



Programa Latinoamericano de Especialización en Marketing, Management y Dirección de Ventas para Proveedores y Profesionales del Sector Agropecuario.

VERSIONES A DISTANCIA O SEMI PRESENCIAL

SEDES PARA LA VERSION SEMIPRESENCIAL
(a elección del participante):

ARGENTINA (Buenos Aires, Rosario, Tandil, Tucumán, Mendoza)
URUGUAY (Montevideo)
MEXICO (Distrito Federal, Monterrey, Culiacán)
BOLIVIA (Sta Cruz de la Sierra)
CHILE (Santiago)
PARAGUAY (Asunción, Santa Rita, CDE)
ECUADOR (Quito, Guayaquil)

IMPORTANTE:
Programa de Crédito Fiscal para capacitación:
En casi todos los países puede solicitarse la devolución total del costo de este programa.

Marzo Precampaña 2015

Becas por hasta el 50 % del valor de los cursos.

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO
Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra
www.foroagro.com.ar

Este Programa de Especialización es distinto a todo lo que Ud. conoce, ya que incluye:

-el mejor material de estudio: 100 % específico y práctico, desarrollado para el sector proveedor agropecuario y probado con excelentes resultados en centenares de empresas de toda Latinoamérica.

-las más completas herramientas para aplicar en el día a día: planillas, formularios, etc., que le permitirán poner en práctica en su vida profesional/comercial/laboral todos los conceptos aprendidos en el programa de capacitación.

-un poderoso y amigable campus de capacitación virtual: en el que se encuentran todos los materiales de estudio, evaluaciones y prácticas. Disponible para el acceso de los alumnos las 24 horas de los 365 días del año, desde el lugar del mundo en el que se encuentre.

-exitosos empresarios cuentan sus casos desde toda Latinoamérica y España: el curso cuenta con el aporte de especialistas y empresarios exitosos del sector proveedor agropecuario de todo el mundo hispanoparlante, quienes comparten sus experiencias con los alumnos, a través de videoconferencias interactivas.

-interacción con profesionales y empresas de todo el mundo: este curso reúne participantes de toda Latinoamérica, España y otros países. Esta particularidad del Programa de Especialización es una gran oportunidad laboral y comercial para los alumnos.

-el Programa incluye también la licencia de un software especialmente desarrollado para la gestión comercial y de marketing para empresas proveedoras del agro, (por seis meses), que permite al alumno gestionar y optimizar el día a día de su empresa en condiciones reales.

Porqué creamos este Programa Latinoamericano de Especialización:

Los productores agropecuarios latinoamericanos, se abastecen anualmente de productos, insumos, maquinarias y servicios por varios miles de millones de dólares.

La cadena proveedora, a nivel distribución, está conformada, en su mayoría, por profesionales de las ciencias agropecuarias, que no cuentan con capacitación formal en lo que hace al manejo del negocio, ni al planeamiento estratégico del marketing y las ventas.

Por otra parte, las empresas fabricantes y proveedoras, también se abastecen para sus cuadros de marketing y ventas, de profesionales de las ciencias agropecuarias, con similares carencias.

La falta de formación en áreas claves de su gestión, los hace sentirse inseguros y vulnerables, según hemos podido observarlo durante los últimos veinte años, en más de cinco mil personas capacitadas de ambos grupos.

Para resolver de manera integral y concreta estas carencias, presentamos un Programa de especialización anual, completo y específico para el sector agropecuario, que permite ejecutar profesionalmente las gestiones de Marketing, Management, Comunicación y Comercialización a quienes ejercen el comercio de bienes y servicios agropecuarios, propietarios, gerentes o ejecutivos que en general cuentan con formación productivista, y no de negocios.

El Programa cuenta con contenidos y especialistas de staff e invitados, que concentran en sus contenidos y curriculums, respectivamente, la mayor base de conocimientos y experiencia del cono sur.

Las características y docentes hacen de este programa el primero y único realmente específico para el sector. Y ha dejado satisfechos (8,50 puntos sobre 10 en promedio) a más de 500 profesionales de seis países, que lo han realizado desde 2008, de manera total o modular, desde Argentina, Uruguay, Chile, Paraguay, México y Ecuador.

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO

Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra

www.foroagro.com.ar

Antecedentes del programa

En 2015 se realizará la 9na cursada del Programa en Argentina, la 4ta en Uruguay, y la 3ra en Paraguay. Y comienzan las sedes de México, Ecuador y Chile, países en donde ya realizamos cursos y workshops.

