricultura del Futuro (4)
	Admón Estratégica (3)
	Anteproyecto grado (1)

### Semestre 2

14 Créditos	Finanzas para el agro (3)
	Competitividad CGV agro (6)
	Innovación para el agro (2)
	Gestión Humana (2)
	Proyecto grado (1)

### Semestre 3

12 Créditos	Emprendimiento Agro Internacional (6)
	Decisiones Internacionales (2)
	Acuerdos Comerciales (2)
	Proyecto grado (2)

### Primer curso integrador

CONOCIMIENTOS	Preparación Proyectos (2)	Comprender las dimensiones sociales, económicas y ambientales de los agronegocios.  Comprender los fundamentos básicos de la gestión de agronegocios.	COMPETENCIAS
	Gestión Proyectos (2)		
<b>Agronegocios del futuro</b>			
PROPÓSITO	Integración de los conocimientos del semestre en torno a un proyecto.	Reto propuesto por los grupos de investigación en EAFIT y Zamorano relacionado con los agronegocios del futuro.	CASOS
	Desarrollo de habilidades de investigación aplicada.  Vinculo con las dinámicas de la nueva agricultura.		

## Segundo curso integrador

CONOCIMIENTOS	<div style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Competitividad y CGV (3)</div>	COMPETENCIAS
	<div style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Logística y DFI (3)</div>	
<b>Competitividad cadena de valor agro</b>		
PROPÓSITO	<p>Integración de los conocimientos del semestre en torno a un proyecto.</p> <p><b>Experiencial:</b> Visitas empresariales en Honduras.</p> <p>Experiencias Zamorano</p> <p>Generación de networking entre los estudiantes</p>	CASOS
	<p>Aplicar los conceptos de innovación a la generación de valor en la cadena de agronegocios.</p> <p>Analizar los procesos de generación de valor compartido en los agronegocios.</p>	

## Tercer curso integrador

CONOCIMIENTOS	<div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Emprendimiento internacional (3)</div>	COMPETENCIAS
	<div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Mercadeo internacional (2)</div>	
<b>Emprendimiento agrícola internacional</b>		
PROPÓSITO	<p>Integración de los conocimientos del semestre en torno a proyecto.</p> <p><b>Experiencial:</b> Visitas empresariales en Colombia.</p> <p>Generación de networking entre los estudiantes.</p>	CASOS
	<p>Formular un plan de emprendimiento agrícola enfoque global.</p> <p>Generar propuestas de intra-emprendimiento aplicales agronegocios.</p> <p>Proponer estrategias para alcanzar la sostenibilidad de un agronegocios.</p>	

# Malla curricular

## PROYECTO DE GRADO I:

El proyecto de grado tiene como objetivo fortalecer y extender la experiencia de los conocimientos prácticos y teóricos de los estudiantes a través de la investigación aplicada. En la asignatura Proyecto de Grado I los estudiantes elaboran su anteproyecto de grado. La asignatura brinda teorías e instrumentos académicos para que el estudiante identifica y formula un problema dentro del contexto de los agronegocios, define y administra su plan de trabajo, y plantea una metodología para el desarrollo de su proyecto de grado.

## PROYECTO DE GRADO II

En base a la propuesta entregada en la asignatura AGN601, en la asignatura Proyecto de Grado II los estudiantes avanzan con su investigación. Entre las tareas que deberá realizar es la recolección de datos para el análisis, y los primeros pasos de tratamiento y análisis de datos. Durante este trimestre los estudiantes recibirán retroalimentación por parte de los asesores sobre los avances logrados. El estudiante presenta un informe detallado del proceso de su trabajo del proyecto de grado.

## PROYECTO DE GRADO III

En la asignatura Proyecto de Grado III, el estudiante deberá presentar un informe final escrito. Se enfatiza en el análisis de la información recolectada. Este análisis debe mostrar de forma clara y coherente la relación entre teoría y hallazgos, incluyendo conclusiones y recomendaciones. El trabajo realizado se debe defender oralmente ante un comité. El propósito de la defensa es evaluar el dominio del estudiante sobre el tema desarrollado, así como también su capacidad de comunicación científica.

## ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

Considerando que la estrategia contribuye a alcanzar el propósito organizacional y que este se refleja en el aporte que hace la empresa a través de sus productos y/o servicios a los clientes y a la sociedad, es necesario reflexionar sobre los principios y valores que deben orientar la actuación de los administradores, de tal forma que complementen el poder o capacidad de decisión que poseen, con la

responsabilidad o medición de consecuencias por lo que hacen. En el logro del propósito, uno de los grandes retos del administrador es armonizar la exigencia de resultados en el corto plazo, con la toma de decisiones y el desarrollo de acciones cuyos beneficios solo podrán valorarse en el largo plazo.

