

# 10° PROGRAMA EMPRESARIAL EN COMERCIALIZACIÓN DE GRANOS

Del 29 de mayo al 16 de octubre de 2020



100%  
ONLINE

AUSPICIANTES



ESEADE y AZ Group presentan online el "Programa empresarial en Comercialización de Granos", con un nuevo enfoque académico, entendiendo que tanto la empresa agropecuaria como las de servicios vinculadas y/o relacionadas, son el ámbito necesario para satisfacer la demanda de herramientas y estrategias comerciales necesarias en el mercado granario de toda la cadena.

Nos proponemos actualizar tus conocimientos y capacidades para optimizar la gestión eficiente de la **administración, producción, manejo y comercialización granaria** dentro de la empresa agropecuaria.

Año a año sumando nuevas temáticas y demandas de los mercados.

## Objetivos

Formar personas idóneas para la gestión competitiva del sector agroalimentario, tendiente a satisfacer la demanda social y económica en el área comercial.

A los efectos de mejorar la inserción laboral de los egresados, los módulos buscan un adecuado equilibrio entre aspectos teóricos y prácticos, con una visión global del sistema comercial granario en empresas y servicios.

## Destinatarios

Para todos aquellos que trabajan en la cadena comercial granaria, responsables de acopios, egresados de carreras de agronomía, prácticos no profesionales, nuevos y actuales productores, estudiantes avanzados y empresarios de la cadena agroindustrial; que deseen ampliar y actualizar sus conocimientos para el mejor resultado de su actividad.

### ¿Por qué les sirve a los productores?

Porque brinda herramientas para que la toma de decisiones comerciales sea acorde con la estrategia general de la empresa. Porque profesionaliza un área de las empresas generalmente descuidada, dado que no es la que más les gusta a los productores.

### ¿Por qué les sirve a los comerciales de acopios, corredoras o compañías de insumos?

Porque permite entender como toman las decisiones los productores y que valoran a cada momento, lo que mejora el rendimiento comercial de estos actores. Porque como compradores también es necesario tener una estrategia comercial y de cobertura de precios para minimizar los riesgos.

### ¿Por qué le sirve a un profesional recién recibido?

Porque profundiza sobre un tema que, en la generalidad de los casos, no está visto en detalle en las carreras agronómicas. Porque da herramientas para realizar un mejor trabajo cuando se inserten en el mundo laboral, aprendiendo cuáles son los puntos críticos para profesionalizar la comercialización.

## CONTENIDOS / DOCENTES

### Administración agrícola I y II

**Es clave contar con los conocimientos del análisis de toda la organización. Visión y misión, estructura organizacional como norte para poder construir la estrategia de la empresa.**

**Determinar cuál es el precio que permite cumplir con el objetivo de la empresa.**

La definición de los objetivos empresarios: Visión, misión y valores de la empresa. La empresa familiar. La dirección de la empresa: Estructuras de gobernancia: Los dueños y la dirección. El análisis del contexto. Análisis interno y externo de la empresa. La formulación de estrategias. La táctica. El diseño organizacional. La gestión empresarial y su control. Metodología de cálculo de resultados. Activos – Rentabilidad de los activos - Rentabilidad de los negocios agropecuarios. Definición de la "tasa objetivo" del negocio (tasa de descuento). Rentabilidad financiera de los negocios agrícolas. Fuentes y formas de financiamiento. Impactos de la financiación - Determinación del máximo nivel de financiamiento del plan.

### Negociación I y II

**Para cumplir la estrategia comercial propuesta, el empresario debe interactuar con individuos dentro de la empresa y con los actores del mercado. Esta materia facilita esa interacción.**

La Negociación como Método Alternativo de Solución de diferencias. La nueva visión de la negociación. Etapas que integran el proceso negociador. Persuadir versus convencer. El poder de la negociación en la venta y en la compra. El acuerdo. Precio y oportunidad. El No Positivo. Las Negociaciones Internas (dentro de la empresa) y las Negociaciones Externas (la empresa con los terceros). Ética del Negociador.

