

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali; Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Ciencias de la Ingeniería, Administrativas y Sociales, Tecate; Facultad de Contaduría y Administración, Tijuana; Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria; y Facultad de Ingeniería y Negocios, San Quintín.
- 2. Programa Educativo:** Licenciatura en Administración de Empresas
- 3. Plan de Estudios:** 2022-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Administración de Agronegocios
- 5. Clave:** 40349
- 6. HC:** 02 **HT:** 02 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



Equipo de diseño de PUA

Imelda Cuevas Merecías
Juan Cristobál Hernández Arzaba
Seidi Iliana Pérez Chavira

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Ana Cecilia Bustamante Valenzuela
Angélica Reyes Mendoza
Esperanza Manrique Rojas
Gilberto Manuel Galindo Aldana
Jesús Antonio Padilla Sánchez

Fecha: 09 de abril de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Administración de Agronegocios tiene como propósito dotar al estudiante con los conocimientos y habilidades requeridas para gestionar este tipo de empresas, aplicando las herramientas, teorías, metodologías, sistemas, métodos y estrategias para el manejo de los sistemas de producción, mejorando su capacidad competitiva en el sector. La unidad de aprendizaje se encuentra en la etapa disciplinaria del plan de estudios de Licenciatura en Administración, es de carácter optativo y pertenece al área de conocimiento de Administración Organizacional.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Estructurar estrategias competitivas de un modelo de Agronegocios, identificando los componentes de la cadena de valor para el manejo de los sistemas de producción, transformación y comercialización, para su mejora en la participación, diversificación, consolidación, permanencia en el mercado local e internacional y competitividad en el sector, con una actitud de responsabilidad social, compromiso y sustentabilidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Reporte de estrategia competitiva (Mapeo de cadena de valor, teoría, sistema) donde se esquematiza una cadena productiva, resaltando los eslabones que generen valor, identificando las ventajas competitivas y señalando las áreas de oportunidad, debe contener los siguientes puntos:

- Selección de un área crítica productiva
- Preparación del mapa del estado actual
- Revisión documentación existente
- Identificación procesos principales
- Definir qué datos hacen falta y deben recopilarse
- Recoger la información
- Análisis de distribución y comercialización
- Diagnóstico de la competitividad y rentabilidad
- Análisis del mapa del estado futuro
- Cálculo del Tack Time Establecer tiempo deseado
- Ventajas competitivas
- Oportunidades de Mejora
- Implementación de herramientas de mejora

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Generalidades de los agronegocios

Competencia:

Analizar los distintos tipos de agronegocios, a través de la revisión teórica de la administración y el proceso de diseño para la creación de productos y servicios, con el fin de administrar de manera eficiente los procesos productivos fortaleciendo la ventaja competitiva, actuando con responsabilidad social, compromiso y sustentabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Agronegocios
- 1.2. Objetivo del agronegocio
- 1.3. Características del agronegocio
- 1.4. Tipos de agronegocios
- 1.5. Importancia de los agronegocios
- 1.6. La administración en empresas de los agronegocios

UNIDAD II. Contextualización de los agronegocios

Competencia:

Analizar el entorno global de los agronegocios de manera local y global, a través de una cadena de valor considerando los actores que intervienen en este proceso, para diseñar estrategias que permitan mejorar la ventaja competitiva de estas empresas, permitiendo aprovechar las oportunidades del mercado local e internacional, con una actitud de responsabilidad social, compromiso y sustentabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Análisis del entorno global de los agronegocios
- 2.2. Análisis del entorno local de los agronegocios
- 2.3. Mapeo de la cadena de valor
- 2.4. El sistema de valor de Porter
- 2.5. El sistema de valor de Mckinsey
- 2.6. Matriz MEFE

UNIDAD III. Estrategias competitivas de los agronegocios

Competencia:

Analizar las estrategias competitivas más adecuadas para un agronegocio, mediante las teorías de localización, clúster y métodos alternativos de comercialización, con el objeto de detectar las ventajas competitivas, con responsabilidad, compromiso social y sustentabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. Teoría de localización geográfica de Krugman
- 3.2. Clusters
 - 3.2.1. concepto, economía actual y competitividad de los clusters
 - 3.2.2. Análisis de redes sociales (conglomerados)
 - 3.2.3. Agronegocios por contratos
 - 3.2.3.1. Ventajas y desventajas
- 3.3. Métodos alternativos de comercialización de los agronegocios
 - 3.3.1. cooperativas y empresas de economía social
- 3.4. Cadenas agroalimentarias y agroindustriales
- 3.5. Casos de estudios relacionados a las estrategias aplicadas

UNIDAD IV. Emprendimiento, creatividad e innovación en los agronegocios

Competencia:

Estructurar un plan estratégico, a través del análisis de los diferentes ambientes a fin de promover la creatividad e iniciativa, para detectar y evaluar áreas de oportunidad en el mercado, con compromiso, responsabilidad social y sustentabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Habilidades blandas, propuesta de valor y modelos de negocios
- 4.2. Naturaleza del proyecto
- 4.3. Mercados
- 4.4. Producción
- 4.5. Organización
- 4.6. Finanzas
- 4.7. Resumen ejecutivo
- 4.8. Patentes y marca

