



Programa Empresarial en **Comercialización de Granos - 16° Edición**

.....

En un mercado global cada vez más interconectado y competitivo, la comercialización de granos se presenta como un sector clave para la economía mundial. El Programa en Gestión Empresarial en Comercialización de Granos está diseñado para formar líderes capaces de gestionar y optimizar las operaciones comerciales de este sector estratégico, enfrentando los desafíos de un entorno dinámico y maximizando las oportunidades de negocio.



Modalidad VIRTUAL
Sincrónico y asincrónico



**Del 7 de Mayo al
24 de Julio de 2026**
Jueves y viernes de 17.00 a 20.00 h

Destinado a:

- **Profesionales del sector agroindustrial** que buscan fortalecer sus habilidades en gestión empresarial y comercialización de granos, con un enfoque en optimización de procesos y maximización de oportunidades de mercado.
- **Emprendedores** que desean iniciar o expandir su propio negocio relacionado con la comercialización de granos, y que necesitan una formación estratégica para gestionar eficientemente todas las etapas del proceso comercial.
- **Gerentes y ejecutivos de empresas** dedicadas a la producción, distribución o exportación de granos, que buscan actualizarse sobre las últimas tendencias del mercado y mejorar sus habilidades en toma de decisiones estratégicas.
- **Estudiantes y recién graduados** en áreas como administración de empresas, comercio internacional, agronegocios y afines, que desean adquirir conocimientos especializados en el sector de comercialización de granos.
- **Consultores y analistas de mercados** interesados en expandir su experiencia y conocimientos en la gestión de mercados internacionales de granos, así como en la implementación de estrategias de precios y riesgos.



Cronograma

Días y horarios de cursada: Jueves y Viernes de 17 a 20 hs.

Duración: 3 meses - 7 de Mayo al 24 de Julio de 2026

El programa es 100 % online – sincrónico y asincrónico.

Total: 57 horas de cursada.



Fundamentación

En un mercado global cada vez más interconectado y competitivo, la comercialización de granos se presenta como un sector clave para la economía mundial. El Programa en Gestión Empresarial en Comercialización de Granos está diseñado para formar líderes capaces de gestionar y optimizar las operaciones comerciales de este sector estratégico, enfrentando los desafíos de un entorno dinámico y maximizando las oportunidades de negocio.

Este programa combina teoría y práctica, brindando a los estudiantes una comprensión profunda de los procesos de comercialización, desde la producción hasta la venta, pasando por la logística, el análisis de mercados y la gestión de riesgos. Los participantes aprenderán a gestionar cadenas de suministro complejas, identificar mercados internacionales, negociar contratos y aplicar herramientas de análisis para tomar decisiones informadas en un entorno empresarial cambiante.

¿Por qué elegir este programa?

- **Enfoque práctico y estratégico:** A través de casos reales y simulaciones de negocio, nuestros estudiantes desarrollarán habilidades clave para gestionar de manera eficiente la comercialización de granos, optimizando los márgenes de ganancia y mejorando la competitividad de la empresa.
- **Análisis de mercados internacionales:** Te proporcionaremos las herramientas necesarias para identificar y aprovechar oportunidades en los mercados internacionales, con una comprensión clara de las tendencias globales en la comercialización de granos.
- **Gestión de riesgos y precios:** Aprenderás a gestionar los riesgos inherentes a la fluctuación de los precios de los granos, implementando estrategias que aseguren la estabilidad y rentabilidad del negocio.
- **Sostenibilidad en la comercialización:** Incorporamos un enfoque sostenible en cada módulo, para que puedas comprender cómo adaptar tu estrategia a las exigencias ambientales y sociales actuales del mercado global.
- **Networking y conexiones:** El programa te ofrece la oportunidad de conectarte con profesionales de la industria, ampliando tu red de contactos y aumentando tus posibilidades de crecimiento en el sector.

¿Por qué lo mejor es participar de las clases en vivo?

- Podes consultar en vivo dudas que tengas sobre la temática abordada en esa clase.
- Los docentes aportan dinámicas de las que podes ser parte y obtener así un aprendizaje más integral.
- Más participantes conectados en vivo, más enriquecedores los debates y aportes que hay en el módulo.



Objetivos

Al finalizar el programa, serás capaz de:

- Gestionar con eficacia la comercialización de granos, desde la producción hasta la venta final.
- Desarrollar e implementar estrategias de negociación y comercialización en mercados locales e internacionales.
- Aplicar técnicas avanzadas de análisis de mercado y de gestión de riesgos para optimizar la rentabilidad.
- Incorporar prácticas sostenibles en la estrategia comercial de granos.
- Tomar decisiones estratégicas basadas en datos y análisis de tendencias globales.