### Los tributos del campo

**Brindar una visión integral y sistémica del sistema tributario argentino sus aplicaciones e implicancias en los agronegocios.**

- Conceptos básicos de impuestos nacionales y provinciales.
- Buenas prácticas impositivas al efecto de reducir el impacto fiscal en la actividad.
- Consecuencias de la falta de cumplimientos en los regímenes de información y retención.
- Distintos contratos agropecuarios, distintos efectos impositivos.

#### Temas que considerar:

Breve descripción de impuestos, tasas y contribuciones. Valuación impositiva de hacienda en la cría e invernada, sementeras y stock de granos. Planificación fiscal: diferir y atenuar la carga fiscal. Saldos a favor de IVA: cómo aprovecharlos.

### Riesgo agropecuario

**En esta materia mediante ejemplos y herramientas se trabaja en el riesgo propio de la actividad y como cuantificarlo en la empresa.**

- Variabilidad vs Incertidumbre. Definición de riesgo.
- El riesgo de los diferentes negocios. Subjetividad en las decisiones.
- Características de un decisor. Determinación de la tasa de descuento. Medición del Riesgo.
- Análisis de escenarios y Simulaciones. Impacto de las variables en el negocio.
- Herramientas de administración del riesgo. Administración Precios, rendimientos, Financiamiento, Negocio Global.

### Juan Marcos Olivero Vila (AACREA)

Ingeniero Agrónomo (UBA) Posgrado en Alta Dirección en Agronegocios y Alimentos (UBA).

Coach Ontológico y Social. Líder del Proyecto Empresa del Movimiento CREA.

Técnico de la Unidad de Investigación y Desarrollo del Movimiento CREA.

Consultor en temas empresarios (Estrategia y Organización Empresarial, Planeamiento, Evaluación de Proyectos de Inversión, Financiamiento, Evaluación de riesgo, Análisis económico, etc.).

Especialista en producción ganadera, y análisis de modelos de producción.

### Silvana Cerini (Silvana Cerini-Negociación)

Abogada, egresada de la Universidad de Buenos Aires. Titular de la Consultora Silvana Cerini > Negociación, [scerini-negociacion.com.ar](http://scerini-negociacion.com.ar) Posgrado en Negociación, Universidad Católica Argentina, Máster Derecho Empresario, Universidad Austral. Profesora Titular de Negociación de Administración de Empresas en la UCA, Profesora de Negociación en los Postgrados de Recursos Humanos, Negociación, Negocios Internacionales de la Escuela de Negocios de la UCA.

Autora: Manual de Negociación, El Poder de la Negociación, Negociación Sin Vicios y Nuevos Contratos Comerciales.

### Alejandro Larroudé (Barrero & Larroudé)

Contador Público Nacional (UNLP)

Socio de Impuestos en Barrero & Larroudé, Asesor E-Campo de la Sala de Impuestos y Coordinador Técnico del Informe de Impuestos Agropecuarios. Ha disertado en seminarios y congresos, además de producir contenidos como especialista en materia impositiva para numerosos medios dentro del ámbito agropecuario.

### Santiago Tiscornia (AZ Group)

Ingeniero Agrónomo (UBA 2010). Analista económico AZ- Group, Desarrollador Agro de Apeiron IT, desarrollos tecnológicos.

Consultor privado.

Ex analista de economía CREA (2015-2019) Ex gerente agrícola Siecon S.A (2012-2015)

## Herramientas prácticas RRHH para las empresas

**En esta materia vamos a estar trabajando con casos reales y herramientas específicas para implementar en las empresas agropecuarias sobre capital humano.**

Casos reales. Transmitir el conocimiento observado en base a la experiencia e intercambios logrados a lo largo de los años.

Contar con herramientas específicas sobre el capital más importante que cuentan las empresas agropecuarias, el humano.

## Herramientas legales-Contratos agropecuarios

**Brinda conocimiento teórico y práctico de las estructuras societarias. Ventajas y desventajas de cada una. Buenas prácticas en los contratos agropecuarios.**

### Organización de la empresa Agropecuaria:

¿Qué estructura societaria es la más eficiente para mi empresa desde lo jurídico e impositivo? Principales estructuras societarias aplicables: empresa unipersonal, sociedad de hecho, SRL, SA. Ventajas y desventajas prácticas. Los convenios de accionistas. Caso integral de los 4 impuestos nacionales principales.

