

11° PROGRAMA EMPRESARIAL EN COMERCIALIZACIÓN DE GRANOS

Del 23 de abril al 24 de septiembre de 2021



AUSPICIANTES



ESEADE y AZ Group presentan la propuesta online 2021 de el **"Programa empresarial en Comercialización de Granos"**, con un nuevo enfoque académico, entendiendo que tanto la empresa agropecuaria como las de servicios vinculados y/o relacionados son el ámbito necesario para satisfacer la demandas 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 sumamos nuevas temáticas y demandas del mercado.

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 fundamentales para los empresarios y los equipos de trabajo. Con foco en alinear la toma de decisiones con la estrategia general de la empresa.

Porque permite trabajar en las distintas áreas de la empresa como un todo, logrando una visión integral y profesionalizando un área de las empresas que generalmente está descuidada dado que no es la que más le 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 sus principales clientes, 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, entendiendo cuando hacer foco en una y otra variable y aplicando las mismas herramientas que el productor usa para la venta pero de forma inversa para minimizar los riesgos y maximizar renta.

¿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 agropecuaria

La comercialización no es un compartimento estanco, por lo que es clave contar con los conocimientos del análisis de toda la organización. Visión y misión, estructura organizacional como norte para poder construir la estrategia comercial. Determinar cuál es el precio que permite cumplir con el objetivo de la empresa.

- Descripción del "Mapa de la empresa". La definición de los objetivos empresarios: Visión, misión y valores de la empresa. Ciclo de vida de las empresas. La empresa familiar. La dirección de la empresa: Estructuras de gobernanza: Los dueños y la dirección.
- El análisis del contexto. Análisis interno y externo de la empresa.
- La formulación de estrategias. La táctica. La gerencia y las distintas áreas operativas: gerencia general, área administrativa, área de producción, área comercial, área financiera. El diseño organizacional.
- La gestión empresarial y su control. Los reportes de control según su destinatario. El eje humano de la empresa.
- Metodología de cálculo de resultados. Activos Rentabilidad de los activos - Rentabilidad de los negocios agropecuarios. La cadena de valor del negocio agrícola. 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 - Fórmula de Dupont. Determinación del máximo nivel de financiamiento del plan.

Juan Marcos Olivero Vila

Nació en Argentina el 14 de Abril de 1960.
Estudió en la Universidad de Agronomía de Buenos Aires, obteniendo el título de Ingeniero Agrónomo.
Posgrado en Alta Dirección en Agronegocios y Alimentos (UBA)
Coach Ontológico y Social.
Docente de la Escuela para Graduados Alberto Soriano - Facultad de Agronomía Universidad de Buenos Aires.
Técnico de la Unidad de Investigación y Desarrollo del Movimiento CREA.
Líder del Proyecto Empresa del Movimiento CREA.

Negociación

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 Silvana Cerini 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)
- Las Negociaciones Externas (la empresa con los terceros).
- Ética del Negociador.

Silvana Cerini

Nació en Argentina.
Egresada de la Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, como abogada.
Posgrado en Negociación en la Universidad Católica Argentina.
Máster en Derecho Empresario en la Universidad Austral
Seminario sobre Derecho Empresario en la Universidad de Navarra, Pamplona España.
Profesora Titular de la Materia Negociación en la carrera de Administración de Empresas y en Posgrados de la Escuela de Negocios en la Universidad Católica Argentina.
Coordinadora del Programa Negociación y profesora de Negociación en la UADE.
Titular de la Consultora Silvana Cerini.

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.

Santiago Tiscornia

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 de empresa agropecuaria (2012-2015).

Los tributos del campo

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

El módulo atiende:

- 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 a considerar:

- Breve descripción de impuestos, tasas y contribuciones.
- Impuesto a las ganancias. Impuesto a la ganancia mínima presunta.

Alejandro Larroudé

Contador Público Nacional (UNLP).

