

## GESTIÓN DE PROYECTOS Y MARKETING AGROALIMENTARIOS

### IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

CODIGO	SEM	HT	HS	HP	HA	CR	REQUISITO	AREA DE FORMACION Y TIPO DE ASIGNATURA	UNIDAD RESPONSABLE
EOL3708223	8º	2	2	3	1	8	200 CR APROBADOS	ESPECIALIZADA - OBLIGATORIO DE LICENCIATURA	DEPARTAMENTO DE GESTION E INNOVACIÓN RURAL

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura se plantea en un contexto de profundización de los tópicos tratados en los cursos precedentes de la disciplina (Gestión de Agronegocios y Práctica III de Licenciatura). En ella se entregan competencias específicas que permitirán al futuro profesional: primero, tener una adecuada lectura del mercado agroalimentario y generar propuestas para el mejoramiento de la competitividad en un contexto comercial y, segundo, evaluar técnica, económica y financieramente un agronegocio y/o un proyecto o programa de desarrollo agropecuario. De esta forma el presente curso integra aspectos técnicos económicos, administrativos y comerciales para la adecuada gestión de un agronegocio, ya sea que se encuentre en funcionamiento, se plantee una mejora, cambio tecnológico, ampliación y/o aprovechamiento de una nueva oportunidad de negocio entregada en el mercado. social de la empresa, aspectos medioambientales así como la rentabilidad social de los proyectos o iniciativas emprendidas. Específicamente, esta asignatura se plantea en un escenario que entrega competencias en el ámbito de investigación de mercados y estrategias de marketing para un adecuado posicionamiento del nuevo producto, servicio o empresa bajo una orientación hacia el cliente cómo también procura entregar competencias en la formulación y evaluación de proyectos agroalimentarios (actividades y/o primarias de la cadena agroalimentaria) en un contexto de pre factibilidad, pero sin desvincular aspectos tales como la responsabilidad. Finalmente, señalar que este curso se enmarca en sus respectivos tópicos con aquellos correspondientes a los del de Gestión de Agronegocios, constituyéndose el presente en un espacio curricular de profundización que permita a los estudiantes el dominio de herramientas para la toma de decisión en los ámbitos expuestos.

### ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- De enseñanza: Clases expositivas interactivas, resolución de problemas, estudio de casos, trabajos en equipo.
- De aprendizaje: Análisis de situaciones reales por parte del estudiante, discusiones grupales, generación de informes profesionales, presentaciones escritas y orales, análisis de casos, realización de mapas conceptuales. Auto-instrucción a través de lecturas y desarrollo de trabajos.

### COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA (Tipo: B=Básica G=Genérica E=Específica)

- Diagnostica un mercado agroalimentario y construye acciones de orden estratégico y comercial para enfrentarlo bajo un escenario de eficiencia y rentabilidad. (E)

- Formula un proyecto considerando aspectos técnicos, económicos, administrativos, comerciales bajo un enfoque de orientación al cliente considerando responsabilidad social de la empresa, medioambiente y rentabilidad social de la iniciativa a emprender. (E)

## **PRODUCTO ASOCIADO**

- Diagnóstico del mercado de un producto/servicio de la cadena agroalimentaria
- Formulación y evaluación de un proyecto de agronegocios en el ámbito nacional o internacional, con énfasis en criterios comerciales y financieros.
- Diseño de estrategias de marketing

## **RECURSOS DOCENTES:**

Equipos audiovisuales, uso de software Excel. Guías de trabajo de apoyo a la actividad docente teórica y práctica.

## **CONTENIDOS**

### **Evaluación de las condiciones actuales y futuras del mercado objetivo**

Estudio de mercado  
 Características de la demanda y oferta disponible  
 Precios  
 Proveedores  
 Otros

### **Formulación y evaluación de diversas alternativas de negocio**

Inversión y ciclo de vida de los proyectos  
 Microeconomía para evaluación de proyectos  
 Formulación de proyectos

- Identificación/modelo de negocios
- Estudio de mercado (generalidades)
- Tamaño, localización y tecnología

Evaluación Privada de proyectos

- Situación con/sin proyecto
- Matemática financiera
- Flujos e indicadores de rentabilidad
- Análisis de riesgo

Evaluación social de proyectos

- Tipologías
- Diferencias con evaluación privada
- Evaluación de programas.

### **Marketing y diseño de estrategia**

Fundamentos de investigación de mercados  
 El mercado objetivo y la segmentación

Marketing y diseño de estrategias comerciales.

## BIBLIOGRAFÍA

- ILPES (Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social). 2005. Metodología general de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión pública. Serie Manuales CEPAL N°39. 247 p.
- KOTLER, P. 2001. Dirección de Marketing. Editorial Prentice Hall.
- MORA, M. 2001. Gestión y Comercialización Caprina y Derivados. Manual de Capacitación. Proyecto Fundación para la Innovación Agraria.
- MORA, M.; ESPINOZA, J.A.; MARCHANT, R. 2003. Comercialización de productos agrarios y agroindustriales. Programa de Gestión Agropecuaria. Fundación Chile.
- SAPAG, N. 2003. Formulación y Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw Hill.
- SAPAG, N. 2007. Proyectos de Inversión. Formulación y evaluación. 1ª Edición México. Pearson Educación de México. 488 p.
- STANTON W. (1995). FUNDAMENTOS DE MARKETING. Ed. McGraw Hill. México.

