

Diploma en Gestión y Comercialización de granos.

Globaltecnos

Globaltecnos desarrolló junto con el Movimiento CREA esta capacitación, aprovechando los aprendizajes de más de 15 años de trabajo con productores agropecuarios en la comercialización granaria. En su edición 2018, al igual que el año anterior, será dictado en conjunto con ESEADE.



En el mismo se reúnen los contenidos que a lo largo de estos años hemos destacado como necesarios para poder tener un buen desempeño en el área comercial de las empresas agropecuarias y, de esta forma, mejorar el resultado de las mismas.

Acompañan:



Características generales

- **Horas cursadas totales:** 108 hs.
- **Modalidad:** Un viernes y sábado cada 15/21 días
- **Horarios:** Viernes de 09 a 13 y 14 a 18 Horas. Almuerzo libre. Sábado de 8:30 a 13:00 horas
- **Inicio y final:** 18 de Mayo – 06 de Octubre
- **Duración:** 6 meses
- **Lugar:** Uriarte 2472 – Palermo – CABA
- **Unidad capacitadora SEPYME**
- **Consultas:** info@globaltecnicos.com.ar

*Son 14 materias, 1
jornada con referentes
y un seminario final.
108 horas pensando la
comercialización
agropecuaria*

¿Por qué le 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 que generalmente está descuidada dado que no es la que más le gusta a los productores.

¿Por qué le 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.

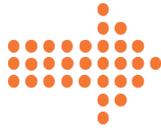
¿Por qué le sirve a un profesional recién recibido?

- 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.

Diploma en Gestión y Comercialización de granos.

Plan de estudios

Economía y Financiación



Es fundamental siempre, al analizar los mercados de granos, contar con conocimientos económicos básicos para determinar cómo esto influye en los precios. Además, el impacto directo que posee la relación de monedas con el valor de los granos.

Contenido

- Cuentas Nacionales: Concepto, medición y componentes de las cuentas nacionales del producto. Matriz insumo-producto. Demanda y oferta agregadas. Principales indicadores. Sector Público: Estructura impositiva. Gastos corrientes y gastos de capital. Coparticipación Federal de Impuestos. Presupuesto nacional. Deuda pública.
- Dinero y Crédito. Mercado Monetario. Base Monetaria. Agregados monetarios. Evolución de créditos y depósitos. Tasa de interés. Relación entre tasa de interés y crecimiento. Riesgo país. Inflación: ¿Cómo se mide?. Costos de la inflación. Inflación prevista e imprevista. Teorías de la inflación.
- Mercado laboral y variables socioeconómicas. Mercado de Trabajo. Cómo se mide. Indicadores de pobreza: NBI, Población por debajo de la línea de pobreza e indigencia.
- Sector Externo. Balanza de pagos. Balanza comercial: La cuenta capital y financiera. Mercado cambiario. Barreras al comercio. Procesos de Integración Comercial. Teoría de las Uniones Aduaneras. Ventajas y Desventajas de la Integración.
- Economía Internacional: Relación entre monedas y tasas de interés. Mercados financieros internacionales. Flujos de Capitales. Crecimientos relativos y su relación con los precios de las commodities.

Francisco Gismondi

Nació en Buenos Aires el 20 de noviembre de 1972
Estudió en la Universidad Católica Argentina. Es Licenciado en Economía y tiene un máster la misma área en la Universidad Torcuato Di Tella.
Se desempeñó en el Banco Central de la República Argentina desde 1996 – julio 2010.
Es docente de la Universidad Católica Argentina, Facultad de Ciencias Soc. y Económicas
Actualmente es Consultor privado en proyectos con MWH para Barrick Gold, AACREA y GMM Mercosur-UE.
Asesor en temas económicos del Senador Reutemann

Diploma en Gestión y Comercialización de granos.

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.

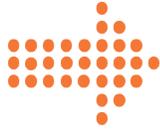
Contenido

- 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.
Ex - asesor CREA
Consultor Privado de Empresas
Autor y co-autor de libros, y de varios artículos sobre su especialidad

Mercado de futuros y opciones



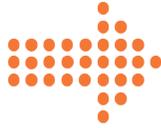
Para llevar adelante la estrategia comercial, hay que utilizar herramientas. Esta materia brinda el conocimiento necesario para utilizar dichas herramientas de manera eficiente, para cubrir el riesgo precio y aumentar la rentabilidad del negocio.

- 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.

Mariana Pellegrini

Nació en Buenos Aires el 4 de abril de 1975
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.

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.

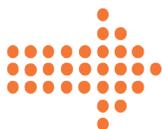
- Estructura del Mercado Internacional de Granos. Composición y Evolución. Importancia de producción de Granos a nivel Mundial. Comparaciones relativas con el Comercio. Proyecciones de Producción y Consumo.
- Características de la Oferta Mundial, principales actores. Los momentos de los distintos Mercados – 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

Diploma en Gestión y Comercialización de granos.