## GESTIÓN HUMANA

Conocer, entender y comprender la naturaleza del ser humano y los principales elementos conceptuales de la gestión humana, por lo que comprometerse con su desarrollo, es hoy la principal de todas las responsabilidades de un líder empresarial. Este curso ha sido concebido en función de la importancia crítica de los activos intangibles en general y del grupo humano en particular, para el logro de los grandes desafíos y retos de las organizaciones. Esto es particularmente importante para las Agronegocios como organizaciones debido a los retos específicos que presenta la capacitación del grupo humano con miras al mayor aprovechamiento de las tecnologías del sector y las certificaciones que exigen los mercados.

## OPERACIONES AGRÍCOLAS

Este curso es diseñado para proveer técnicas clásicas de planear, organizar, producir y controlar actividades agrícolas, desde la producción hasta la venta, que apoyan el proceso de toma de decisiones. El curso consistirá en una combinación holística de teoría de métodos y estrategias, y aplicaciones prácticas enfocados en la operación de la finca para mantenerla rentable. El curso incluye principios económicos, de administración y mercadeo, que ayudan en la toma de decisiones poniendo énfasis en la toma de estas bajo diferentes ambientes de riesgo que se enfrenta frecuentemente en la agricultura y con un enfoque de cadena de valor. El curso provee las herramientas para realizar un plan de negocios ajustado a las necesidades de cada situación.

## LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

Este curso explora la naturaleza multifacética de los canales de distribución. El curso proporciona pautas sobre cómo los productores de bienes y servicios deben cultivar, ejecutar y administrar sus estrategias de comercialización. Pueden lograr el éxito implementando la noción de administración

# Malla curricular

del canal y aplicando sus tres disciplinas principales: mapear los canales de la industria, crear y actualizar la cadena de valor del canal y alinear e influir en la cadena de valor del canal. Al alinear e influir en el sistema de canales, los participantes en el curso descubren la importancia de alinear la red de proveedores e intermediarios para abordar las necesidades de los clientes, y cómo los miembros participantes deben ser recompensados de acuerdo con sus esfuerzos. El poder duro y blando se analizan a medida que se discuten palancas influyentes y los estudiantes también se introducen en un proceso de alineación de cuatro pasos para programar un sistema de canales de alto rendimiento. Esta disciplina también implica la gestión del conflicto del canal horizontal. El curso se cierra con un suplemento de comercio electrónico, que analiza cómo las capacidades del canal en línea han provocado diversos grados de interrupción entre ciertas categorías de productos. (Rangan, 2015)

## DECISIONES GERENCIALES

La intensificación de la integración global requiere que la agroindustria se actualice, innove y cree ventajas competitivas en los mercados globales. Por lo tanto, se requieren profesionales con habilidades de gestión global que entiendan el contexto de los negocios internacionales, el funcionamiento de las corporaciones multinacionales y cómo trabajar eficazmente en ellas. El curso busca fortalecer las habilidades de gestión internacional de los estudiantes para desempeñarse eficazmente en las organizaciones, especialmente las agroindustriales, aprovechando oportunidades existentes y enfrentando los desafíos como elementos clave para la toma de decisiones estratégicas.

## FINANZAS

En la medida que las empresas agro se internacionalizan sus directivos deben estar en capacidad de evaluar el entorno internacional, reconocer las oportunidades, implementar estrategias, evaluar la exposición al riesgo, y gestionar el riesgo. Las empresas deben analizar y comprender cómo sus competidores nacionales y extranjeros se verán afectados por los movimientos en los tipos de cambio, tasas de interés internacional, costos de mano de obra, y la inflación.

## GESTIÓN DEL RIESGO

Este curso es diseñado para proveer técnicas clásicas de análisis de riesgo en la agricultura para proveer un análisis de decisión conmensurado para las decisiones de producir y mercadear productos agrícolas. El curso provee la lista de riesgos que se enfrenta en la agricultura y la gama de herramientas aplicadas al manejo de estos, utilizadas correctamente en distintas situaciones específicas. El curso consistirá en una combinación holística de teoría y aplicaciones prácticas enfocadas al manejo del riesgo en la agricultura. El curso incluye principios económicos, estadísticos y de mercadeo, que ayudan en la toma de decisiones bajo ambientes de riesgo que caracteriza a la agricultura. El curso provee las herramientas para realizar un plan de negocios ajustado a las necesidades de cada situación.

## ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO

La dinámica de la globalización, que cada día se hace más compleja, más sólida y profunda, involucra la interacción de los procesos tanto económicos como políticos, sociales, etc. El curso ofrece elementos de análisis para comprender el reciente crecimiento económico de las denominadas economías emergentes (en especial las economías del Este de Asia) ha llevado a un incremento importante en la demanda de alimentos a nivel global. Este aumento en la demanda ha tenido un impacto directo en los precios y la disponibilidad de los productos. Por otra parte, pese a la reducción de los aranceles alcanzada en el marco de la Organización Mundial del Comercio, los productos agrícolas se encuentran aún dentro de los más grabados, al ser considerados en muchos casos parte fundamental de la estrategia de seguridad alimentaria de los países. El comercio de productos agrícolas ha visto también un incremento de las barreras no arancelarias, en especial el establecimiento de medidas sanitarias y fitosanitarias cada vez más estrictas y la demanda por certificaciones internacionales.