### PROFESORES PARTICIPANTES (Lista no excluyente)

Profesor	Departamento	Especialidad o área
Marcos Mora G.	GESTIÓN E INNOVACION RURAL	Marketing y administración de Agronegocios
Hugo Martínez Torres	ESCUELA DE AGRONOMÍA	Formulación de proyectos y políticas públicas
Sebastián Leiva		Formulación de proyectos y políticas pública3

### EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE (Se redefine todos los semestres)

Instrumentos	Fechas	Ponderación
Pruebas:		
- 1ª Prueba	13 octubre	30%
- 2ª Prueba	24 de noviembre	30%
Informe impreso	1 de diciembre	20%
Defensa Informe	15, 16 y 20 de diciembre	20%
Examen	27 de diciembre	

## CALENDARIZACIÓN ASIGNATURA GESTION DE PROYECTOS Y MARKETING AGROALIMENTARIO

Semestre Primavera 2021

Horarios: Martes de 14:45 a 18:00 horas

Teoría:

Práctica:

Equipo Docente: Marcos Mora G (encargado)

Sebastian Leiva

SEMANA	FECHA	Tipo actividad	TEMA	PROFESOR
1	18 agosto	Teórica-práctica	FUNDAMENTOS DE FORMULACIÓN EVALUACIÓN DE PROYECTOS I	MARCOS MORA
2	23 agosto	Teórica-práctica	FUNDAMENTOS DE FORMULACIÓN EVALUACIÓN DE PROYECTOS II	MARCOS MORA
3	30 agosto	Teórica-práctica	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	MARCOS MORA- SEBASTIAN LEIVA
4	06 septiembre	Teórica-práctica	PROYECTO PURO VERSIS FINANCIADO	MARCOS MORA- SEBASTIAN LEIVA
	13 septiembre	Teórica-práctica	RECESO TODA UNIVERSIDAD DE CHILE	
5	20 septiembre	Teórica-práctica	CAPITAL DE TRABAJO SEMANA SIN EVALUACIONES	MARCOS MORA- SEBASTIAN LEIVA
6	27 septiembre	Teórica-práctica	INDICADORES DE RENTABILIDAD- RECORDATORIO DE MARKETING	MARCOS MORA- SEBASTIAN LEIVA
7	04 octubre	Teórica-práctica	MEZCLA COMERCIAL Y ESTRATEGIA	MARCOS MORA- SEBASTIAN LEIVA
8	13 octubre	Teórica-práctica	<b>PRIMERA PRUEBA DE CATEDRA</b>	MARCOS MORA
9	18 octubre	Teórica-práctica	EL PRECIO VARIABLE ESTRATEGICA Y OPERATIVA DEL MARKETING	MARCOS MORA- SEBASTIAN LEIVA
10	25 octubre	Teórica-práctica	EL PLAN DE MARKETING	MARCOS MORA- SEBASTIAN LEIVA
	01 noviembre	Teórica-práctica	RECESO ACADÉMICO	
		Teórica-práctica		
11	08 noviembre	Teórica-práctica	FUNDAMENTOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	MARCOS MORA

			SEMANA SIN EVALUACIONES	
12	15 noviembre	Teórica-práctica	FUNDAMENTOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	MARCOS MORA
13	24 noviembre	Teórica-práctica	SEGUNDA PRUEBA DE CATEDRA	MARCOS MORA- SEBASTIAN LEIVA
14	1 diciembre	Teórica-práctica	Entrega de trabajos	MARCOS MORA- SEBASTIAN LEIVA
	06 diciembre	Teórica-práctica	RECESO ACADÉMICO PREPARACION EVALUACIONES FINALES	
		Teórica-práctica		
15	15 y 16 diciembre	Teórica-práctica	Defensa de trabajos	MARCOS MORA- SEBASTIAN LEIVA
16	20 diciembre	Teórica-práctica	Defensa de trabajos	MARCOS MORA- SEBASTIAN LEIVA
17	27 diciembre		EXAMENES	MARCOS MORA
	05 enero		INICIO SEMESTRE VERANO	

### FECHAS IMPORTANTES para PREGRADO

#### Semestre Primavera 2021

- Inicio de Clases: 18 agosto 2021
- Recesos: 13 septiembre; 01 noviembre; 06 diciembre
- Exámenes: 27 de diciembre
- Inicio de Semestre de Verano: 05 de enero 2022

**PARRAFO QUE SE DEBEN AGREGAR AL INDICAR LA FORMA DE EVALUACION DURANTE EL SEMESTRE PRIMAVER 2021 (este es solo un ejemplo de las ponderaciones de las actividades evaluativas)**

**Evaluaciones asincrónicas**

### EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

*(Aquí se puede agregar cualquier comentario sobre alguna regla específica o requisito que se quiera establecer para los estudiantes en relación a las evaluaciones)*

Ej: se debe justificar todas las inasistencias a pruebas vía Secretaria de Estudios..... Es obligatorio entregar el trabajo Final....

<i>Instrumentos</i>	<i>Ponderación</i>
1ª Prueba de Cátedra	30%
2ª Prueba de Cátedra	30%
Informe	20%
Defensa	20%
Nota de Presentación (NPE)*	100%
Examen Aprobatorio** (si la nota obtenida es $\geq 4,0$ el estudiante será aprobado con Nota Final = 4,0)	

\*Dada la condición de Pandemia y Docencia on-line, excepcionalmente en el semestre Primavera 2021 los alumnos que logren una NPE  $\geq 4.0$  se eximirán de la obligación de rendir Examen siempre y cuando hayan rendido todas sus evaluaciones y su Nota Final (NF) será = NPE.

\*\*Atendiendo a los acuerdos alcanzados con los/las estudiantes, aquellos(as) que tengan una Nota de Presentación inferior a 4,0 o que no haya rendido alguna evaluación, podrán optar a un único examen final con carácter aprobatorio. Este examen, que se constituye ahora como **única opción de examen**, debe asegurar la evaluación de todos los contenidos del curso y su comprensión integral