### Contratos Agropecuarios:

Principales contratos agroindustriales. Prohibiciones. Cláusulas y buenas prácticas en la redacción de contratos agropecuarios. Arrendamiento, aparcerías, pastoreo y pastaje; capitalización de hacienda; tambo; maquila; otras formas asociativas y de comercialización. El impuesto al valor agregado y el impuesto a las ganancias en los contratos de Arrendamiento, aparcerías, pastoreo y pastaje; capitalización de hacienda; tambo; maquila, fason y tambo asociativo.

## Implicancias macroeconómicas en las empresas

**Permite comprender el funcionamiento de las variables macroeconómicas relevantes para el sector agropecuario.**

Aplicar los principios de la macroeconomía a las empresas del sector. Conocer razonamiento económico inherentes a los problemas agro. Valor en el tiempo del dinero: un dólar hoy vale más que un dólar mañana. Valor Actual.

¡Riesgo y rentabilidad...esperados!

¿Cómo se financia una empresa? Desde familiares y amigos hasta emisión de acciones. Instrumentos de deuda. Deuda bancaria. Obligaciones Negociables.

¿Qué se puede hacer cuando hay excedentes?

## Finanzas aplicadas a la empresa

**Brinda contenidos a las empresas sobre la planificación financiera de las empresas agropecuarias desde tasas hasta conocimiento de la herramienta.**

Introducción a la Finanzas. (Qué son, para qué sirven, relevancia.)

Planificación financiera de una empresa agropecuaria.

Índice de Bancarización. Conocimiento de Herramientas Financieras. Armado de Legajos Crediticios.

Conveniencia de Tasas y monedas en los créditos según coyuntura

Macro. Vínculo entre la faz financiero y lo comercial.

## Agustín Seisdedos (AZ Group)

Licenciado en Relaciones del Trabajo (UBA 2003).

Posgrado en Gestión por competencias de RRHH de la Universidad de Belgrano. (2010). Curso de posgrado en agroalimentos de la Universidad de Belgrano (2013).

Fundador de AS Recursos Humanos. Ex jefe de RR.HH. y Coordinador de del área de capacitación de Aguas Bonaerenses S.A. Consultor de AZ Group en RRHH.

## Eugenia Luján Bustamante (Estudio Balbín & Pascual Abogados)

Abogada, Universidad del Salvador. Magister en Derecho Empresario, Universidad Austral. Programa Ejecutivo en Gestión de Agronegocios, Universidad de San Andrés.

Asociada en el Estudio Jurídico Balbín & Pascual Abogados, a cargo del Departamento de Agronegocios.

Directora del Programa Régimen Jurídico de los Agronegocios: Facultad de Derecho de la Universidad Austral.

Directora del programa Herramientas legales. Organización, Contratos y Financiación, UCA.

Profesora del curso Redes Contractuales en la Bolsa de Cereales de Buenos Aires. A cargo de la columna sobre Legislación de la Revista Rural de Clarín.

## Iván Carrino (ESEADE)

Licenciado en Administración (UBA), Máster en Economía de la Escuela Austriaca por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y Máster en Economía Aplicada de la Universidad del CEMA.

Profesor de Economía Internacional en ESEADE y de Historia del Pensamiento Económico en la Facultad de Ciencias Económicas (UBA). Columnista en diarios como La Nación, Ámbito Financiero, El Cronista e Infobae, entre otros.

Es autor de cuatro libros. Conferecista y asesor de empresas.

## Martín Nava (Economista)

Lic. en Economía Agropecuaria de la Universidad de Belgrano.

Posgrados en análisis de riesgo crediticio en Banco Galicia y finanzas para pymes del Consejo de Ciencias Económicas del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Gerente financiero de la agropecuaria La Aurora S.A.

Gerente general en la Mutual Gremial Pampeana.

Asesor económico de Presidencia del Instituto Provincial de La Vivienda, Provincia de La Pampa. Análisis, asistencia y redacción del informe financiero para AZ Group.