A la fecha, participaron del programa y de otros cursos mas de 500 alumnos, de las siguientes empresas:

De Argentina:

DowAgro, Monsanto, Dekalb, Syngenta, Gleba, La Tijereta, ASP, Merial, Morgan, Bunge, Cargill, Bayer Cropscience, Basf, Sancor Seguros, Advanta, Bioceres, Fedea, Coop. Agrícola y Ganadera de Sunchales, Producers, Sursem, Rizobacter, Don Mario, Criadero El Cencerro, Satus Ager, Agrospray, Coop Gral Paz, Biolab, Stoller, Suterra, Acay Agro, Campoamor SA, Rindes & Cultivos, Rexalia, Lab. Agroinvest, Alea & Cia, Lab. Brouwer, Bayer veterinaria, SPS, Conci, Agro San José, Banco Santander, Red Surcos, CKC, Campo Empresa SA, Nitrap, Todo para el campo, Formulagro, Quimeco, ILSA, Agrolider, Nitrap, UAP, Agroservicios San Lorenzo, Agrometal, Mainero, Valtra, AGCO, Siner, Philagro, Chiesagro, Vet. Marzullo, Vet. Sancti Spiritu, Granado prod. veterinarios, Lab. Over, Fumisem, Martínez & Staneck, Ceres Tolvas, Casillas La Criolla, Vet. El Rodeo, Semillero Ra-sú, Agrosoluciones, Speedagro, TimacAgro, Rotam, Agroinsumos Dionisi, Compañía Argentina de Granos SA, Royjo SA, Agropecuaria San Justo SRL, Langelotti, Integral Insumos, y distribuidores de Monsanto, Dekalb, Basf, Petrobras, John Deere, Atanor, Nidera, Pioneer, Biogénesis, Bayer, Cargill fertilizantes, Crucianelli, Merial, Pfizer, entre otros.

De Uruguay:

Nidera Uruguay, Kalinsur, Agrotterra, Gentos, Agrosan, Wrightson Pas, Soforuta, IPB Seeds, INASE, Urupov, Maisor, Aditivos SA, Biotech, Solaris, Procampo, Doralber, Nutrapet, Barraca Erro, Sancor Seguros, Dapama, Nutrea, CAMAGRO, URUPOV, CUS, Prolesa, Siembra SRL, Quique Fellner, Fertisol, Servag, Calmer, Ferti+, Chelir, Viendal SA, Tanzi, Interagrovial, Sementium, Agromas, CUM, El Sauzal, Nutral, ALUR, Balz Bioenergetic S.A., Fertiprado, Duplex, Melazzi, Agrosilo, etc.

De Paraguay:

Bayer, Cargill, Dekalpar, Cooperativa Colonias Unidas, DVA, Agrolink, APROSEM, Vicoza, Agrosilos, Basf, Agrop. Santa Bárbara, Market, Agrofield, SAGSA, SemAgro, Sempar, Copatia, Tractorepuestos, Agroquímicos del Paraguay, TimacAgro.

De Chile:

Agroenzimas. Quimetal, BTS, ASP, Portal Frutihortícola, Martínez & Valdivieso, Copeval, Cooprisem.

De México:

PISA, Dow Agrosciences, Chemtura, Harrys Moran, Velsimex, Agrolita, Industrias Químicas del Cobre, Bayer Cropscience, Terramac, Sedarh, Procows, Agromich, Producterra, Química Amvac, Innovac. Quimix, Atesa de Sinaloa, Arysta Lifescience, Mark al Chemical, Agrosan, Expopet, Integral

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO

Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra

www.foroagro.com.ar

Agropecuaria, Sifatec, Ferrox, Agroindustrias del Norte, Agristar, Tracsa SA, Agroplásticos, AgroHersa, Seipasa, Laboratorios Sanfer, Winfield, Agrotécnica, Agroplásticos, etc.

De Ecuador:

Agripack, Sumitomo, Agrofarm, Naturquim, Agraquest, Danec, y Dupocsa

De Bolivia:

Agriterra,

El nivel de satisfacción promedio de los alumnos, a través del seguimiento que se hace vía encuestas anónimas, clase a clase, es de 8,5 sobre 10.

Y el 100 % de quienes ya finalizaron el programa, contestaron afirmativamente a la pregunta sobre si harían otra capacitación con nosotros.