Socio de Impuestos en Barrero & Larroudé, Asesor ECampo de la Sala de Impuestos y Coordinador Técnico del Informe de Impuestos Agropecuarios. Ha disertado en una gran cantidad de seminarios y congresos vinculados con temáticas de su área, además de producir contenidos en calidad de especialista en materia impositiva para numerosos medios dentro del ámbito agropecuario.

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.

Agustín Seisdedos

Licenciado en Relaciones del Trabajo (UBA 2003).

Posgrado en Gestión por competencias de los Recursos Humanos de la Universidad de Belgrano.

(2010). Curso de posgrado en agroalimentos de la Universidad de Belgrano (2013). Fundador de AS Recursos Humanos.

Ex subjefe de RR.HH. y Coordinador de del área de capacitación de Aguas Bonaerenses S.A.

Consultor de AZ Group en RR.HH.

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. Composición y Evolución. Importancia de producción de Granos a nivel Mundial. Comparaciones relativas con el Comercio. Proyecciones de Producción y Consumo.
- Características de la Oferta Mundial, principales actores. Los momentos de los distintos Mercados 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.
- Mercados de Referencia. Países Exportadores. Países Importadores. El comercio en relación a la producción.
- Consideraciones Generales sobre los Subproductos en el mercado. Subproductos de Oleaginosas: Harinas y Aceites. Países productores, consumidores, importadores y exportadores. 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.
- Mercosur. Intercambio Comercial entre los miembros. Importancias del Bloque como exportador de commodities

Carlos Pouiller

Nacido en Buenos Aires, en enero de 1953.

Estudió en la Universidad de Buenos Aires, obteniendo el título de Ingeniero Agrónomo.

Especialista en Mercados Agropecuarios Técnico del Departamento de Producción Animal del INTA de Balcarce (1981 - 1985).

Gerencia de Estudios Económicos de la ex Junta Nacional de Granos, donde llegó a ser Jefe del Departamento de Cereales (1985 1991).

Ex representante argentino ante el Comité de Agricultura de la O.C.D.E. y ante la FAO.

Actualmente participa en la Dirección de Mercados Agroalimentarios del Ministerio de Agroindustria de la Nación, desempeñando la función de Coordinador de Cereales y Oleaginosos .

Libros escritos: "Comercialización de Granos".

AACREA 2006.

Amplia experiencia como conferencista en congresos y seminarios nacionales e internacionales .

Formación del precio

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

- 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. Comercio Internacional - logística, Surveyor, certificaciones.
- Formación del precio de los exportadores argentinos. Derechos de exportación. Registro de exportaciones.
- Formación de precio al consumo local (molinería, consumos, etc.). Distorsión de mercado. Situación actual del mercado argentino. Precio Disponible. 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.

Finanzas para el agro

Brinda conocimiento de sobre la planificación financieras de las empresas agropecuaria desde tasas hasta conocimiento de herramientas.

- 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.

Mercados de futuros y opciones

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

- Contratos de futuros. Mercado de Futuros y Mercado Disponible. Funciones de los Mercado de Futuros. Mercado de Futuros en el mundo. Estandarización de los contratos.
- Diferencias entre futuros y forwards. Cobertura vendedora y compradora con futuros.
- Opciones. Definiciones. Clasificación de las Opciones. Cobertura vendedora y compradora con opciones.
- Posiciones Sintéticos. Base. Spreads.

Nicolás Udaquiola

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.

Martin Nava

Licenciado 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 de CABA.

Gerente financiero de la empresa agropecuaria La Aurora S.A. Gerente general en la Mutual Gremial Pampeana. Asesor económico de Presidencia del Instituto Provincial de La Vivienda (La Pampa). Análisis, asistencia y redacción del informe financiero para AZ.

Mariana Pellegrini

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

Profesora de la cátedra de comercialización y del Modulo de Futuros y Opciones del Diplomado en Administración de Agronegocios de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad de Belgrano.