## Fundamentals y Mercado mundial de granos

**Para entender los movimientos de precios es clave analizar quienes son los actores claves para cada uno de los productos y su incidencia en el mercado.**

Estructura del Mercado Internacional de Granos. Proyecciones de Producción y Consumo. Características de la Oferta Mundial, principales actores. Estacionalidad, Clima, Tecnología. Características de la Demanda Mundial, principales actores. Diferentes tipos de consumos. Tasa de crecimiento demográfico (China – India). Análisis de los inventarios Mundiales (Stocks, Evolución de los Stocks en Principales países. Comercialización Mundial (mapa). Mercados de Referencia. Países Exportadores. Países Importadores. El comercio en relación con la producción. Descripción de la industria aceitera argentina, principales características. Subproductos de Cereales: Harinas de Trigo. Países productores, consumidores, importadores y exportadores. La industria molinera en Argentina, características. Estructura de las cadenas de trigo, maíz, soja y girasol en Argentina. Oferta y demanda local de las mismas. Indicadores de Análisis Fundamental.

## Infraestructura y logística I y II

**Una buena estrategia comercial es aquella que mejor combina precio, necesidades financieras y logística. En esta materia el foco es este último punto y su importancia en el resultado del negocio.**

Productores agropecuarios. ¿Cuáles son las variables clave de cada segmento? ¿Cómo operan? Acopios y cooperativas. Caracterización: distribución geográfica, capacidad instalada. Servicios que ofrece y costos. ¿Cómo integrarse hacia esa posición? Acopio propio y embolsado. Posibilidad de ganancia Vs Costos reales y ocultos. Caracterización de la industria y la exportación. Índice de concentración. Integración. Ventas FOB. Integración de los exportadores hacia la producción. Actores complementarios. Transportes. Camiones. Ferrocarril. Capacidad de transporte. ¿Quién lo toma? Barcos. Impacto en nuestras empresas. Hidrovía. Principales puertos del país.

## Control del proceso comercial

**Esta materia permite identificar aquellos ítems que es importante controlar para asegurar el correcto cumplimiento de la estrategia comercial propuesta.**

**Los temas que desarrollar son:**

Vinculación de las partes dentro del proceso comercial. Descripción del flujo de información entre el sector que controla liquidaciones y el encargado de la comercialización. Definición de los puntos claves a controlar. Controles cruzados y sistemas de alerta. "Contabilización" de los beneficios del control comercial.

## Carlos Pouiller (AZ Group)

Ingeniero Agrónomo, diplomado en la Universidad Nacional de Buenos Aires, año 1979. Especialista en Mercados Agropecuarios. Desde 1992 Dirección de Mercados Agroalimentarios del Ministerio de Agricultura de la Nación, como Coordinador de Cereales y Oleaginosas.

Consultor de la Unidad de Investigación y Desarrollo de AACREA. Amplia experiencia, superior a 20 años, como conferencista en congresos y seminarios nacionales e internacionales sobre temas referidos a comercialización y mercado de granos. Libros escritos: "Comercialización de Granos". AACREA 2006.

## Lorena D'angelo (AZ Group)

Es contadora pública, con un Master en Finanzas en la Universidad del CEMA.

Actualmente se destaca como analista de Mercado de granos y consultora comercial de AZ Group.

Es asesora en Mercados agropecuarios en la Dirección Nacional de mercados del Ministerio de Agricultura de la Nación.

Fue coordinadora del negocio de futuros y del área de análisis de mercado en [futurosypopciones.com](http://futurosypopciones.com)

## Juan Bartolome (AZ Group)

Contador Público Nacional (UBA). Especialista en el área impositiva orientada al sector exportador, contabilidad e impuestos. Experiencia profesional en clientes corporativos. Socio del Estudio Auld. En AZ forma parte como responsable de los Grupos Administrativos.

## Formación del precio I y II

**Es fundamental conocer como participan los actores de oferta y demanda en el mercado para comprender su incidencia en la conformación de los precios.**

Relación Oferta – Demanda Local e Internacional de productos y derivados. Precios en los países competidores. Estacionalidad Local e Internacional. La ley de la oferta y la demanda. Oferta y demanda agrícola. Modelo de la Telaraña. Relaciones comerciales entre países: OMC, Subsidios UE (PAC), EEUU, Arancel Mercosur. Normativa de comercio, barreras arancelarias y paraarancelarias. Mercados de Referencia.