Objetivos del Programa:

1. Dar conocimientos teóricos y sobre todo prácticos de Marketing, Management y Ventas a propietarios, gerentes y personal, de empresas fabricantes e importadoras y a los representantes y distribuidores, para lograr un eficiente y completo desarrollo diario de sus funciones.
2. Generar junto al cursante un plan estratégico y operativo de negocios específico para su actividad, y las herramientas diarias de gestión para llevarlo a cabo en el día a día.
3. Plantear el camino más simple y contundente para obtener mejores ingresos económicos y mayores rentas en el ejercicio de profesiones asociadas al sector agropecuario
4. Llevar adelante un análisis de pasado, presente y futuro de las firmas en las que desarrollan sus actividades los cursantes, análisis que les permitirá cumplir exitosamente el próximo objetivo.
5. Eficientizar la relación fabricante/proveedor con el canal distribuidor y el cliente final.

Destinado a:

1. propietarios, directores, gerentes, jefes de venta, vendedores y jóvenes profesionales de grandes, medianas y pequeñas empresas fabricantes y elaboradoras de bienes para el agro: agroquímicas, semilleros, laboratorios veterinarios, fabricantes de maquinarias, implementos y tractores, etc.
2. propietarios, gerentes y vendedores de distribuidoras, agronomías, concesionarias, veterinarias, acopios, ramos generales y agroservicios en general
3. profesionales de carreras relacionadas con el agro, veterinarios, ing. agrónomos y zootecnistas, etc., o que ejercen sus profesiones en relación al sector.
4. estudiantes universitarios avanzados que planeen ejercer sus profesiones en el subsistema agroindustrial.
5. Productores y empresarios del sector agropecuario
6. Empresarios y profesionales de otros sectores, que quieran comenzar a hacer negocios en el sector agropecuario.

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO

Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra

www.foroagro.com.ar

Formatos y Duración:

El programa tiene dos formatos, y el alumno elige el que le resulte mas cómodo:

A- 100 % virtual:

En este caso, el cursante, tiene acceso las 24 horas de los 365 días del año al Campus Virtual que incluye doce unidades temáticas con la información mas completa, específica y práctica para asegurar, no solo la comprensión de los temas, sino además la aplicación de las metodologías y herramientas propuestas.

El campus virtual también cuenta con biblioteca, videoteca, sistemas de autoevaluación y seguimiento de los alumnos, chat, videoconferencia, foros de discusión, y sistema interno de comunicación por emails.

Además, cuenta con apoyo docente permanente vía chat, correo electrónico o skype.

Este formato incluye también conferencias virtuales con especialistas de todo el mundo.

B- Semi presencial:

Esta opción incluye todos los servicios del formato virtual, y además hay 6 jornadas completas de capacitación presencial, divididas en tres módulos temáticos de dos días consecutivos cada uno, separados cada 45/60 días aproximadamente, por lo que se completa en ocho meses, entre Abril y Noviembre.

El tiempo recomendado para completar la cursada, en cualquiera de los formatos, es de entre 6 y 8 meses.

Muy importante:

El campus también permite el intercambio de información y el trabajo de equipos de alumnos de los diversos países de cursada, generando un interesante ámbito de intercambio profesional, y la posibilidad de establecer vínculos comerciales y laborales con toda Latinoamérica.

Certificación del curso:

El curso cuenta con certificación del Foro Latinoamericano de Marketing Agropecuario.

Sedes, días y horarios para la cursada semipresencial:

Consultar Cronograma tentativo para cada país.

En todas las sedes, las jornadas de cursada son de 9 a 17 hs.

Vacantes:

25 en cada sede.

Director del curso y docente:

Juan Carlos Passano:

Médico veterinario. Cursó un master en Marketing y Management Operativo y Estratégico (UCES). Fundador y director del Foro Latinoamericano de Marketing Agropecuario. Capacitador y consultor. Autor de los libros Marketing y Management para Proveedores y Profesionales del Agro (1ra, 2da y 3ra edición).

Asesor y capacitador en mas de 230 empresas proveedoras del sector agropecuario de nueve países de Latinoamérica.

Asesor en estrategias y comunicación de Wrightson Pas, Agrosan, Prolesa y Solaris (Uruguay).

Ex titular de la cátedra de marketing agropecuario de la Lic. en Agronegocios de la Universidad del Salvador.

Profesor invitado a 14 facultades del país y del exterior.

