

INFO FUTURO

MARKETING

a campo

SERVICIOS PROFESIONALES

DEFINICIÓN DE

DATOS

Los datos son números, letras o símbolos que describen objetos, condiciones o situaciones. Son el conjunto básico de hechos referentes a una persona, cosa o transacción de interés para distintos objetivos, entre los cuales se encuentra la toma de decisiones

Un dato es la representación de una variable que puede ser cuantitativa o cualitativa, indican un valor que se le asigna a las cosas. Los datos son información. Los datos describen en su conjunto, nos hablan de hechos empíricos.

INFORMACIÓN

La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.

CONOCIMIENTO

Hechos o información adquiridos por una persona a través de la experiencia o la educación, la comprensión teórica o práctica de un asunto referente a la realidad.

INFORMAR Y COMUNICAR

Estas dos palabras parecen sinónimos, pero existe una pequeña diferencia entre ambas acciones. Informar, por una parte, significa hacer que alguien se entere de una cosa que desconoce. Comunicar, por otra parte, es hacer saber una cosa a una persona.

**ACTUALMENTE
HAY DISPONIBLE**

INFINIDAD DE DATOS...

MUCHA INFORMACIÓN

**Y NO DEMASIADOS
CONOCIMIENTOS**

NUESTRO OBJETIVO

**REFLEXIONAR JUNTOS SOBRE EL FUTURO,
PERSONAL, DE NUESTRAS
ORGANIZACIONES Y/O NUESTRAS
COOPERATIVAS Y EMPRESAS FAMILIARES.**

¿CÓMO?

**A TRAVÉS DE REFLEXIONES
DIRIGIDAS A FUNCIONARIOS,
CONSEJEROS / SOCIOS DE
LAS COOPERATIVAS Y/O
PRODUCTORES EN GENERAL.**





Mis nietas y Firpo, que por ahora saluda canta y baila. Pero es muy probable que gracias a la Inteligencia Artificial en 2045, piense y actúe como ellas

HÉCTOR LUIS CATTENA

INGENIERO AGRÓNOMO

ACTIVIDADES LABORALES

2003/2020: Presidente de MARKETING A CAMPO S.A. Empresa dedicada a brindar Servicios Profesionales a empresas del Sector Agropecuario (Desarrollo de nuevos productos, Marketing, Comunicación, E-Commerce, Producción).

2002/2003: Gerente de BioScience en Bayer S.A. (Argentina).

1994/2002: Director de Hoechst Schering Agrevo S. A. en Argentina.

1996/1999: Miembro del Comité Internacional de AgrEvo S.A. con sede en Alemania.

1989/1993: Gerente de Marketing en Hoechst Argentina S.A.

1983/1988: Jefe de Desarrollo Técnico en Hoechst Argentina S.A.

1976/1982: Técnico en Ecología y Protección de Cultivos (INTA San Pedro).

1974/1976: Becario en Protección de Cultivos (INTA Rafaela).

RECONOCIMIENTOS

2002: El Diario La Nación distingue con la mención en el Rincón Gaucho, (Suplemento Agropecuario) por la aparición del Libro: “Dale una Vuelta Escobar”, por rescatar las vivencias de la Patria chica.

2000: Premio GAUCHITO, el Diario La Opinión de Rafaela, otorga El Gauchito a Héctor Cattena, por la defensa de los valores del Hombre De Campo.

1999: Emprendedor Agropecuario, el Banco Francés otorga la Distinción por el Proyecto Fertilizante LABRADOR.

1999: Hombre de Marketing, en una investigación realizada por ABRA (Servicios de Marketing Agropecuario).

1997: Entrepreneur 98, la Editorial Mañana Profesional ha nominado a Héctor Cattena entre los 30 Entrepreneur 98, distinción por la excelencia en el desarrollo de la actividad profesional.

1998: Número UNO del Sector, surgeAgrEvo, por sus atributos técnicos y comerciales, en una encuesta realizada por Mora y Araujo entre 248 distribuidores de todo el país.

1995/1998: Premios FAMA (Foro Argentino de Marketing Agropecuario) durante tres años consecutivos el concepto de Comunicación de la empresa, fue premiado con Medalla de Oro.

1995: Premio Mercurio. La Asociación Argentina de Marketing otorga Medalla de Plata a la empresa AgrEvopor el Mejor posicionamiento de un herbicida en el mercado.

