

1.- DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura: **Agronegocios I**

Carrera: **Ingeniería en Innovación Agrícola
Sustentable**

Clave de la asignatura: **ASD-1001**

SATCA¹ **2-3-5**

2.- PRESENTACIÓN

Caracterización de la asignatura.

La asignatura aporta al perfil del Ingeniero en Innovación Agrícola Sustentable los elementos metodológicos para que inicie la elaboración de un plan de negocios con la elaboración del estudio de mercado, la organización de la empresa y la ingeniería del proyecto, y en un segundo curso, concluir con la parte financiera, la publicidad y comercialización del mismo. Las competencias adquiridas al desarrollar el plan de negocios, le permitirá enfrentar con mejores herramientas y habilidades, los problemas relacionados con su área de conocimiento profesional.

La importancia de esta asignatura radica en que proporcionará al profesionista los elementos técnicos y mercadológicos, así como el marco legal y normativo para la creación y toma de decisiones en las empresas del sector agropecuario.

Esta materia da soporte a otras asignaturas que ayudaran al desempeño profesional del ingeniero; está ubicada en el límite de la formación básica y sirve como sustento para la especialización del profesionista. De manera específica, la asignatura aborda los temas relacionados con la elaboración de un estudio de mercado, la organización de una empresa, el proceso de producción e ingeniería del proyecto de un producto agrícola.

Intención didáctica.

Se organiza el temario en cinco unidades, agrupando los contenidos conceptuales en la primera unidad los cuales serán utilizados en las unidades posteriores enriquecidas con temas específicos que se usan como herramientas en el desarrollo de Agronegocios. En esta unidad también se abordará la gestión administrativa, legal y fiscal que será utilizada para la constitución y operación de su negocio.

En la segunda unidad el estudiante iniciara con los aspectos de mercadotecnia como son las estrategias, los tipos de mercado, la segmentación de este así como el

comportamiento del consumidor y que llevara a la práctica con el muestreo del segmento específico a donde desarrollara su estudio de mercado

La tercera unidad le proporcionara los elementos para concluir la investigación del estudio de mercado, definiendo el producto que comercializara, recabando información para determinar el ciclo de vida del producto, su extensión, los precios y variaciones que presenta en el mercado dicho producto.

En la cuarta unidad, el alumno llevara a cabo la determinación del proceso de producción, determinando la materia prima a utilizar y la tecnología necesaria para procesarla. Realizara la distribución de planta considerando los equipos y maquinaria que su proceso requiere, así como el mantenimiento y depreciación de los mismos.

Posteriormente, en la quinta unidad, el educando seleccionara la forma jurídica que la empresa tomara, así como la organización técnica y administrativa de la misma, acorde a las estrategias que haya definido en su análisis FODA. Finalmente, definirá los procesos de dotamiento y conservación del capital humano.

El enfoque sugerido para la materia requiere que las actividades prácticas promuevan el desarrollo y la implementación de un plan de negocios que iniciara en este primer curso y concluirá en un segundo; además, adquieran habilidades para el análisis técnico, mercadológico y de organización de las empresas así como proyectos propios de los Agronegocios.

Los temas que constituyen la totalidad del programa se abordaran de manera general. Proporcionando al alumno únicamente las bases necesarias para el correcto desempeño de su formación y ejercicio profesional.

El enfoque sugerido para la materia requiere que las actividades prácticas promuevan el desarrollo de habilidades de investigación, análisis y elaboración de estudios de mercado, técnico y de planeación; considerando los diversos tipos de asociación de productores y sus características legales.

La lista de actividades de aprendizaje no es exhaustiva, se sugieren sobre todo las necesarias para hacer más significativo y efectivo el aprendizaje. Algunas de las actividades sugeridas pueden hacerse como actividad extra clase y comenzar el tratamiento en clase a partir de la discusión de los resultados de las investigaciones y estudios elaborados.

En las actividades de aprendizaje sugeridas, se pretende que el alumno tenga el primer contacto con el concepto en forma concreta y sea, a través de la búsqueda de información, del análisis y la discusión del material obtenido, la formulación de propuestas para resolver la problemática existente en este sector de la economía.