## COMPETITIVIDAD Y CADENAS DE VALOR

El curso está enfocado en establecer la terminología para describir los tipos de cadenas de suministros, así como las decisiones tomadas en el manejo de estas. El estudiante será capaz de comparar dos diseños de cadena de suministros, físicamente eficientes y sensibles al mercado,

# Malla curricular

distinguidos por las características del mercado del producto y requisitos del rendimiento de este. Finalmente, el curso describe los elementos del diseño de la cadena de suministro y cómo diferentes contextos pueden resultar en la creación de diferentes huellas de la cadena de suministro y explora las fuentes de riesgo de la cadena de suministro y los métodos para mitigar ese riesgo. Los principales temas cubiertos incluyen la enseñanza de “leer y reaccionar”; Precios de recompra; Producción local vs. extranjera; Costos de tenencia para producción local vs. extranjera; Cuándo producir en un lugar extranjero (Gaur, 2014).

## PREPARACIÓN DE PROYECTOS

Formular y evaluar la viabilidad de los proyectos de inversión mediante la aplicación de las metodologías de Marco Lógico y ONUDI.

Al finalizar este curso, el estudiante podrá adquirir las habilidades y destrezas suficientes para preparar y evaluar proyectos de inversión, con la finalidad de hacer un uso más eficiente de los recursos escasos.

## GESTION DE PROYECTOS

Antes de comenzar la etapa de ejecución del proyecto es necesario dedicar un tiempo suficiente a la preparación de un plan que muestre como se realizarán las tareas dentro del programa y presupuesto asignado, supervisando periódicamente el avance real y lograr identificar las desviaciones respecto al plan inicial. De esta forma poder tomar las acciones correctivas necesarias y lograr el objetivo del proyecto en términos de tiempo, costo y calidad.

## GESTIÓN DE INNOVACIÓN PARA EL AGRO

Teniendo en cuenta el entorno actual, las empresas actualmente no pueden competir de forma sostenible en el ambiente global basándose en estrategias de corto plazo que responden de manera reactiva a los cambios del entorno. Para lograr una ventaja competitiva, es necesario que las organizaciones trabajen de manera sistémica en tres frentes específicos: Innovación (desarrollo de nuevos productos), Intraemprendimiento (desarrollo de nuevos negocios dentro de la empresa) y el desarrollo de una cultura organizacional con pensamiento innovador. Adicionalmente, es necesario que comprendan lo que se requiere para innovar en un Modelo de Negocios existente

que sea competitivo en el mercado en el cual quieran incursionar.

## EMPRENDIMIENTO AGRICOLA

Teniendo en cuenta el entorno actual, las empresas actualmente no pueden competir de forma sostenible en el ambiente global basándose en estrategias de corto plazo que responden de manera reactiva a los cambios del entorno. Para lograr una ventaja competitiva, es necesario que los emprendedores potenciales comprendan lo que se requiere para crear un Modelo de Negocios que sea competitivo en el mercado en el cual quieran incursionar. Adicionalmente, la cultura emprendedora que deben desarrollar para lograr dicho cometido.

## MERCADEO

La interdependencia de los mercados internacionales trae consigo grandes oportunidades para la internacionalización de la agroindustria a la vez que la expone a diversos retos ligados a una ardua competencia internacional. El diseño de un plan de mercadeo internacional es una herramienta clave para la identificación de oportunidades internacionales, así como la selección de un mercado objetivo para productos agrícolas y agroindustriales.

## ACUERDOS COMERCIALES

El comercio internacional de productos agrícolas ofrece grandes oportunidades de mercado para los productores de América Latina y el Caribe, sin embargo, poder aprovechar esas oportunidades requiere un conocimiento sobre los acuerdos comerciales como un instrumento para superar las barreras arancelarias y no arancelarias a la que están enfrentados los productos del sector. Eso es particularmente importante, dado que los agronegocios son una de las industrias que mayores obstáculos enfrenta para el comercio exterior, pero al mismo tiempo, una de las de mayor potencial dadas las tendencias demográficas a nivel global. Este curso tiene como objetivo dotar a los estudiantes con un conocimiento sobre los instrumentos de política comercial con los que cuentan los estados, tanto en el campo arancelario como no arancelario, de modo que, como empresarios de los agronegocios, puedan diseñar estrategias que les permitan aprovechar los beneficios ofrecidos por los acuerdos comerciales negociados por sus países.



# Maestría en Agronegocios

**ASESORÍA CONSTANTEMENTE**

**Por Zamorano:**

Adriana Rojas

Correo: [arojas@zamorano.edu](mailto:arojas@zamorano.edu)

Celular: (504) 9439-0449

**Por EAFIT:**

Marcela Fernández

Correo: [imfernandm@eafit.edu.co](mailto:imfernandm@eafit.edu.co)

Celular: +57 310 2273379