15 AÑOS VIVIENDO COOPERATIVISMO

- Cooperativa Unión de Justiniano Posse (Córdoba)
- Cooperativa General Paz de Marcos Juárez (Córdoba)
- Cooperativa Sociedad Agropecuaria de Correa (Santa Fe)
- Cooperativa Santa Rosa Semillas (Santa fe)
- Cooperativa Camil de Bernardo de Irigoyen (Santa Fe)
- Cooperativa Uncoga (Sodecar S.A) Rafaela (Santa fe)
- Cooperativa Guillermo Lehmann de Pilar (Santa Fe)
- Cooperativa Agrícola de López (Santa Fe)
- Colaboraciones con ACA y AFA

IMPORTANTE

Todo lo expresado en cv es solamente una referencia. Los conocimientos para ejercer esas responsabilidades fueron cambiando, no son los mismos que necesitamos para evolucionar en la actualidad.

El pasado es una referencia y el futuro es donde vamos a vivir y trabajar el resto de nuestros días, por lo tanto, HACIA ALLÁ VAMOS.

Sabemos que las actividades diarias, dejan poco tiempo para la lectura, el estudio y el análisis de nuestras actividades.

Sabemos que la oferta de datos e información es cuantiosa y muchas veces cuesta discernir para la toma de decisiones.

Nuestro aporte es ofrecerte reflexiones para escapar de la trampa de que tenemos todas las respuestas y colaborar en hacernos algunas preguntas.

Cuando queremos meternos en el futuro, más que las respuestas, son importantes las preguntas.

Proponemos reflexiones periódicas que ayuden a detectar las preguntas que deberíamos hacernos.

1) Reflexiones para funciones y directivos

2) Reflexiones para responsables de empresas agropecuarias

Por ejemplo, esta fue la primera reflexión del año

Bienvenido 2020

¿QUÉ VOY A HACER ESTE AÑO?

Hay una frase de Peter Drucker que es perfecta para este momento del año, en el que los balances y los planes parecen estar indicados por el calendario.

¿Qué voy a hacer este año?, se pregunta uno, nos preguntan otros

Dice Drucker:

Las personas sobreestiman en gran medida lo que pueden hacer en un año, pero subestiman enormemente lo que pueden hacer en cinco años.

En primer lugar, está señalada la costumbre que tenemos de plantearnos para un año objetivos imposibles (en el 2020 aprendo inglés, escribo la novela, aprendo a tocar el piano y tengo tres hijos). Hay procesos que toman más de un año y al creer que pueden cumplirse en menos tiempo, estamos desde el principio condenándolos al fracaso.

Más interesante es el paso siguiente:

Si consideráramos para nuestros planes el período de cinco años, si dejáramos de tener al año como unidad de medida podríamos, sí, plantearnos otro tipo de logros.

En 5 años es perfectamente posible aprender a tocar bien un instrumento o dominar un idioma, y también desarrollarse como escritor y concretar unas cuantas obras (menores y mayores) o bien hacer una carrera universitaria o iniciar y consolidar un emprendimiento.

Lo mejor de todo, el factor práctico en todo esto:

Si pensamos en el plazo de 5 años se ponen a nuestro alcance logros que de otra forma sentimos inalcanzables.

La falta del uso del concepto de mediano plazo hace que ni lleguemos a plantearnos determinados objetivos, para nuestra experiencia, chocando contra la dificultad de querer volver reales los logros en un planteo sin tiempo.

¿Qué es lo que se necesita para concretar muchas de nuestras aspiraciones? Tiempo y dedicación.

La frase de Drucker indica que el tiempo es la llave que hace posible la dedicación. ¡Hace casi un año que estudio y todavía no sé inglés! No, porque lleva más tiempo. Parecemos dominados por una visión infantil según la cual la mera enunciación de un deseo u objetivo debería ir seguida de su concreción.

Pues no: cada cosa que quieras tendrás que armarla, que lograrla, tejerla con un tiempo orgánico que no es el de la instantánea formulación de un deseo. Pedir un deseo, decirle a alguien que ojalá se le cumplan sus deseos, parece ocultar que los deseos no se cumplen solos. ¿Luchar? Bueno, sí, siempre algo de lucha hay, pero ¿cuál es el verbo que falta? Trabajar.

Pero no hay que dejar de lado al momento de concebir la acción que concreta el deseo que una excitación nos conduce.

Los buenos objetivos no se eligen, se sienten determinados en el cuerpo y se perciben en la excitación y el entusiasmo que despiertan.

De allí proviene la fuerza que permite concretarlos. Tal vez la palabra faltante sea entonces compromiso: tenés que comprometerte, para esa concreción, con el deseo y el entusiasmo implícito en ese proyecto. El período “en los próximos 5 años” relaja la tensión de tender a un logro inmediato (cosa irreal). Lo otro que hay que hacer es usar esos 5 años con una acción que no se abandone. Y ahí sí, esfuerzo y trabajo.

ADELANTE 2020.