Contenidos

GESTIÓN ECONÓMICA DE LA EMPRESA I Y II

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.

Docente: Juan Marcos Olivero Vila (Consultor-AACREA)

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.

► 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.

CONTENIDO:

- 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.

Docente: Silvana Cerini (C.E.O Silvana Cerini – Negociación)

Abogada, egresada de la Universidad de Buenos Aires. Titular de la Consultora Silvana Cerini. 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.

FORMACIÓN DE PRECIOS

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

CONTENIDO:

- 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

Docente: 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. Participó 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.

FUNDAMENTOS DE MERCADO

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.

CONTENIDO:

- 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 con 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.

Docentes: Bruno Todone y Javier Roca

Ambos son Licenciados en Gestión y Producción Agropecuaria (UADE). Analistas del Mercado de Granos del equipo de AZ Group. Asesoran empresas para eficientizar la estrategia comercial de sus cultivos en Argentina, Uruguay y Chile. A cargo de grupos empresariales de empresas agrícolas.

FUTUROS Y OPCIONES I Y II

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.

CONTENIDO:

- 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.

Docente: 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.

MERCADO DE INSUMOS

Conocer y aprender a comprender las condiciones de mercados de los principales insumos para poder, en entornos volátiles, tomar decisiones mediante las relaciones de precios.

CONTENIDO:

- Actualización comercial de insumos internacional.
- Actualización comercial de insumos local.
- Relaciones de precio.
- Relaciones insumo/producto.

Docente: Jeremías Battistoni

Licenciado en Administración Agraria. Analista de mercados. Forma parte del equipo de investigación y desarrollo de AZ Group. Redacción de informe de insumos. Seguimiento y asesoramiento técnico y comercial en empresas particulares.

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.

CONTENIDO:

- ¿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.

Docente: Diego Curat

Licenciado 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.

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.

CONTENIDO:

- 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.

Docente: Lorena D'Angelo

Contadora Pública, con un Master en Finanzas en la Universidad del CEMA. Actualmente se destaca como Consultor de mercado de granos y consultora comercial de AZ Group. También el comité del Directorio de Productos y Mercados Agropecuarios de MatbaRofex. 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 futurosyopciones.com

HERRAMIENTAS DE MERCADO APLICADAS A LA EMPRESA

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

CONTENIDOS:

- 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.

Docente: Nicolás Udaquiola

Ingeniero Agrónomo. Especialista en Mercados Agropecuarios y asesor comercial de empresas agropecuarias. Fue técnico de AACREA en la Unidad de Investigación y Desarrollo. Fue Co-Asesor de la región sudeste de CREA. Coordinador de grupos empresariales entre Argentina y Uruguay. Socio fundador de AZ Group.

GESTIÓN COMERCIAL I Y II

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

CONTENIDO:

- 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.

Docente: Emílano Piccolini

Licenciado en Economía y Administración Agropecuaria (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.

► 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.

CONTENIDO:

- 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.
- 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.

Docente: Marcelo Luis

Licenciado en Administración de Empresas. Especialización de Mercado de Capitales (MBA). Es Senior Relationship Manager & Markets Technical Analysis Specialist en Delta Asset Management S.A

► CONTROL DEL PROCESO COMERCIAL

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

CONTENIDO:

- 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.

Docente: Juan Martín Bartolomé

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.

Panel de Empresarios del Agro

Este espacio invita a abordar distintas experiencias de empresas dedicadas a la producción y comercialización de granos, conocer sus modelos de negocio, sus desafíos e inconvenientes en el desarrollo de una organización. Permite intercambiar sobre los distintos escenarios en las que las organizaciones se desempeñan.

Matías Amorosi - Moderador a Cargo

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 grupos empresariales en Argentina. Socio fundador de AZ Group.

Práctica Gestión Integral de la Empresa Agropecuaria

Integración de todos los contenidos del programa mediante el análisis de casos reales.
Simulación de decisiones productivas y económicas y detección de errores frecuentes en la gestión.

CONTENIDO: “Análisis de casos reales de empresas agropecuarias” “Simulación de decisiones productivas y económicas” “Errores frecuentes en la gestión agropecuaria”

Sofía Gayo - Coordinadora

Ingeniera Agrónoma egresada de la Universidad de Buenos Aires (UBA) quien se desempeña como Líder del Área de Granos en AZ Group coordinando un equipo de analistas y profesionales especializados en la planificación comercial, análisis de mercados y 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.

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 grupos empresariales en Argentina. Socio fundador de AZ Group. Desarrollo de estrategias de gestión de riesgo de precios para empresas del sector agroindustrial. Durante 11 años se desempeñó en la Bolsa de Cereales de Bs.As, donde ocupó el cargo de Coordinadora del Departamento de Investigación. Allí fue Líder del Relevamiento de Tecnología Agrícola Aplicada (ReTAA), impulsando la generación de información y el análisis del uso de tecnologías (insumos y manejo técnico) en la producción de los principales cultivos extensivos de Argentina. Además, participó en la elaboración de reportes sobre el mercado de insumos, y en el relevamiento y análisis de datos sobre área y producción agrícola a nivel nacional.