En el transcurso de las actividades programadas es muy importante que el estudiante aprenda a valorar las actividades que lleva a cabo y entienda que está construyendo su hacer futuro y en consecuencia actúe de una manera profesional; de igual manera, aprecie la importancia del conocimiento y los hábitos de trabajo; desarrolle un espíritu

emprendedor y una mentalidad empresarial.

Es necesario que el profesor ponga atención y cuidado en estos aspectos en el desarrollo de las actividades de aprendizaje de esta asignatura

3.- COMPETENCIAS A DESARROLLAR

Competencias específicas:

Desarrollará actividades de planificación, gestión empresarial y de mercadotecnia; desarrollará habilidades de liderazgo y estrategias, que le permitan incorporarse a empresas ya establecidas; asimismo será agente de cambio con capacidad de iniciar su propio negocio en entidades ubicadas dentro del sector agroalimentario, considerando un enfoque global e integrador.

Competencias genéricas

Competencias instrumentales:

- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de organizar y planificar
- Conocimientos generales básicos
- Conocimientos básicos de la carrera
- Comunicación oral y escrita en su propia lengua
- Conocimiento de una segunda lengua
- Habilidades básicas de manejo de la computadora
- Habilidades de gestión de información
- Solución de problemas
- Toma de decisiones.

Competencias interpersonales

- Capacidad crítica y autocrítica
- Trabajo en equipo
- Habilidades interpersonales
- Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario
- Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas
- Habilidad para trabajar en un ambiente laboral
- Compromiso ético

Competencias sistémicas

- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
- Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
- Capacidad para diseñar y gestionar

	proyectos <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa y espíritu emprendedor • Preocupación por la calidad • Búsqueda del logro
--	--

4.- HISTORIA DEL PROGRAMA

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones (cambios y justificación)
Instituto Tecnológico El Llano Aguascalientes, del 23 al 27 de octubre del 2006.	Representantes de los Institutos Tecnológicos de: Celaya, Chihuahua II, Ciudad Valles, Roque Cuenca de Papaloapan, El Llano Aguascalientes, Minatitlán, Los Mochis, Orizaba, Querétaro, Zona Maya, San Juan del Río, Tizimin, Tlajomulco, Torreón, Tuxtepec, Valle de Oaxaca, Valle de Morelia, Valle del Yaqui y Zona Olmeca.	Reunión de Diseño curricular de la carrera de Ingeniería en Innovación Agrícola Sustentable del Sistema Nacional de Educación Superior Tecnológica.
Institutos Tecnológicos de: El Llano, del 3 de noviembre del 2009 al 19 de marzo del 2010.	Representantes de la Academias Económico Administrativas	Análisis, enriquecimiento y elaboración del programa de estudio propuesto en la Reunión Nacional de Diseño Curricular de la carrera de Ingeniería en Innovación Agrícola Sustentable.

5.- OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DEL CURSO (competencias específicas a desarrollar en el curso)

Desarrolla actividades de planificación, gestión empresarial y metodologías de mercadotecnia; así como habilidades y estrategias de liderazgo que le permiten incorporarse a empresas ya establecidas; siendo un agente de cambio con capacidad de iniciar su propio negocio en entidades ubicadas dentro del sector agroalimentario, considerando un enfoque global e integrador.

6.- COMPETENCIAS PREVIAS

- Conocer las diferentes estrategias y políticas de desarrollo rural.
- Aplicar la estadística inferencial en la validación de las herramientas para la gestión del negocio.
- Conocer las características y clasificación de los cultivos de importancia económica.
- Identificar los componentes de manejo de los sistemas de producción, bajo el concepto de Buenas Prácticas Agrícolas.
- Aplicar la normatividad relativa a la preservación del medio ambiente.
- Medir el impacto y efectos sociales provocados por la gestión de proyectos.
- Utilizar modelos matemáticos para la toma de decisiones.
- Utilizar la tecnología de información para facilitar la realización de actividades administrativas.
- Analizar y aplicar conceptos y técnicas de la probabilidad y elementos de muestreo en la solución de problemas en áreas de su competencia.
- Diseñar y estructurar un proyecto de investigación.