**Fuente: Alejandro Rozintchner (Peter Drucker)
Adaptación: Héctor Cattena, 18/12/2019**

Enviar

A



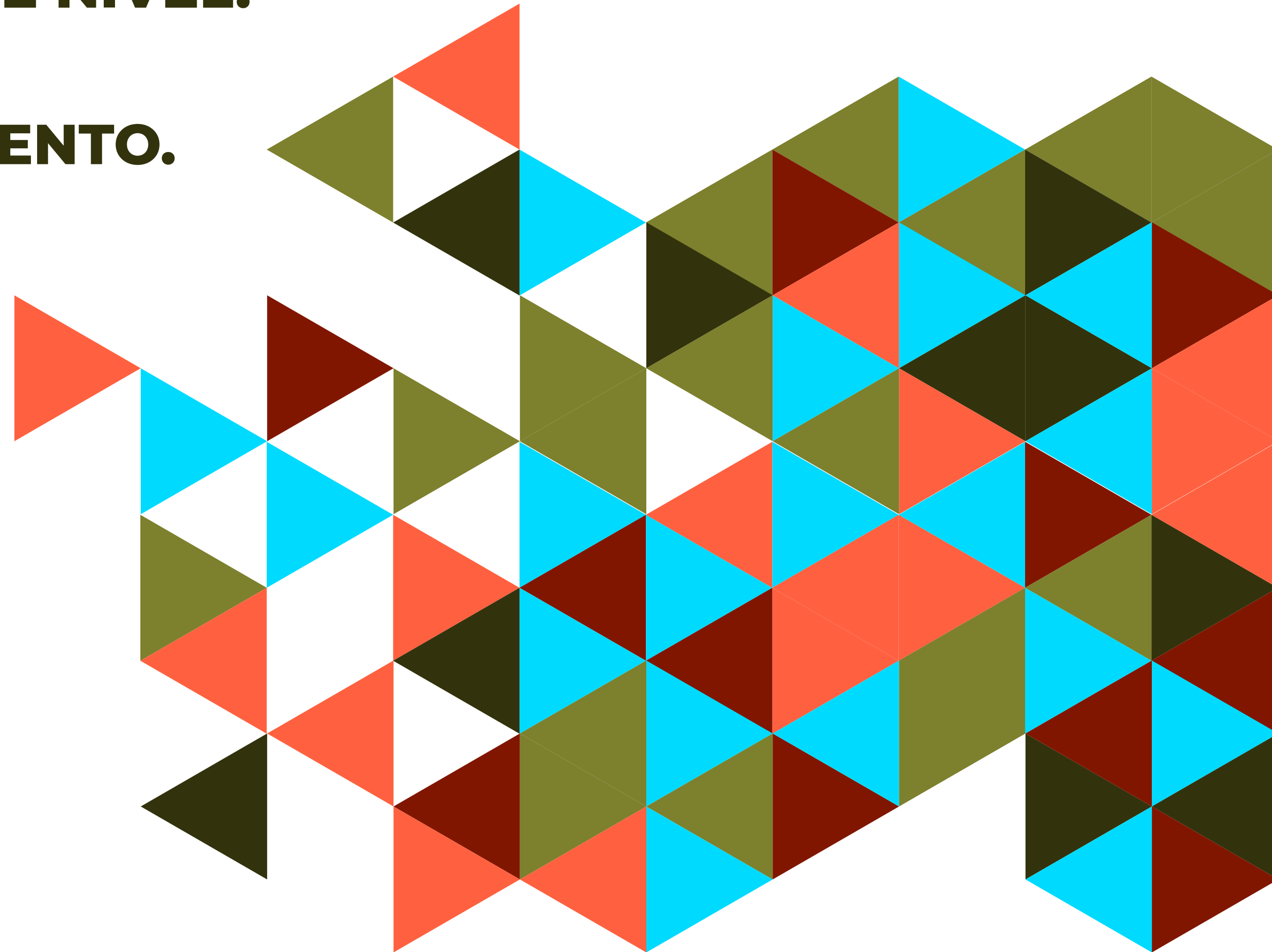
**No se trata de superar a los demás
LA CLAVE ES SUPERARSE A UNO MISMO.**

**Rodeate de amigos
QUE SIEMPRE TE HAGAN SUBIR DE NIVEL.**

**No levantes la voz
MEJOR PERFECCIONA TU ARGUMENTO.**

**Leer aumenta tu capacidad
DE IMAGINAR SOLUCIONES.**

**El primer paso
hacia el éxito
ES SALIR
DE LA ZONA DE CONFORT.**



¡GRACIAS POR LEER!

MARKETING

a campo

SERVICIOS PROFESIONALES

infofuturo@marketingacampo.com.ar