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

| No. | Nombre de la Práctica | Procedimiento | Recursos de Apoyo | Duración |
|------------------|--|--|---|----------|
| UNIDAD I | | | | |
| 1 | Glosario de terminología de los tipos de agronegocios, importancia y administración. | <ol style="list-style-type: none"> 1. El docente da las instrucciones a los estudiantes y pide que se conformen por equipos que trabajarán a lo largo del semestre. 2. El equipo realiza una búsqueda de los principales términos utilizados. 3. Se comparten en plenaria y se integran en un documento grupal. Entregan al docente. | <ul style="list-style-type: none"> • Rúbrica. • Acceso a Internet. • Equipo de cómputo. • Revisión de literatura. | 1 hora |
| 2 | Esquema (mapa o cuadro) de la primera unidad. | <ol style="list-style-type: none"> 1. El docente da instrucciones de la actividad. 2. El equipo realiza un esquema o mapa mental de las generalidades de los agronegocios. Entrega al docente. | <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a Internet. • Equipo de cómputo. • Revisión de literatura | 1 hora |
| UNIDAD II | | | | |
| 3 | Contextualización de los agronegocios | <ol style="list-style-type: none"> 1. El docente presenta al estudiante referencias bibliográficas y un estudio de caso sobre la cadena de valor de los agronegocios con relación a su entorno competitivo. 2. El equipo elabora una cadena de valor considerando los factores del estudio de caso. 3. Presentan en plenaria 4. El estudiante entrega el | <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de caso. • Computadora. • Acceso a Internet. • Procesador de textos. • Revisión de literatura | 2 horas |

| | | | | |
|-------------------|---|--|---|---------|
| | | documento al docente. | | |
| 4 | Diagnóstico de una empresa del sector. | <ol style="list-style-type: none"> 1. El docente presenta las instrucciones de la actividad. 2. El equipo realiza un documento en el que investiga en fuentes primarias y secundarias los datos de la empresa con respecto a su contexto social, económico tecnológico, ambiental. 3. Presenta en plenaria. 4. Entrega al docente. | <ul style="list-style-type: none"> • Empresa estudio de caso. • Computadora. • Acceso a Internet. • Procesador de textos. | 2 horas |
| 5 | Visita guiada a una empresa del sector. | <ol style="list-style-type: none"> 1. El docente coordina una visita a una empresa del sector. 2. Los equipos asisten y recaban datos y toman notas. 3. Elaboran un reporte. 4. Entregan al docente. | <ul style="list-style-type: none"> • Empresa del sector. • Computadora. • Internet. • Procesador de texto. | 2 horas |
| 6 | Diagnostico de una empresa. | <ol style="list-style-type: none"> 1. El docente presenta las instrucciones de la actividad. 2. El equipo elige la empresa del sector en la que realizará el ejercicio. 3. Asiste a la empresa y elige la estrategia a utilizar: mapeo, sistema o matriz, y recaba datos y toma notas. 4. Elabora el diagnóstico. 5. Entrega al docente | <ul style="list-style-type: none"> • Empresa del sector. • Computadora. • Internet. • Procesador de texto. | 4 horas |
| UNIDAD III | | | | |
| 7 | Propuesta de estrategias partiendo de estudios de caso. | <ol style="list-style-type: none"> 1. El docente presenta estudios de casos de estrategias competitivas. 2. El equipo resuelve el caso asignado. 3. Elabora conclusiones y reporte. | <ul style="list-style-type: none"> • Empresa del sector. • Computadora. • Internet. • Procesador de texto. | 5 horas |

| | | | | |
|------------------|---|---|--|----------|
| | | 4. Entrega al docente. | | |
| 8 | Estrategia Competitiva | <ol style="list-style-type: none"> 1. Imparte el docente las instrucciones para realizar la práctica. 2. El equipo inicia el trabajo de la evaluación de la estrategia competitiva elegida. 3. Prepara cada equipo exposición de su evaluación de estrategia competitiva. 4. Exponen, comparan y discuten la información obtenida y los procedimientos aplicados. 5. Someten a discusión su evaluación y recomendaciones realizadas. 6. Redactan el reporte y lo entrega al profesor. | <ul style="list-style-type: none"> • Empresa del sector. • Computadora. • Internet. • Procesador de texto. | 5 horas |
| UNIDAD IV | | | | |
| 9 | Plan estratégico para la detección de oportunidades en el mercado | <ol style="list-style-type: none"> 1. El docente entrega instrucciones para realizar la actividad. 2. El equipo recupera el diagnóstico realizado previamente. 3. Recupera la estrategia competitiva realizada previamente. 4. Genera resultados y conclusión 5. Estructura su propuesta de plan estratégico 6. Expone en plenaria el proyecto. 7. Entrega al docente. | <ul style="list-style-type: none"> • Empresa del sector. • Computadora. • Internet. • Procesador de texto. | 10 horas |