Ex Consultor del FIA (Fundación para la Innovación Agraria -Chile).

Ex Director de Departamento Agribusiness en Publicis Grafitti. Ex planner estratégico de Dekalb.



Nelson Pérez Alonso

Contador público. Presidente de Claves Información Competitiva. Especialista en Investigación de Mercados y Desarrollo de Sistemas de Información. Se ha desempeñado como Profesor del Master de la Universidad de Belgrano, docente en el Postgrado de Administración de la Universidad de Buenos Aires y en la Maestría de Economía Aplicada de la Universidad Católica Argentina. Conferencista, ha escrito numerosos artículos sobre Estrategia y Análisis de la Competencia.



Eduardo Ubide

Reside en España. Master en Comercio Internacional. Diplomado en Marketing Internacional. Licenciatura en derecho especialización en Contratación Internacional. Profesor Master comercio Internacional UPNA Profesor internacionalización Pymes Escorial Profesor Master de gestión comercial en el Esic Profesor Comercio Exterior Cámara Comercio la rioja Profesor Comercio Exterior Cámara Huesca Formador internacionalización ICEX



Gustavo Picolla

Contador Público recibido en la Universidad de Buenos Aires. Cursó el MBA en Administración Estratégica con titulación de la Universidad de Belgrano y la Universidad de Barcelona Ex gerente general del Mercado a término de Bs As. Actualmente dirige su propia consultora, GP Hedging Consulting



El Programa cuenta además con el aporte de casos y experiencias de colegas y empresarios exitosos de toda Latinoamérica.

Temario del programa:

Módulo I

Introducción al marketing y el management. Diferencias y similitudes entre el marketing de masivos y el marketing del sector agropecuario. Cadena comercial y actores del sector agropecuario. Marketing de servicios profesionales: características principales.

Marketing plan: confección, implementación, usos, beneficios, análisis de casos reales. Misión, objetivos, metas, estrategias y recursos. Planillas, informes, etc. Organización de la semana laboral: giras, reuniones, confección de informes, etc. Diferencias con el Plan de Negocios. Trabajo práctico: Confección de un plan de marketing.

Planeamiento estratégico: matrices de planeamiento. FODA, BCG, otras. Usos, análisis y toma de decisiones. Trabajo práctico: Análisis de cartera de productos y/o servicios.

Competencia: Análisis de la misma. Ventajas comparativas, competitivas y diferenciales. Participación de mercado. Estrategias competitivas.

Módulo II

Ventas: estrategias. El proceso de compra. AIDA, productos, servicios y atributos. El juicio de valor. Motivadores de compras. Preparación previa de la reunión de ventas. Análisis del cliente. Los roles en el proceso de compra. Acompasamiento. Nociones de negociación. El lenguaje y la expresión en las ventas. Cierre de venta. La importancia de la post venta. Roll playing: proceso de inicio, desarrollo y cierre de ventas.

Dirección de Ventas: Liderazgo de equipos de ventas. Organización interna. Modelos de organización. Modelos de planillas e informes semanales y mensuales. Motivación: Sistemas de premiación. Premios individuales y grupales. Objetivos de corto, mediano y largo plazo. Trabajo práctico: análisis y adaptación de los informes de ventas al contexto de la propia empresa.

Punto de venta: características de un punto de venta correctamente delineado. Errores más clásicos en el diseño del punto de venta. Marketing de entrada: ubicación, fachada, cartelería externa, etc. Marketing de salida: motivadores de compras, cartelería, ofertas, exhibición correcta de los productos, armado de góndolas y estanterías. Estrategias de punto de venta. Caso: diseño externo e interno de punto de venta.

Mercados y clientes: Segmentación: usos y beneficios de la segmentación de mercados. Criterios de segmentación: que son y para que sirven. Análisis estratégico del valor cliente. Target´s. Optimización de recursos económicos y humanos en relación a la clasificación de los clientes. Trabajo práctico: Cálculo del valor cliente de cinco prospectos.

Satisfacción del cliente: concepto de cliente externo y cliente interno. Análisis de los momentos de verdad. Implementación de soluciones para mejorar y hacer perdurable la relación con los clientes. Programas de captación, retención y fidelización de clientes. Trabajo práctico: análisis de los momentos de verdad de la propia empresa.

Módulo III

Posicionamiento: que es, su importancia. Posicionamiento de marca, de productos y de personas. Imagen profesional. Ciclo del posicionamiento. Medición cuali y cuantitativa de posicionamiento. Desarrollo de productos y servicios.