Profesora invitada en varias universidades.

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

Infraestructura y logística

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: Caracterización: tamaño, evolución, tendencia, situación financiera. ¿Cuáles son las variables clave de cada segmento? ¿Cómo operan? Variables de control.
- 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. Variables de Control.
- Exportadores e Industrias. Caracterización de la industria y la exportación: distribución geográfica. 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. ¿Cuánto mejoró el precio la hidrovía?
- Corredores. Rol y servicios que prestan. Costos. Canjes. Cámaras arbitrales. Entregadores

Technicals del mercado granario

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.
- Continuación de Tendencia: Definición. Triángulos. Banderas. Estandartes. Cuñas. Rectángulos.
- 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

Herramientas de mercado aplicado a la empresa

Herramienta que permiten captar mejores precios. Análisis de la estrategia comercial de las empresas agropecuarias.

- Herramientas combinadas que se utilizan para mejorar la estrategia comercial.
- Protocolo comercial de empresas.
- Análisis de la estrategia comercial de las empresas agropecuarias.
- Ejemplos prácticos.

Lorena D'angelo

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 agroindustria.

Fue coordinadora del negocio de futuros y del área de análisis de mercado en futurosypopciones.com.

Diego Pasi

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

Catalina Ferrari

Ingeniera Agrónoma. Coach Ontológica. Diploma en Gestión y Comercialización de Granos. Especialista en mercados y consultora de empresas agropecuarias.

Responsable del área de granos y research de AZ Group. Desarrollo de informes para empresas y medios gráficos. Dictado de cursos de Capacitación (Futuros y Opciones, Estrategia Comercial, etc). Técnica de los Grupos de Comercialización.

Gestión y estrategia comercial

Esta materia reúne todos los conocimientos adquiridos y permite elaborar la estrategia para las empresas y medir la gestión en el ámbito comercial.

- Funcionamiento de una empresa agropecuaria.
- 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: % alquilado, 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.

Control del proceso comercial

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

- 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

Gestión de Procesos Internos

En esta materia se busca tener una mirada de los procesos como generadora de valor agregado en la empresa, y ver su importancia para el funcionamiento eficiente de cada área.

- ¿Para qué trabajar en procesos en nuestras empresas?
- La mejora continua y el arte de celebrar el error.
- Definir y organizar los Indicadores claves de éxitos de nuestros negocios.
- Procesos una forma de generar valor en nuestras empresas.
- Terminativa - Hacer y Hacer - Hacer.

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 incorporar a las empresas.

Emiliano Piccolini

Licenciado en Economía y Administración Agropecuaria de la UBA.

Experiencia en el manejo comercial del sector agropecuario argentino mediante la conformación de carrera interna dentro de la empresa El Tejar.

Ha trabajado en la ejecución, análisis y revisión de procesos y sistemas en empresas agropecuarias. Técnico de grupos de comercialización y conferencias para AZ Group.

Juan Bartolome

Licenciado en Economía y Administración Agropecuaria de la UBA. Experiencia en el manejo comercial del sector agropecuario argentino mediante la conformación de carrera interna dentro de la empresa El Tejar.

Ha trabajado en la ejecución, análisis y revisión de procesos y sistemas en empresas agropecuarias.

Técnico de grupos de comercialización y conferencias para AZ Group.

Diego Curat

Lic. en Gestión de Agroempresas. Posgrado en Administración de la Pequeña y Mediana Empresa. Coach Ontológico y Organizacional.

Asesor externo de empresas Agropecuarias.

Gerente general de establecimiento agropecuario.

Socio fundador de AZ Group.

Sebastián Salvaro (AZ Group)

Lic. en Economía Agraria (UBA 2004)

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

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

Matías Amorosi

Ingeniero en Producción Agropecuaria. Fue técnico de AACREA en la Unidad de Investigación y Desarrollo. Especialista en Mercados Agropecuarios y asesor comercial de empresas agropecuarias. Coordinador de 7 grupos de comercialización en Argentina. Socio fundador de AZ Group. Gerente General de AZ Group.