Formación del precio de los exportadores argentinos. Derechos de exportación. Registro de exportaciones. Formación de precio al consumo local (molinería, consumos, etc.). Situación actual del mercado argentino. Precio

Disponibles. Formación de las Pizarras. Cómo se calcula el precio FOB, costos, impuestos, etc. Incoterms. Canales comerciales.

(Función). Pases. Puertos de carga y descarga. Bases. Descripción. ¿Empresas que compran, participación en el mercado y en la formación de los precios? Afuera y acá. Juntas de Granos. Como compra/venden, Canadá, Australia, China. Diferentes mercados mundiales. CME, MATIF, MATBA.

## Diego Pasi (AZ Group)

Es Lic. En Economía y administración Agraria de la Universidad de Buenos Aires.

Desarrolla capacitaciones en Mercado de Futuros y Opciones.

Realiza asesoramientos sobre temas comerciales para empresas agropecuarias.

Fue técnico de AACREA en la Unidad de Investigación y Desarrollo.

Coordinador de 7 grupos de comercialización en distintas regiones de Argentina.

## Technical del mercado granario I y II

**Herramienta que permitirá identificar e interpretar las tendencias de precios, a través del uso de gráficos. Tiene como objetivo principal identificar una tendencia en su etapa temprana, para establecer operaciones en la dirección a la misma.**

Introducción. Marco Conceptual. Análisis Técnico vs. Análisis Fundamental. Teoría de Dow. Hipótesis de Eficiencia de los Mercados. Fases. Gráficos: Construcción, Escalas y tipologías. Volumen, su importancia. Acumulación de datos. Conceptos Básicos de Tendencia. Definición. Direcciones. Líneas de Tendencia. Canales. Soportes y Resistencias. Definición. Características. Zonas de acumulación y distribución. Identificación. Factores psicológicos. La importancia de los números redondos. Figuras de Continuación de Tendencia: Definición. Triángulos. Banderas. Estandartes. Cuñas. Rectángulos. Figuras de Cambio de Tendencia Definición. Hombro Cabeza Hombro. Doble Techo y Doble Piso. Triple Techo y Triple Piso. Techo y Piso Redondeado. Accidentes Técnicos. Brecha o Gap. Pull-back. Ruptura y Fuga. Isla de reversión. Medias Móviles. Concepto. Variedades (Simple, Ponderada y Logarítmica). Aplicaciones. Combinaciones. Conceptos clave para el trading. Diseño de estrategias.

## Pedro Marcelo Luis (RJ Delta)

Maestría en Dirección de Empresas, Universidad Nacional de La Plata. Especialista en Mercado de Capitales, Bolsa de Comercio de La Plata. Lic. en Administración, Universidad Nacional de La Plata. Senior Relationship Manager - RJ Delta Asset Management – Raymond James Financial.

Ex Gerente de Mercados y Research - Banco Hipotecario S.A.

Profesor en el Post Grado en Mercado de Capitales USAL y Administración de Empresas – UCA

## Mercados de futuros y opciones I, II

**Para llevar adelante la estrategia comercial, hay que utilizar herramientas. Se brinda el conocimiento necesario para utilizar dichas herramientas de manera eficiente, para cubrir el riesgo precio y aumentar la rentabilidad del negocio.**

**Este módulo tiene como objetivo que los alumnos comprendan:**

- Las características y las funciones de los mercados de futuros
- El uso de los futuros y las opciones como cobertura de precios
- El uso de los futuros y las opciones para mejorar la rentabilidad de su negocio.

- Contenidos: Mercado de Futuros y Mercado Disponible. Estandarización de los contratos Diferencias entre futuros y forwards. Liquidación de un contrato de Futuro. Contratos de Futuros Agrícolas disponibles. Cobertura vendedora y compradora con futuros. Opciones. Definiciones. Clasificación de las Opciones. Conclusiones generales sobre Futuros y Opciones. Posiciones Sintéticos. La Base Spreads y Ejercicios prácticos.