Seminario con Invitados destacados

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

Ricardo Bindi (Agrositio) - Moderador a Cargo

Doctor en Administración y MBA en ESEADE; Máster en Marketing (Escuela de Negocios de la UB), Posgrado en E-Business Management (Univ. del Salvador-Georgetown). Graduado Dirección de Empresas (PIDE-IAE-Univ. Austral). Ingeniero en Producción Agropecuaria y Licenciado en Ciencias Agrarias (Fac. de Ciencias Agrarias - UCA). Profesor de agronegocios y marketing en UCA, ESEADE, San Andrés, Ucema, SMC y otras. EX Columnista en La Red Rural “Los profesionales del agro” de Radio La Red AM910. Es presidente de Agrositio S.A. Fue Miembro del Consejo de Dirección de la Universidad ESEADE.



Certificación

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





Ing. Prod. Agrop. Matías Amorosi - AZ Group - Coordinador académico

Ingeniero en Producción Agropecuaria - UCA Socio fundador y Gerente General de AZ Group. Ingeniero en Producción Agropecuaria. Asesor de Empresas Agropecuarias. Coordinador de 7 grupos de comercialización en Argentina.

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

Hugo O. Delgado - Director Área Agronegocios UMSA

Ingeniero agrónomo (FAUBA). Posgrado en “Programa avanzado en Negocios Agropecuarios” UCA. Ex Director del Área de Agronegocios de ESEADE. EX Co-conductor del 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.). Ex miembro CREA de Intendente Alvear (L.P)

Gimena Delgado - Directora Área Agronegocios UMSA

Ingeniera en Producción Agropecuaria – UCA. Diplomatura en Gestión y Comercialización de Granos (ESEADE). Profesional con amplia experiencia adquirida en la gestión, logística y planificación de las empresas agropecuarias. Ex Directora del Área de Agronegocios de ESEADE. Ex responsable de la Administración- Gestión General de la empresa y Responsable Área Comercial de Granos en Producciones Agrícolas Asociadas S.A. (PROAA). Ex Responsable de la Administración General en GRUPO PROAA - Logística y Servicios Agropecuarios Integrales SRL. (LYSAI). Ex Asistente Comercial en Ishihara Argentina S.A.- PROA. Market Research – Análisis cuantitativo-cualitativo –Pampas Group SRL. Fue Ayudante de la Cátedra de Botánica para las carreras de IPA y TUPA de la Facultad de Ciencias Agrarias - UCA



Calendario

Fechas	Programa Empresarial en Comercialización de Granos	Horas
Mayo		
Jueves 7	Negociación I: <i>Silvana Cerini</i>	3
Viernes 8	Negociacion II: <i>Silvana Cerini</i>	3
Jueves 14	Fundamentos de Mercado: <i>Javier Roca y Bruno Todone</i>	3
Viernes 15	Formación de Precios: <i>Carlos Pouiller</i>	3
Jueves 21	Gestión Económica de la Empresa I: <i>Juan Marcos Olivero Vila</i>	3
Viernes 22	Gestión Económica de la Empresa II: <i>Juan Marcos Olivero Vila</i>	3
Jueves 28	Mercado de Insumos: <i>Jeremias Battistoni</i>	3
Viernes 29	Control del Proceso Comercial: <i>Juan Martín Bartolomé</i>	3
Junio		
Jueves 4	Futuros y Opciones I: <i>Mariana Pellegrini</i>	3
Viernes 5	Infraestructura y Logística: <i>Lorena D'Angelo</i>	3
Jueves 11	Gestión de Procesos Internos: <i>Diego Curat</i>	3
Viernes 12	Futuros y Opciones II: <i>Mariana Pellegrini</i>	3
Jueves 25	Gestión Comercial I: <i>Emiliano Piccolini</i>	3
Viernes 26	Technicals del Mercado Granario: <i>Marcelo Luis</i>	3
Julio		
Jueves 2	Herramientas de Mercado aplicadas a la empresa: <i>Nicolas Udaquiola</i>	3
Viernes 3	Gestion Comercial II: <i>Emiliano Piccolini</i>	3
Jueves 16	Panel de Empresarios: <i>Matias Amorosi</i>	3
Viernes 17	Practica Integral en Gestión de la Empresa Agrop.: <i>Sofia Gayo (coordina)</i>	3
Viernes 24	Seminario de Cierre: <i>Ricardo Bindi</i>	3