7.- TEMARIO

Unidad	Temas	Subtemas
1	Conceptos y entorno de los agronegocios	1.1 Concepto de Agronegocios 1.1.1 Importancia de los agronegocios en la economía 1.1.2 Subsectores 1.1.3 El alcance y tendencia 1.1.4 Beneficios de adoptar el concepto de agronegocios 1.2 El entorno de los agronegocios en México 1.3 Marco legal y normativo de los Agronegocios 1.3.1 Bases legales 1.3.2 Tipos de sociedades mercantiles 1.3.3 Legislación aplicado al comercio exterior 1.4 Componentes de un plan de negocios
2	Mercadotecnia	2.1 Conceptos de Mercadotecnia 2.2 Objetivos y funciones 2.3 Las leyes de la mercadotecnia 2.4 Estrategias de mercadotecnia

		<p>2.5 Análisis competitivo</p> <p>2.6 Tipos de mercado</p> <p>2.7 Comportamiento del consumidor</p> <p>2.8 Segmentación</p>
3	Investigación de mercado y desarrollo del producto	<p>3.1 Concepto de investigación de mercados</p> <p>3.2 Proceso de la investigación de mercados</p> <p>3.3 Principales técnicas de obtención de información</p> <p>3.4 Investigación de la viabilidad en el lanzamiento de un producto</p> <p>3.5 La investigación de mercados y los grupos de opinión</p> <p>3.6 Concepto de producto y sus atributos</p> <p>3.7 Concepto de ciclo de vida del producto</p> <p>3.8 Extensión del ciclo de vida del producto</p> <p>3.9 Análisis de la cartera de productos</p> <p>3.10 La marca</p> <p>3.11 Política de precios y rentabilidad</p> <p>3.12 Algunos modelos de determinación de precios</p> <p>3.13 La estrategia de precios y sus variaciones</p>
4	Ingeniería del Proyecto	<p>4.1 El proceso de producción</p> <p>4.2 Diagrama de flujo</p> <p>4.3 Maquinaria y equipos</p> <p>4.4 Muebles y enseres</p> <p>4.5 Materias primas</p> <p>4.6 Tecnología de producción</p> <p>4.7 Producción esperada</p> <p>4.8 Inversión en estructuras</p> <p>4.9 Mantenimiento y depreciación</p> <p>4.10 Instalaciones y servicios</p> <p>4.11 Distribución de la planta</p> <p>4.12 Localización de la empresa</p>

5	Organización de Empresas y Gerencia Estratégica	5.1 Conceptos básicos 5.2 Selección de la forma jurídica de la sociedad 5.3 Organización técnica y administrativa 5.4 Gestión de recursos humanos 5.5 Manejo de recursos humanos 5.6 Visión general de la gerencia estratégica 5.7 Análisis FODA 5.8 Formulación de la estrategia 5.9 Ejecución de estrategia 5.10 Evaluación de las estrategias
---	---	---

8.- SUGERENCIAS DIDÁCTICAS (desarrollo de competencias genéricas)

El profesor debe:

- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes.
- Propiciar el uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los contenidos de la asignatura.
- Propiciar actividades de planeación y organización de distinta índole en el desarrollo de la asignatura.
- Propiciar, en el estudiante, el desarrollo de actividades intelectuales de inducción-deducción y análisis-síntesis, las cuales lo encaminan hacia la investigación, la aplicación de conocimientos y la solución de problemas.
- Desarrollar actividades de aprendizaje que propicien la aplicación de los conceptos, modelos y metodologías que se van aprendiendo en el desarrollo de la asignatura.
- Proponer problemas que permitan al estudiante la integración de contenidos de la asignatura y entre distintas asignaturas, para su análisis y solución.
- Relacionar los contenidos de la asignatura con el cuidado del medio ambiente; así como con las prácticas de una ingeniería con enfoque sustentable.
- Observar y analizar fenómenos y problemáticas propias del campo ocupacional.
- Relacionar los contenidos de esta asignatura con las demás del plan de estudios para desarrollar una visión interdisciplinaria en el estudiante.

9.- SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN

- Investigación sobre: la importancia y papel de los agronegocios para México; los principales acuerdos comerciales de México; tipos de asociaciones en el

- campo mexicano; importancia y papel del marketing; normatividad en sistemas de gestión.
- Elaboración de proyecto de investigación de mercado de un producto agroalimentario.
 - Estudio de: Las organizaciones e instituciones que apoyan y fomentan los agronegocios en México; el entorno de los agronegocios en México; productos manejados en el mercado de futuros en México.
 - Informes de visitas a empresas e instituciones en los temas de: organización y manejo de personal; decisiones gerenciales; gestión de trámites de créditos; plan estratégico.
 - Elaboración del proyecto de ingeniería del plan de Negocios.
 - Examen escrito.