## Mariana Pellegrini (Fundación MATBA)

Licenciada en Comercialización Agropecuaria Universidad de Belgrano. Actualmente Responsable del Área de Capacitación del Mercado a Término de Buenos Aires. (MATBA)

Profesora de las cátedras de Comercialización de la Facultad de Ciencia Agrarias de la UB y de Ciencias Agrarias de la UCA.

Profesora invitada a universidades para temas de su especialidad.

Oradora para Jornadas seminarios y Congresos relacionado con los Mercados de Futuros y Opciones y otros temas comerciales del sector agropecuario.

## Gestión y estrategia comercial I, II

**Se reúnen todos los conocimientos adquiridos y permite elaborar la estrategia para las empresas y medir la gestión en el ámbito comercial.**

Funcionamiento de una empresa agro. Proceso Comercial. Decisiones estratégicas, tácticas y operativas. Indicadores externos e internos. Actores externos e internos. Decisión de Venta. Estrategia Comercial. Definición de estrategia. Puntos clave. Modelos de Empresa.

Definición de modelos de empresa. Variables: % atquilado, financiamiento externo. Nivel organizacional. Estructura Comercial de las Empresas. Análisis en función de los modelos de empresa. Protocolos de comercialización. Definición de protocolos y su utilidad.

Descripción de la comercialización dentro de una empresa. Ejemplos. Indicadores a obtener. Tablero de Control, Definición y utilidad.

Ejemplos. Indicadores a obtener. La comercialización es factor clave para ser una empresa exitosa, Cómo cuantificarlo.

### **Emiliano Piccolini (Asesor comercial)**

Licenciado en Administración y Economía Agropecuaria de la UBA (2005). Con 8 años de experiencia en el manejo comercial del sector agropecuario argentino mediante la conformación de carrera interna dentro de El Tejar.

Trabajó en la ejecución, análisis y revisión de procesos y sistemas en empresas agropecuarias. Trabaja liderando el área de ventas, coberturas financieras y gerenciamiento de empresas agropecuarias.

### **Nicolás Udaquiola (AZ Group)**

Ingeniero Agrónomo. Especialista en Mercados Agropecuarios y asesor comercial de empresas agropecuarias. Es coordinador de grupos de comercialización entre Argentina y Uruguay.

Socio fundador de AZ Group. Fue técnico de AACREA en la Unidad de Investigación y Desarrollo. Fue Co-Asesor de la región sudeste de CREA.

## Agtech: Tecnologías disponibles aplicadas al agro

**Un espacio de intercambio para comentar cómo la tecnología se va incluyendo en las empresas y cómo pueden generar puntos de mejora a través de una mayor eficiencia en los distintos eslabones internos y de producción.**

- Impacto de las nuevas tecnologías.
- Eficiencia en los eslabones.
- Conocimiento sobre lo que se viene. Modernización de los espacios para contar con distintas tecnologías.
- Contexto en el que se mueven las empresas agropecuarias.
- Distintas tecnologías disponibles para incorporaren las empresas.

### **Sebastián Salvaro (AZ Group)**

Lic. en Economía Agraria (FAUBA)

Co-founder de AZ Group. Co-founder de Club AgTech.

Asesor CREA de Arroyo de los Huesos.

Columnista en La Red Rural "Los profesionales del agro" de Radio La Red AM910. Director de Simpleza SA.

## Panel de invitados y referentes de empresas

### **Matías Amorosi (AZ Group)**

- Ingeniero en Producción Agropecuaria. (UCA)

- Especialista en Mercados Agropecuarios y asesor comercial de empresas agropecuarias.

- Coordinador de 7 grupos de comercialización en Argentina.

- Socio fundador de AZ Group.

## Seminario con especialistas

**Un espacio de intercambio con referentes del sector agropecuario, con el foco puesto en escuchar e intercambiar opiniones y aprendizajes.**

### **Ricardo Bindi (Agrositio-ESEADE)**

Graduado de Doctor en Administración y MBA en ESEADE; Master en Marketing (Escuela de Negocios de la UB).

Ingeniero Producción Agropecuaria y Licenciado en Ciencias Agrarias (Ftad. de Ciencias Agrarias - UCA).

Profesor de Agronegocios, Marketing y Comercialización en UCA, ESEADE, y otras instituciones.