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

De acuerdo con el propósito y naturaleza de esta asignatura, alcance de las competencias y evidencias de aprendizaje, se debe proponer estrategias de enseñanza para la facilitación del aprendizaje de los contenidos de las unidades temáticas y del desarrollo de las prácticas de taller, por ejemplo: técnica expositiva, estudios de caso, método de proyectos, aprendizaje basado en problemas, ejercicios prácticos, entre otros.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

De acuerdo con el propósito y naturaleza de la asignatura, alcance de las competencias y evidencias de aprendizaje, se deben proponer estrategias de aprendizaje que permitan al alumno el análisis, comprensión y aplicación de los contenidos declarados en las unidades temáticas, por ejemplo: investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, visitas a campo, organizadores gráficos, cuadros comparativos, y demás.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

| | |
|--|-------------|
| -Exámenes..... | 30% |
| -Prácticas de taller | 30% |
| -Reporte de estrategia competitiva | 20% |
| -Plan estratégico | 20% |
| Total..... | 100% |

IX. REFERENCIAS

Básicas

- Alcaraz Rodríguez, R. E. (2015). *El emprendedor de éxito*. (5ª ed.). McGraw-Hill Interamericana. https://www.researchgate.net/publication/313747885_El_Emprendedor_de_Exito_-_Quinta_edicion. [clásica].
- Baca, G. (2016). *Evaluación de proyectos*. (8ª ed.). McGraw-Hill.
- Bernad, L., Foltz, J., Yeager, A. (2016). *Agribusiness Management*. (5ª ed.). Editorial Routledge.
- Caballero-García, A., & Santoyo-Cortés, H. (2019). *Agronegocios. Desafíos, estrategias y modelos de negocio*. Editorial Universidad Autónoma Chapingo, CUESTAAM. <http://repositorio.chapingo.edu.mx:8080/bitstream/handle/20.500.12098/274/L-agro-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gismondi, A., Roseland, M., Connelly, S., Markey, P., y Beckie, M. (2016). *Scaling Up: The Convergence of Social Economy and Sustainability*. AU Press.
- Hernández, J., Platas, D., Asiain, A., Pérez, A., Avalos, D., y Ávila, N. (2019). Mapping of the value chain of tilapia in the state of Veracruz. *Revista Mexicana De Ciencias Agrícolas*, 10(5), 1167-1176.
- Instituto interamericano de cooperación para la agricultura [IICA] (2014). *Desarrollo de los agronegocios en América Latina y el Caribe*. Editorial IICA. <http://repiica.iica.int/docs/B3255e/B3255e.pdf>.

Complementarias

- 50Minutos. (2016). La cadena de valor de Michael Porter: Identifique y optimice su ventaja competitiva. Editorial 50Minutos.es
- 50Minutos. (2017). El modelo Canvas: Analice su modelo de negocio de forma eficaz. Editorial 50minutos.es. <https://es.scribd.com/book/346139430/El-modelo-Canvas-Analice-su-modelo-de-negocio-de-forma-eficaz>
- Pérez-Zavala, M. Hernández-Arzaba, J. Bisdeshi, D., Barboza-Corona, J. (2020). Agave: a source of spirit beverages and multiple applications. *Journal of science and Food Agriculture*.

[clásica].

Krugman, P. R., y Comas, A. (1997). *Desarrollo, geografía y teoría económica*. Editorial Antoni Bosch. [clásica].

Orozco-Mendoza, L., Arias-Vargas, J., Palacio-Piedrahita, C. (2017). *Agronegocios: Estudios de caso*. (1ª ed.). Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3463/agronegocios%20web.pdf?isAllowed=y&sequence=1>

Osterwalder, A., Clark, T., & Pigneur, Y. (2010) *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Editorial Wiley. [clásica].

Panigrahy, R., Kumar, S., Singh, R. (2017). *Objective. Agribusiness Management*. (2a ed.). Editorial Scientific Publishers.

Porter, M. E. (1998). *Clusters and competition: new agendas for companies, governments, and institutions*. Editorial Harvard Business School Press. [clásica].

Porter, E. (2010). *Ventaja competitiva: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. Editorial Pirámide. [clásica].

Ravi Kumar, K. N. (2015). *Research Methodology for Agricultural Economics*. Editorial Daya Publishing House. [clásica].

Robben, X., Quatrebarbes, A., (2016). *La Cadena de valor de Michael Porter. Identifique y optimice su ventaja competitiva*. Editorial Economía y Empresa.

X. PERFIL DEL DOCENTE

Licenciatura en Agronegocios, Licenciatura en Administración de Empresas o carrera afín, con maestría en área afín, un mínimo de tres años de experiencia laboral, preferentemente en el área de agronegocios, específicamente en la administración, diseño y creación de estrategias para mejorar su competitividad. Debe contar con experiencia docente de al menos tres años. Ser proactivo mostrando iniciativa en la ejecución de su clase, trabajo y funciones como profesor, organizado en el sentido de sincronizar tiempos y espacios que no afecten su desempeño laboral, participativo al sentirse parte del equipo de trabajo, identificarse con la institución y finalmente responsable al brindar un servicio de calidad.