10.- UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad 1: Conceptos y entorno de los Agronegocios.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
<p>Definir el entorno de los Agronegocios.</p> <p>Explicar los tipos de entorno de agronegocios en todas sus dimensiones.</p> <p>Conocer el marco legal de los agronegocios</p> <p>Describir los componentes de un plan de negocios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar y exponer investigaciones bibliográficas sobre la importancia y papel de los agronegocios para México. • Elaborar un estudio que explique y analice el estado actual del entorno los agronegocios en México. • Discutir y analizar la situación actual del marco legal de los agronegocios • Revisar las partes que componen el plan de negocios

Unidad 2: Mercadotecnia.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
<p>Explicar el significado e importancia de la mercadotecnia en los agronegocios.</p> <p>Reconocer y entender a la clientela, sus necesidades y cómo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar y exponer investigaciones bibliográficas sobre la importancia y papel de la mercadotecnia en los agronegocios y en el sector agrícola.

satisfacerlas.	
Reconocer la importancia del valor y calidad del producto.	

Unidad 3: Investigación de Mercado y desarrollo del producto.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
<p>Analizar y aplicar en el Sector Agroalimentario, los diversos procedimientos, técnicas y resultados de la investigación de mercados.</p> <p>Identificar las herramientas necesarias para la comprensión de la conducta de compra del consumidor de alimentos.</p> <p>Comprender la dinámica de la administración de productos agroalimentarios, a través de conceptos y herramientas específicas.</p> <p>Conocer los métodos, estrategias y decisiones para administrar los precios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un proyecto de investigación de mercado para un producto del sector agroalimentario en el cual debe aplicar la metodología aprendida. • Resaltar y analizar la importancia de un estudio de mercado en el sector agroalimentario. • Realizar un estudio de estrategia de introducción de un nuevo producto agroalimentario en el mercado, en el que debe analizar y proyectar las diferentes fases de su ciclo de vida. • Establecer el precio de un producto agroalimentario, utilizando modelos ya establecidos.

Unidad 4: Ingeniería del Proyecto.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
<p>Desarrollar los pasos y componentes básicos de la ingeniería del proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar ejercicios prácticos sobre procesos agrícolas y agroindustriales y la determinación de inversiones necesarias, así como de localización de una planta productiva de un agronegocio

Unidad 5: Organización de Empresas y Gerencia Estratégica.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
<p>Identificar los principales motivos de organizar una empresa, sus características y los tipos de formas de asociación existentes en el campo mexicano.</p> <p>Conocerá la organización empresarial y su importancia en el proceso administrativo y la gestión y administración de los recursos humanos.</p> <p>Interesarse y apreciar los conceptos de liderazgo, desarrollo, comunicación, motivación y trabajo en equipo, aplicables a los agronegocios.</p> <p>Conocer los temas de gerencia y planeación estratégica, competitividad, técnicas y modelos para la toma de decisiones.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Realizar una investigación de los tipos de asociación y sus características que legalmente son permitidas en el sector agroalimentario mexicano.• Efectuar el análisis FODA de la empresa que crearan para su proyecto de negocio• Realizar una visita a una empresa agroalimentaria para identificar y analizar la aplicación de: el proceso de gestión y de manejo de recursos humanos, el liderazgo, la motivación y el trabajo en equipo.

11.- FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Aguilar. V. A., et al., *Administración de Agronegocios y disciplinas afines*, Revista Mexicana de Agronegocios. Torreón Coahuila, México, 2005, www.somexaa.com.mx.
2. Alberto, M., *Retos y Perspectivas en el Desarrollo de Agronegocios*, Panel Foro 2. Primer Foro Centroamericano de Agronegocios, 2003
http://www.agronegocios.gob.sv/publicaciones/news/news_item.asp?NewsID=42
<http://www.agronegocios.gob.sv/FORO-CA-2003/material%20foro/Retos%20y%20Perspectivas%20en%20el%20desarrollo%20de%20agronegocios.doc>
3. Alles, M. A. *Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Gestión por Competencias*. Ed. Granica. Buenos Aires, Argentina. 2006.