Branding: desarrollo de marcas, slogans y logos. Concepto de marca. Naming.

Comunicaciones integradas en el agro: los componentes de un mix de marketing y el armado de un plan anual de comunicación. Presupuestación. Herramientas de comunicación y medios: publicidad, promoción, merchandising, vía pública, prensa, relaciones públicas, telemarketing, emarketing, marketing directo, eventos y exposiciones, medios gráficos, radiales y televisivos. Los nuevos medios virtuales: e mail e internet. Marketing viral.

Trabajo práctico: elaboración de un plan anual de comunicaciones, plan de medios y presupuestación.

Desarrollo de productos y servicios e innovación:

Pautas para el proceso de innovación y mejora. Ejercicios para favorecer la creatividad de los miembros de los equipos.

Módulo IV

Negociación:

Principios de la Negociación. Claves para las negociaciones exitosas.

Motivación y Liderazgo:

Teorías de la Motivación y el Liderazgo. Motivación de equipos de trabajo. Automotivación. Características de un líder efectivo. El antilíder.

Administración del tiempo

Las bases de la efectividad. Toma de decisiones. Cómo establecer prioridades. Concentración versus dispersión. Técnicas para poner en marcha cada objetivo

Habilidades para un gerente eficiente:

Proactividad; Liderazgo; Prioridades; Compartir ganancias; Mutuo entendimiento; Sinergias; Efectividad y actualización constante.

Análisis de problemas y toma de decisiones.

La importancia de resolver problemas El análisis de problemas Los usos del análisis de problemas Resolución de problemas. El análisis de decisiones La aplicación del análisis de decisiones Los problemas potenciales. Implantación de soluciones.

Seminarios optativos (no incluidos dentro del valor del Programa)

Oratoria.

Finanzas para no financieros.

Futuros y Opciones

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO

Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra

www.foroagro.com.ar

Testimonios de algunos cursantes y clientes de servicios de capacitación:

“Realicé el curso de marketing agropecuario con Juan Carlos y realmente nos mostró herramientas muy útiles para organizar nuestro trabajo, enfocar la visión del negocio y empezar a ser creativos. Recomiendo la realización de este curso, donde además los estudios de casos de líderes de las principales empresas del sector tienen un valor incalculable.”

Ing. Agr. Mariela Andrian (Supervisora de Marketing Gleba SA).

“Juan Carlos brinda un curso excelente, creo que todo comercial de una empresa con deseos de crecer y mejorar debería realizarlo.”

Ing. Agr. Gerardo Badoglio, (Gte comercial Agroinvest.)

“Juan Carlos a sido muy importante para mi y nuestra empresa ya que por su aporte técnico/ practico a generado un cambio sustancial en nuestra organización, Tiene claro de que se trata nuestro mercado (veterinario) y eso es fundamental para un capacitador.”

Marcelo Salamano (Director de Insupec SA).

"el curso me parece muy bueno, es una recopilación de información, experiencias propias, tips, etc. manejados amablemente desde un punto de vista del mercado del agro. lo que lo hace muy valioso y único para el medio"

Ing. Agr. Cristian López del Valle (Gte de Ventas La Tijereta)

"El programa es muy bueno, tiene gran dimensión, tanto en lo personal como en lo laboral, el nivel de los invitados es excelente. La forma de transmitir los conocimientos del Dr. Passano y la claridad lo hace muy dinámico y aplicativo a el lugar de trabajo que uno pertenece."

Ing. Agr. Marcelo Barale (Distribuidor Magnum de Monsanto)

“Es un excelente comunicador de ideas y conceptos, capaz de orientar hacia el área agrícola sus amplios conocimientos de marketing. Es claro en sus conceptos y con gran amplitud de criterio para analizar ideas distintas a las suyas. Sus mejores cualidades: De fácil trato, Experto, Creativo”

Ing. Agr. Diego Ubici (Asesor técnico Agropulso SA).

"El programa, me permitió abordar la profesión desde un ángulo absolutamente distinto, al poder ver no solo las necesidades de los pacientes, sino también las de los propietarios. Al identificarlas, estoy logrando trabajar sobre ellas y generarles otras, que antes no creían importantes, que finalmente se traducen en beneficios para las mascotas y para mi como médica."