Criterios empresarios para la toma de decisión

Esta materia reúne todos los conocimientos adquiridos, y mediante ejemplos orienta en las definiciones básicas que hacen a las decisiones en una empresa.

- Diferencias entre empresas y negocios.
- Criterios de competitividad.
- Criterios para definir una estrategia empresarial.
- Contexto para la toma de decisiones.
- Organización y áreas de una empresa.
- Empresa familiar como condicionante al decidir.
- La fórmula del cambio.

Ricardo Bindi

Ingeniero en Producción Agropecuaria de la UCA. Dr. en Administración de Negocios. Periodista en La Red Rural. Presidente de Agrositio. Profesor titular de la cátedra de Comercialización de granos y Agronegocios en la carrera Ingeniería Agronómica e Ingeniería en Alimentos de la UCA. Diploma en coaching. Ex presidente del CIPA.

Coordinador Académico: Ing. Prod. Agrop. Matías Amorosi - AZ Group

Directores Área de Agronegocios ESEADE: Ing. Agr. Hugo Delgado - Ing. Prod. Agrop. Gimena Delgado

Características del Programa Online

Horas cursadas totales: **69 hs.**

Modalidad: **un viernes y sábado cada 15/21 días**

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

Duración: **6 meses**

Unidad capacitadora: **SEPYME**

Informes:  programasejecutivos@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
A B R I L	Viernes 23	Administración agropecuaria I - <i>Juan Marcos Olivero Vila</i>	3
	Sábado 24	Negociación I - <i>Silvana Cerini</i>	3
M A Y O	Viernes 07	Administración agropecuaria II - <i>Juan Marcos Olivero Vila</i>	3
	Sábado 08	Negociación II - <i>Silvana Cerini</i>	3
	Viernes 21	Riesgo Agropecuario - <i>Santiago Tiscornia</i>	3
	Sábado 22	Tributos del campo - <i>Alejandro Larroude</i>	3
J U N I O	Viernes 04	Fundamentos de mercados- <i>Carlos Poullier</i>	3
	Sábado 05	Herramientas prácticas para el manejo de equipos - <i>Agustín Seisdedos</i>	3
	Viernes 18	Formación de precios I - <i>Nicolás Udaquiola</i>	3
	Sábado 19	Finanzas aplicadas al agro - <i>Alejandro Martín Nava</i>	3
J U L I O	Viernes 02	Fyo I - <i>Mariana Pellegrini</i>	3
	Sábado 03	Formación de precios II - <i>Nicolás Udaquiola</i>	3
	Viernes 16	Fyo II - <i>Mariana Pellegrini</i>	3
	Sábado 17	Infraestructura y Logística I - <i>Lorena D'angelo</i>	3
	Viernes 30	Technicals - <i>Diego Pasi</i>	3
	Sábado 31	Herramientas de mercado aplicado a la empresa - <i>Catalina Ferrari</i>	3
A G O S T O	Viernes 13	Gestión comercial I- <i>Emiliano Piccolini</i>	3
	Sábado 14	Control del proceso comercial - <i>Juan Bartolomé</i>	3
	Viernes 27	Gestión comercial II- <i>Emiliano Piccolini</i>	3
	Sábado 28	Gestión de procesos internos - <i>Diego Curat</i>	3
S E P T I E M B R E	Viernes 10	Ag tech: Tecnologías disponibles aplicadas al agro - <i>Sebastián Salvaro</i>	3
	Sábado 11	Casos reales de comercialización - <i>Matías Amorosi</i>	3
	Viernes 24	Seminario de Cierre - <i>Ricardo Bindi</i>	3

Materias sombreadas son compartidas en los cursos de Granos y Ganadería

69