Gestión de personas



- La evolución de la gestión de personas en las empresas ganaderas y agrícolas.
- La dinámica actual y la necesidad de ocuparse.
- Profesionalización vs arte.
- Propuesta de valor para el empleado.

“Las organizaciones exitosas serán aquellas que hagan sentir a cada uno de sus miembros que crecen como personas y como profesionales en el logro del proyecto compartido.”

Nora Giacopazzi

Coach Ontológico y Profesional, realizó un Postítulo en Neurociencias para Coaches Ontológicos. Ha desarrollado su carrera para distintas gerencias, capacitando equipos de Argentina, Bolivia, Uruguay y Brasil de la empresa agropecuaria El Tejar S.A. Por “EL Tejar” en el Área de Desarrollo de Personas recibió el 1º Premio otorgado por Dow Agrosiencias a los Recursos Humanos en el Sector Agropecuario. Se dedica a la consultoría en Gestión de Personas, especializada en Gestión del Talento, Identificación de estilos ocupacionales DISC y estilos de pensamiento Herrmann, Formación Integral de personas y equipos, y Coaching Ejecutivo para empresas. Es parte del staff de formación del CEOP, Centro de Entrenamiento Ontológico Profesional liderado por el Lic. Alejandro Marchesán,

Los tributos del campo



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.
- Impuesto sobre los bienes personales y participaciones accionarias.

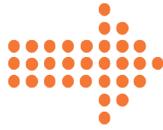
Brindar una visión integral y sistémica del sistema tributario argentino y sus aplicaciones e implicancias en los agronegocios.

Alejandro 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 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.

Diploma en Gestión y Comercialización de granos.

Formación del precio



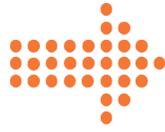
Es fundamental conocer como participan los actores de oferta y demanda en el mercado para comprender su incidencia en la conformación de los precios.

- Relación Oferta y 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. 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

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

Technicals del mercado granario.



- 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.

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.

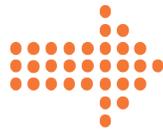
Pedro Marcelo Luis

Realizó una Maestría en Dirección de Empresas, Universidad Nacional de La Plata.
Especialista en Mercado de Capitales, Bolsa de Comercio de La Plata.
Licenciado en Administración, Universidad Nacional de La Plata.
Antecedentes Laborales:
Senior Relationship Manager - RJ Delta Asset Management – Raymond James Financial
Gerente de Mercados y Research - Banco Hipotecario S.A.
Administración de Carteras de Inversión - Banco Hipotecario S.A.
Consultoría, Análisis de Research, Mandatario y Operador - ABP Sociedad de Bolsa.
Experiencia Docente:
Profesor en el Post Grado en Mercado de Capitales – USAL, Universidad del Salvador.
Profesor en la Licenciatura en Administración de Empresas – UCA, Universidad Católica Argentina.

Raúl Antonio Malvestiti

Actuario, Orientación en Administración - Universidad de Buenos Aires.
Antecedentes Laborales:
Director en la División de Finanzas Analíticas y Cuantitativas - Deloitte S.A.
Consultor en Sistemas Financieros para Negociación y Tesorería - Lumina Americas S.A.
Research y Administración de Carteras de Inversión - Banco Hipotecario S.A.
Experiencia Docente:
Profesor adjunto de Análisis Técnico: cursos de extensión y posgrado en Universidad del Salvador, ABA (Asociación de Bancos de Argentina) y otras cámaras/agrupaciones.
Disertante sobre Gestión de Riesgos en seminarios, cursos de posgrado y agrupaciones bancarias, en aspectos metodológicos y regulatorios.

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.
- Principales puertos del país.

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 Globaltecnicos.
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

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 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 el
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
Autora de los Libros: Manual de Negociación, El Poder de la Negociación, Negociación Sin Vicios y Nuevos Contratos Comerciales

Herramientas legales-Contratos agropecuarios



Brinda conocimiento teórico y práctico de las estructuras societarias. Ventajas y desventajas de cada una.

- Estructura societaria: empresa unipersonal, sociedad de hecho, SRL, SA.
- La más eficiente para mi empresa desde lo jurídico e impositivo.
- Responsabilidades de los socios y administradores.
- Ventajas y desventajas prácticas.

Contratos Agropecuarios:

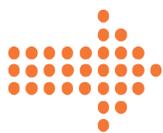
Principales contratos agro-industriales. Características legales. Prohibiciones. Cláusulas y buenas prácticas en la redacción de contratos agropecuarios. Arrendamiento, aparcerías, pastoreo y pastaje; capitalización de hacienda, etc.

