

2026

## Gestión y Comercialización de Commodities



---

## Diploma en Gestión y Comercialización de Commodities

### 9ª Edición - *Modalidad A Distancia* -

AZ Group desarrolló esta capacitación aprovechando los aprendizajes de más de 15 años de trabajo con productores agropecuarios en la comercialización de commodities. Con la Facultad de Ciencias Agrarias de la UDE se desarrolló esta propuesta destinada a técnicos, comerciales y productores de empresas agropecuarias. Los contenidos son los necesarios para poder tener un buen desempeño en el área comercial de las empresas agropecuarias.

#### ¿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 un mejor desempeño en el mundo laboral, aprendiendo cuáles son los puntos críticos de la comercialización.

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

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

#### ¿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 y profesionaliza un área de las empresas que generalmente está descuidada.

**Principales Docentes:** Ing. Agr. Juan Marcos Olivero, Lic. Jeremías Battistoni, Ing. Agr. Carlos Poullier, Ing. Agr. Nicolás Udaquiola, Lic. Diego Ponti, Lic. Diego Pasi, Lic. Martina Sabini, Ing. Agr. Gonzalo Ducos.

**Inicio:** Mayo 2026

**Finalización:** Setiembre 2026

**Carga Horaria:** 70 horas

**Condiciones de Ingreso:** Título universitario

**Horario de clases:**

Jueves y Viernes de 17:00 a 21:00 horas.

## CONTENIDOS

### **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.

### **Fundamentos en el 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.

### **Fundamentos del Mercado Mundial y Local de Carnes**

Estructura del Mercado Internacional de Ganados y carnes. Características de la Oferta Mundial. Principales actores del mercado. Características de la Demanda Mundial, principales actores. Mercados de Referencia. Países Exportadores. Uruguay, posicionamiento internacional, competidores y mercado local.

### **Análisis Técnico del Mercado**

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.

### **Mercado de Futuro y Opciones**

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.

### **Formación de Precios Agrícolas y Ganaderos**

Relación Oferta y Demanda Local e Internacional de productos y derivados. Precios en los países competidores. Estacionalidad Local e Internacional. Relaciones comerciales entre países: OMC, Subsidios UE (PAC), EEUU, Arancel Mercosur. Normativa de comercio, barreras arancelarias y paraarancelarias.

### **Marketing Agropecuario.**

Estrategias de marketing. Gestión de datos. Estudio de mercado, comportamiento del consumidor, hábitos, lugares de consumo. Herramientas para aplicar en la empresa. Práctica: Elaboración de un estudio de mercado. Interpretación de resultados.

### **Recursos Humanos**

Formación de buenos equipos ganaderos. Liderazgo. Herramientas reales para la gestión de personas: selección de personal, definición de roles, evaluaciones al desempeño y plan de capacitación. Sueldos, incentivos y gratificaciones. Política de incentivos variables en la ganadería. Clima y cultura organizacional

### **Técnicas de Negociación**

La importancia de la interacción con individuos dentro de la empresa y con los actores del Mercado es un aspecto fundamental en los agronegocios en estos tiempos. La negociación como método alternativo de solución de diferencias.

### **Márgenes del Negocio Ganadero y Agrícola**

Técnicas para medir los resultados económicos de los negocios ganaderos y granarios. Modelización. Análisis de sensibilidad. Proyección de resultados. Tableros de control: datos relevantes para seguir la evolución del negocio.

### **Gestión, Control y Estrategia Comercial**

Proceso Comercial. Decisiones estratégicas, tácticas y operativas. Indicadores externos e internos. Actores externos e internos. Estructura Comercial de las Empresas. Análisis en función de los modelos de empresa. Esta materia reúne todos los conocimientos adquiridos y permite elaborar la estrategia para las empresas y medir la gestión en el ámbito comercial

### **Seminario de Cierre con Productores y Técnicos**

**Título:**

**Diploma de Posgrado en Gestión y Comercialización de Commodities**

### CALENDARIO DE CLASES

FECHA	MODULO
14-May 15-May	GESTION EMPRESARIAL
28-May 29-May	FUNDAMENTOS MERCADOS CARNICOS FUNDAMENTOS MERCADO GRANOS
11-Jun 12-Jun	FORMACIÓN PRECIOS GRANOS FORMACIÓN PRECIOS GANADEROS
25-Jun 26-Jun	FUTURO y OPCIONES
23-Jul 24-Jul	ANALISIS TECNICO HERRAMIENTAS DE NEGOCIACION
13-Ago 14-Ago	GESTION DEL NEGOCIO y PROCESO COMERCIAL
27-Ago 28-Ago	FUTURO Y OPCIONES MARGENES
4-Set	SEMINARIO