4. Austin, J.E., *Agroindustrial project analysis*, Serie EDI en Economic Development. The Johns Hopkins University Press, Baltimore y Londres, 1981
5. Baca, U. G., *Evaluación de proyectos*, 3^{ra} edición, Mc Graw Hill, México, 1995.
6. Banco de México – FIRA, *Boletín Informativo: Agronegocios Sostenibles Alternativas para el desarrollo del sector rural y pesquero*, Subdirección Técnica, División de Desarrollo Tecnológico y Ecología, 1999
<http://www.fira.gob.mx/Publicaciones/Boletines.asp>
http://www.fira.gob.mx/Boletines/boletin005_01.pdf
7. Bangs, D., *El Plan de Negocios*, Upstart Publishing Company, 1998
8. Besseyre Des Horts, Charles Henri, *Gestión Estratégica de los Recursos Humanos*, Bilbao: Deusto, 1989
9. Bravo, P. O., *Cómo elaborar un plan de negocios*, M.S.T.V. & Video y Cía Ltda.
http://www.epigrafe.com/contenido/lib_detalle.asp?lib_id=66
10. Brown, J.G. con Deloitte y Touche, *Agroindustrial investment and operations*, EDI Development Studies. The World Bank, Washington, DC. 1994
11. Chase, R., B., Aquilano, N., J. Y Jacobs, F. R. *Administración de la Producción y las operaciones*. México, Edit. Mc Graw Hill, 2004.
12. Chiavenato, I. *Administración en los Nuevos Tiempos*. Edit. Mc Graw Hill. Colombia. 2002.
13. David R. F., *Conceptos de Administración Estratégica*, 9^a Edición. Pearson Mexico, 2003
14. David, R. F., *La Gerencia Estratégica*, Colombia, 1994
15. De Pablo Hernández, C. *Manual de Ergonomía*, Editorial: Formación Alcalá
16. Elorduy, M. J.I., *Estrategia de empresa y recursos humanos. Una visión dinámica de la empresa*, Madrid, McGraw-Hill, 1993
17. FAO, 1997, *Marketing research and information systems. Marketing and agribusiness text No. 4*, Roma <http://www.fao.org/docrep/W3241E/W3241E00.htm>
18. Fisher, L., Espejo, J. *Mercadotecnia*, México, Ed. Mc Graw Hill 2003
19. Fontaine, E., *Evaluación social de proyectos*, Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile, 1993
20. French, Wendell L., *Administración de Personal. Desarrollo de Recursos Humanos*, México, Ed. Limusa, 1991
21. Gomez M., L.D., Balkin D. y Cardy R., *Dirección y Gestión de Recursos Humanos*, 3^{ra} Edición, Ed. Prentice Hall, Madrid, 2001. Caps. 7 y 11
22. Grupo INTERCOM, *Plan de negocios*,
http://www.grupointercom.com/emprendedores/downloads/business_plan.pdf
23. *Guía para elaborar un plan de negocios en comercio exterior*,
<http://www.eafit.edu.co/NR/rdonlyres/1D28B30E-61FB-4DC2-962A-AF9357DC46D0/0/GU%C3%8DAPARAELABORARUNPLANDENEGOCIOSENCOMERCIOEXTERIOR.doc>
24. Harry A Finney, Herbert E. Miller, *Curso de Contabilidad. Tomo I*, Unión Tipográfica 3^{ra} Edición, Ed. Hispano–Americana, México, D.F., 1991
25. Hellriegel, D.; Jackson, S.E.; Slocum, J.W., *Administración. Un enfoque basado en competencias*. Edit. Thomson. México. 2005.
26. Hull, J. C., *Introducción a los Mercados de Futuros y Opciones*, 4^a edición, Ed. Prentice Hall, México, 1996