Eugenia Luján Bustamante

Abogada, Universidad del Salvador. Magister en Derecho Empresario, Universidad Austral. Programa Ejecutivo en Gestión de Agro negocios, 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. Profesora coordinadora de grupos en la Maestría en Derecho Empresario, Universidad Austral. Profesora adjunta de Legislación Rural I y II en Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Católica

Diploma en Gestión y Comercialización de granos.

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.

Enriqueta Gil Belloni

Ingeniera Agrónoma.
Técnica Senior de Globaltecnos
Analista de mercados . Coach Ontológico y social.
Durante 9 años de desempeño en el área de Tecnología Comercial de ACCREA, colaborando en la coordinación del equipo.

Control del proceso comercial



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

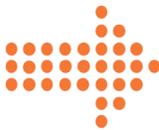
- Vinculación de las partes dentro del proceso comercial.
- Descripción del flujo de información entre el sector que controla liquidaciones y el encargado de la comercialización.
- Definición de los puntos claves a controlar.
- Controles cruzados y sistemas de alerta.
- "Contabilización" de los beneficios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

Gonzalo Paz

Ingeniero Industrial (UBA), Master en Dirección de empresas (IAE).
Asesor independientes en empresas familiares en administración y organización de procesos internos.
Fue Gerente de administración de El Tejar SA, con responsabilidad directa en Argentina y miembro del comite para Uruguay y Brasil.
Esta casado y es padre de 2 hijos.

Diploma en Gestión y Comercialización de granos.

Criterios empresarios para la toma de decisión



- 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 formula del cambio.

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

Teo Zorraquín

Ingeniero Agrónomo (UBA 1986) Posgrado en Agronegocios (Convenio UBA – AACREA 2001) Socio y director de Zorraquin, Meneses y Asociados, consultores en agronegocios, desarrollo de proyectos y reestructuración de empresas. Administrador de una empresa familiar agrícola ganadera en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires. Director del Grupo La Redención Sofro. Ex coordinador del área de Economía de AACREA (1995-2007).

Panel de invitados: empresas y referentes



Panel coordinado por Sebastián Gavalda

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

Sebastián Gavaldá

Es Ingeniero en Producción Agropecuaria, egresado Universidad Católica Argentina en el año 1997. Realizó el Posgrado en Agronegocios y Alimentos en la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires en el año 2000. Responsable técnico de los Grupos de Comercialización de AACREA desde el año 2001. Fue Coordinador del Proyecto Tecnología Comercial, Unidad de Investigación y Desarrollo de AACREA, hasta noviembre de 2011. Técnico Senior de Globaltecnicos SA Desarrolla consultoría privada de empresas agropecuarias en temas comerciales.

Cronograma de materias

2018	Fecha	Horario	Materia
MAYO	18-05-18	MAÑANA	ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA I
		TARDE	LOS TRIBUTOS DEL CAMPO
	19-05-18	MAÑANA	ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA I
JUNIO	01-06-18	MAÑANA	NEGOCIACIÓN I
		TARDE	ECONOMIA Y FINANZAS
	02-06-18	MAÑANA	GESTIÓN DE PERSONAS
	22-06-18	MAÑANA	NEGOCIACIÓN II
		TARDE	HERRAMIENTAS LEGALES
23-06-18	MAÑANA	FUNDAMENTALS MERCADO DE GRANOS I	
JULIO	13-07-18	MAÑANA	FUTUROS Y OPCIONES
		TARDE	FUNDAMENTALS DEL MERCADO DE GRANOS II
	14-07-18	MAÑANA	FORMACIÓN DE PRECIOS I
AGOSTO	03-08-18	MAÑANA	INFRAESTRUCTURA Y LOGISTICA I
		TARDE	FUTURO Y OPCIONES I
	04-08-18	MAÑANA	FORMACIÓN DE PRECIOS II
	24-08-18	MAÑANA	INFRAESTRUCTURA Y LOGISTICA I
		TARDE	TECHNICALS I
25-08-18	MAÑANA	GESTIÓN COMERCIAL I	
SEPTIEMBRE	07-09-18	MAÑANA	TECHNICALS II
		TARDE	GESTIÓN COMERCIAL II
	08-09-18	MAÑANA	CONTROL DEL PROCESO COMERCIAL
	21-09-18	MAÑANA	GESTIÓN COMERCIAL III
		TARDE	FUTURO Y OPCIONES II
22-09-18	MAÑANA	CONTROL DEL PROCESO COMERCIAL II	
OCTUBRE	05-10-18	MAÑANA	PANEL INVITADOS EMPRESAS Y REFERENTES
		TARDE	CRITERIOS EMPRESARIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES
	06-10-18	MAÑANA	SEMINARIO DE GRANOS Y GANADERÍA