Es Presidente de Agrositio S.A., y ex Presidente del Consejo Profesional de Ingeniería Agronómica (CPIA).

Miembro del Consejo de Dirección de la Universidad ESEADE.



*Director del Programa*  
**ING. AGR. HUGO O. DELGADO**

*Ingeniero agrónomo (FAUBA) y Posgrado en "Programa avanzado en Negocios Agropecuarios" UCA. Responsable Área de Agronegocios de ESEADE.  
Co-coordinador Programa "Agro dirigencia" en Agrositio.  
Ex Docente Facultad de Ciencias Agrarias (UCA). Fue Coordinador del Convenio UCA-CRA en Capacitación Dirigencial. En 2009 Premio BBVA Banco Francés al "Emprendedor Agropecuario" al mencionado Programa en la Actividad agropecuaria con Orientación Educativa.  
Ex Presidente de la Sociedad Rural de Rivadavia (Bs. As.) y ex miembro CREA de Intendente Alvear (L.P)*

## Características del Programa Online

Horas cursadas totales: 75 hs.

Modalidad: **Viernes y Sábados**

Horarios: **Viernes de 17 a 20 hs. Sábado de 09 a 12 hs.**

Duración: **6 meses**

Informes: ✉ [noelia.robles@eseade.edu.ar](mailto:noelia.robles@eseade.edu.ar)    🗨 11-3180-9214

---

## Requisitos de evaluación y graduación

**Certificado de asistencia:** Para aquellos que han cumplimentado el 70% de la cursada.

**Certificado de aprobación:** El sistema de evaluación será individual, con un examen al final del curso, de acuerdo con pautas que serán previamente comunicadas.

# ESEADE

	FECHA	MATERIA	HORAS
MAYO	Viernes 29	Administración agropecuaria I - <i>Juan Marcos Olivero Vila</i>	3
	Sábado 30	Riesgo agropecuario - <i>Santiago Tiscornia</i>	3
JUNIO	Viernes 05	Herramientas prácticas RRHH para las empresas - <i>Agustín Seisdedos</i>	3
	Sábado 06	Administración agropecuaria II - <i>Juan Marcos Olivero Vila</i>	3
	Viernes 12	Negociación I - <i>Silvana Cerini</i>	3
	Sábado 13	Negociación II - <i>Silvana Cerini</i>	3
	Viernes 26	Implicancias Macroeconómicas en las empresas - <i>Francisco Gismondi</i>	3
	Sábado 27	Herramientas legales - <i>Eugenia Luján Bustamante</i>	3
JULIO	Viernes 03	Finanzas aplicadas a la empresa - <i>Martín Nava</i>	3
	Sábado 04	Los tributos del campo - <i>Alejandro Larroude</i>	3
	Viernes 17	Fundamentals y Mercado mundial- <i>Carlos Poullier</i>	3
	Sábado 18	Futuros y Opciones - <i>Mariana Pellegrini</i>	3
	Viernes 24	Technicals I - <i>Pedro Marcelo Luis</i>	3
Sábado 25	Formación del precio I - <i>Diego Pasi</i>	3	
AGOSTO	Viernes 07	Infraestructura y Logística I - <i>Lorena D'angelo</i>	3
	Sábado 08	Futuros y Opciones II - <i>Emiliano Piccolini</i>	3
	Viernes 21	Technicals II - <i>Pedro Marcelo Luis</i>	3
	Sábado 22	Infraestructura y Logística II	3
	Viernes 24	Formación del precio II - <i>Diego Pasi</i>	3
	Sábado 25	Gestión comercial I - <i>Emiliano Piccolini</i>	3
SEPTIEMBRE	Viernes 04	Control del proceso comercial - <i>Juan Bartolomé</i>	3
	Sábado 05	Gestión comercial II- <i>Emiliano Piccolini</i>	3
	Viernes 11	Agtech: Tecnologías disponibles aplicadas al agro - <i>Sebastián Salvaro</i>	3
	Sábado 12	Panel invitados empresas y referentes - <i>Matías Amorosi</i>	3
	Viernes 18	Seminario - <i>Ricardo Bindi</i>	3

**Materias sombreadas son compartidas en los cursos de Granos y Ganadería**

75