27. J. Fleitman, J., *Pequeñas y Medianas Empresas. Cómo elaborar un plan de negocios*,
http://www.pyme.com.mx/articulos_pyme/todoslosarticulos/como_elaborar_un_plan_de_negocios.htm
28. Jiménez, V. A., *Una vez más, ¿cómo motivar a los trabajadores?*, Capital humano N° 97. Febrero. Pág. 54-58, 1997
29. Kast, F. E. y J. E. Rosenzweig, *Administración en las organizaciones. Enfoque de sistemas y de contingencia*, 2^{da} Edición Ed. McGraw-Hill/Interamericana de México, 1998
30. Koontz, H. y Weihrich H., *Administración, una perspectiva global*. Ed. Mc Graw Hill, México, 2004
31. Kotler, P. and G. Armstrong, *Fundamentos de Marketing*, 8^a Edición, Ed. Pearson, Prentice Hall, 2008
32. Kotler, P. and Armstrong, G. *Marketing versión para Latinoamérica* 10^a Edición, Ed. Prentice Hall, México, 2007
33. Kotler, P. and Lane, K., *Dirección de Marketing* 12^a Edición, Ed. Pearson, Prentice Hall, México 2006
34. Kotler, P., *Dirección de Mercadotecnia*, Mc Graw Hill. 10^a Edición, Ed. Milenium. 2000
35. McCarthy, J; Perreault, W., *Marketing. Un Enfoque Global*,: Mc Graw Hill ,México 2000
36. Miguel, A. E., *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación para micro y pequeñas empresas*, Instituto Tecnológico de Oaxaca. 4^a edición. Oaxaca, Méx. 2001
37. Molina, M.; Borja, H. *¿Qué son los Agronegocios?*, Proyecto FAO-MAG Agronegocios TCP/ELS/2901, Ministerio de Agricultura y Ganadería de El Salvador. 29 p., 2004b
38. Muñoz, G. R., *Marketing en el siglo XXI*, <http://www.marketing-xxi.com>
39. Oficina Internacional del Trabajo, "Introducción al Estudio del Trabajo", Cuarta edición, Editorial: Noriega-Limusa, México D.F.
40. Pediec, *Plan Estratégico de Desarrollo Integral del Estado de Quintana Roo 2000-2025*, Agronegocios, 2000
<http://www.quintanaroo.gob.mx/nuestrogobierno/planestrategico/agronegocios.htm>
41. Riggs James L., *Sistema de Producción*, Ed. Limusa
42. Roura, H.; Cepeda, H., *Manual de identificación, formulación y evaluación de proyectos de desarrollo rural*, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social – ILPES. Dirección de Proyectos y Programación de Inversiones. CEPAL. Santiago de Chile –Chile, 1999.
43. SAGARPA, Subsecretaría de fomento a los agronegocios.
<http://www.sagarpa.gob.mx/sfa/fomento.html>.
44. Sánchez, R. G., *Tendencias en el Desarrollo de los Agronegocios, El Caso México*, Panel Foro 3. Foro Centroamericano de Agronegocios, San Salvador, El Salvador. 2003
http://www.agronegocios.gob.sv/publicaciones/news/news_item.asp?NewsID=42

<http://www.agronegocios.gob.sv/FORO-CA-2003/material%20foro/Tendencias%20en%20Desarrollo%20de%20Agronegocios,%20caso%20M%C3%A9xico.doc> <http://www.agronegocios.gob.sv/FORO-CA-2003/material%20foro/Tendencias%20Agronegocios%20ponencia%20Guillermo%20S%C3%A1nchez%20EI%20Salvad.ppt>.

45. Sapag Chain, Nassir, *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa*, Ed. Prentice Hall. México, 2001
46. Sapag Chain, Nassir, Sapag Chain, Reinaldo, *Preparación y evaluación de proyectos*, 4^{ta} Edición, Ed. Mc. Graw Hill. Chile, 2000
47. Sloan, E., Food Trends Top 10 Global. Foodtechnology. Vol. 59, No. 4, 2005
48. Shroeder, Roger. *Administración de Operaciones*, Ed. Mc Graw-Hill, Mexico, 2004.

Revistas Seriadadas:

1. AGROCIENCIA
2. FOOD TECHNOLOGY.
3. REVISTA MEXICANA DE AGRONEGOCIOS
4. PRODUCTORES DE HORTALIZAS.

12.- PRÁCTICAS PROPUESTAS (aquí sólo describen brevemente, queda pendiente la descripción con detalle).

Elaborar y presentar un Plan de Negocios para el establecimiento de una empresa agrícola relacionada con aspectos de agricultura protegida, riego e inocuidad alimentaria.

Elaborar proyectos de inversión considerando las diversas normativas de las instituciones financieras (FIRA, FONAES, FIRCO, SEDESOL, SRA, Financiera rural Secretaria de desarrollo rural, BANCOMEX y otras instituciones financieras).