

UNIVERSIDAD
AUSTRAL



Centro de
Innovación
y Empresa

Programa de Dirección en Agronegocios



OBJETIVOS

Formular e implementar estrategias que hagan competitiva a la empresa.

Incorporar capacidades y competencias para el análisis de situaciones y toma de decisiones en los agronegocios.

Desarrollar un modelo de negocios cuyo objetivo es la creación y captura de valor.

DIRIGIDO A

Diversos actores de la cadena agroindustrial en sus diferentes etapas y roles: producción primaria, proveedoras de bienes e insumos, de servicios y logística, elaboradoras de alimentos y otras, en sus distintas ramas distribuidoras y comercializadoras.

PILARES DEL PROGRAMA

Repensar el negocio

- Impulsa el desarrollo de un proyecto de negocios y su proyección de mejora a la finalización del programa, con intercambio entre todos los asistentes y profesores.
- El mejor apoyo docente académico, con profesores de la Universidad Austral de mérito académico y trayectoria profesional.

Tomar decisiones en contextos cambiantes

- Incursiona en las cadenas de valor tradicionales (carnes, granos y leche) con agregado de valor en producciones intensivas.
- Su metodología de aprendizaje es diferencial, basada en el método del caso, con casos de agronegocios regionales.

Ampliar red de vínculos y contactos

- Posibilita formar parte de la red de contactos y vínculos junto a los egresados de otros programas del CEAg (Centro de Agronegocios y Alimentos de la Universidad Austral).

Agregar valor

- A tu red de contactos y relaciones a través del CEAg.
- Por sus vínculos con una red de emprendimientos en agronegocios y las empresas asociadas al proyecto.
- A tus propios proyectos de mejora personal y profesional.
- A tu visión del mundo de los agronegocios tanto local como regionalmente.
- Al proceso de toma de decisiones, basada en sólidos conceptos, a través de un entrenamiento sustentado en el método del caso.

Áreas Temáticas

1. La definición de la estrategia y los modelos de agronegocios

El proceso de la administración estratégica. Análisis externo y competitivo. Los macro entornos. El análisis sectorial en los agronegocios. Análisis interno de las empresas. Indicadores para medir la situación de la empresa y evaluar la gestión. Identificación y evaluación de los recursos, capacidades y competencias de las empresas. Los elementos de un modelo de negocios. La integración del análisis externo e interno. FODA. Escenarios para la toma de decisiones estratégicas.

Del diagnóstico a la formulación de la estrategia. Innovación en el modelo de agronegocios.

2. De los commodities a los productos y servicios diferenciados

Los planes comerciales de commodities. Información clave para la toma de decisiones.

Objetivos y restricciones en la formulación del plan comercial. El uso de los Mercados de Futuros y Opciones para predecir precios y transferir riesgos. Del marketing de transacciones al marketing de las relaciones. La comercialización mediante contratos. El agregado de valor a lo largo de la cadena comercial. Estrategias de descomoditización y construcción de marcas.

3. El desarrollo de la organización, la gestión de personas y los equipos

Evolución y crisis de las empresas, el proceso de crecimiento en las Pymes. Las etapas en su desarrollo, caminos alternativos. La profesionalización como opción sustentable. El desarrollo y diseño de la estructura. De niveles organizativos a directivos. Nuevas formas y modelos de organización en el agro. Modelos de gestión de personas.

La participación, el compromiso y la efectividad del personal. De los grupos a los equipos, la organización interna. Conformación y desarrollo de equipos de trabajo.

4. El análisis y control de gestión económico-financiera, los proyectos de inversión

Análisis e interpretación de estados contables. Contabilidad y administración. Costos agroindustriales y agropecuarios. Costos y presupuestación económico financiera. Planeamiento y presupuesto. Integración del presupuesto en la gestión. Criterios de formulación y análisis. Dirección financiera a corto plazo, presupuestación a largo plazo. Evaluación de inversiones. Fuentes de financiación de las empresas. Evaluación de Proyectos de Inversión: herramientas y criterios.

5. Rol de las operaciones, logística y transporte en los agronegocios

Análisis del proceso. Organigramas de Proceso. Tipos de procesos más habituales en la gestión de agronegocios. Medición del desempeño del proceso. Definición de Productividad y Eficiencia. Logística de distribución: diseño y evaluación; decisiones de localización y capacidad.

PROFESORES

CARLOS STEIGER

Dr. en Ciencias Económicas (UNR) / Master in Agricultural Economics (Ohio State University, USA) / Contador Público Nacional (UNL) / Director Académico de la Maestría en Agronegocios de la Universidad Austral.

FERNANDO PREUMAYR

Posgrado en Dirección de Agronegocios (Universidad Austral) / Ing. Agrónomo (UNR) / Director Ejecutivo de la Maestría en Agronegocios (Universidad Austral) / Consultor en Organización y Desarrollo Rural.

JORGE LARDIZABAL

Master en Ciencias Empresariales (Universidad Austral) Contador Público y Lic. en Administración (UNR) / Coordinador del Programa de Desarrollo de Concesionarios John Deere Profesor de la Maestría en Agronegocios (Universidad Austral).

SERGIO GROSSMAN

Dr. en Administración Pública (Atlantic International University, USA) / Máster en Dirección de Empresas (IAE Business School) / Ing. Civil (UNR) / Coordinador del Programa de Desarrollo de Productores ARCOR / Consultor en procesos y gestión de calidad.

DANTE ROMANO

Master en Economía y Administración (ESEADE) / Contador Público Nacional (UCA) / Profesor del Centro de Agronegocios y Alimentos (Universidad Austral).



80 horas presenciales en 5 módulos



Dos días por módulo de 8:30-12:30 y 14:30-18:30



9-10 Abr | 23-24 Abr | 7-8 May | 21-22 May | 4-5 Jun

METODOLOGÍA

Mediante el análisis y la discusión de casos de negocios, los participantes, sirviéndose de sus experiencias personales y las de sus compañeros, desarrollan a lo largo de todo el proceso de formación verdaderas competencias para la toma de decisiones.

APORTES DEL MÉTODO DEL CASO

Perfeccionamiento de la capacidad de análisis: Trabajo individual.

Lectura y estudio del caso: identificación de problemas, planteo de alternativas, análisis de datos, proposición de cursos de acción.

La experiencia y la diversidad como generadora de valor: Trabajo en equipo.

Intercambio sobre puntos de vista, ideas para el esclarecimiento de incertidumbres y propuestas de acción para la resolución de conflictos entre alumnos con experiencias y campos laborales diferentes.

La interacción como motor de crecimiento: Sesión plenaria.

El profesor y todos los alumnos realizan un intercambio de puntos de vista, juicios, suposiciones, alternativas y soluciones posibles a los fines de arribar a conclusiones construidas con las experiencias de todos los participantes.

CONTACTO E INFORMES

CENTRO DE INNOVACIÓN Y EMPRESA

Dr. Alberto Seleme 340 | Equipetrol Norte | Santa Cruz de la Sierra
344-4994 | 77799120 | www.innovacionyempresa.com