Med. Vet. Gabriela Martino

“Juan Carlos Passano es un emprendedor que ha contribuido a desarrollar el marketing agropecuario como muy pocos lo han hecho en la Argentina. Gracias a sus conocimientos y a su tenacidad, ha logrado que muchas empresas y profesionales independientes del sector descubrieran los beneficios de capacitarse en las variables del marketing, recreando estrategias y tácticas que hasta hace algunos años estaban reservadas a productos y servicios masivos. Un buen número de ingenieros agrónomos y técnicos agropecuarios le deben a esa tarea de capacitación emprendida por Juan Carlos, una parte importante de su crecimiento profesional.”

Guillermo González Taboada (Presidente GTGA)

“Juan Carlos es un referente en el tema de Marketing Agropecuario y ha logrado un Excelente desarrollo en el Foro Latinoamericano de Marketing para el sector, integrando una propuesta con un alto contenido metodológico y miradas multidisciplinares que aportan gran valor a quienes participan de ella. Empuje, pasión, dedicación, creatividad, compromiso, valor agregado mas el conocimiento específico de su área son aspectos que lo caracterizan.”

Cr. Nelson Pérez Alonso (Presidente de Claves Información Competitiva)

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO

Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra

www.foroagro.com.ar

“Tuve el placer de compartir con Juan Carlos una iniciativa de capacitación y fidelización a la red comercial de SPS. Los resultados logrados gracias al trabajo de Juan Carlos fueron sumamente positivos y satisfactorios. El compromiso y la dedicación de Juan Carlos a esta iniciativa fueron fundamentales para el éxito del proyecto. Dentro de los aspectos destacados de la misma merece destacarse la creatividad de Juan Carlos y su estilo directo y franco que le permite una llegada muy efectiva. Se trata de un profesional muy competente y de una excelente persona.”
Ing. Agr. Carlos Becco (Seed Care Head LAS Syngenta Crop Proteccion).

“Juan Carlos genera cursos de capacitación de muy alto nivel y muy cercanos a la realidad del mercado, Yo personalmente y muchas personas del equipo Syngenta , y sus distribuidores se han beneficiado con ellos. Sus dotes didácticas personales son enormes.”
Ing. Agr. Leopoldo Cid (Marketing Director at SyngentaMarketing Director at Syngenta)

Juan Carlos tiene un enorme conocimiento sobre marketing y promoción y una gran capacidad para expresarlo y transmitirlo, de una manera amena y participativa. Considero de gran utilidad participar en los cursos dictados en el Foro Latinoamericano de Marketing, que resultan en el complemento justo y necesario para los profesionales que realizamos tareas de ventas. Habitualmente centramos nuestros meritos o talentos en el conocimiento técnico de la cuestión, pero cada vez mas es necesaria una visión mas amplia del tema, donde la lógica técnica es una parte de la evaluación y la propuesta comercial. Reitero la importancia de complementar conocimientos de distintos ámbitos y la eficacia de Juan Carlos como capacitador.”
Ing. Agr. Luis Fernández, Representante técnico comercial, Seedmech Latinoamérica SRL

“Juan Carlos, es un docente en el arte de transferir conceptos, es un profesional en poner ejemplos y datos en lo que enseña. En marketing y específicamente agropecuario es un referente en el país. A mi me sirvió de mucho haber compartido discusiones, charlas y debates sobre el tema.”
Ing. Agr. Gastón Prada. Asesor técnico comercial Agroideas SA.

“Juan Carlos, ha tenido la visión y la constancia, de desarrollar una consultora, dedicada a la Capacitación de los distintos estamentos del Sector Comercial Agropecuario. Admiro su Inteligencia, Percepción y Constancia, en tan importante tarea.”
Cdr. Ricardo Alonso, Socio gerente de Recuperar SRL.

“Juan Carlos es un excelente profesional, dedicado a su trabajo, muy exigente, además es un buen compañero de equipo, sabe enfrentarse a los trabajos de grupo con responsabilidad, asume y cede el liderazgo en función de las necesidades que corresponda al proyecto y las dificultades o exigencia que el mismo pueda llegar a tener. Un excelente colaborador y compañero de trabajo”
Lic. Eduardo Ubide (Director Area Consultoría e Implantación, Infocenter, España)

“Juan Carlos transmite ideas en forma clara, ayuda a planificar el trabajo en forma eficiente. Sus mejores cualidades: Grandes resultados, Experto, Creativo ”
Ing. Agr. Matías Flynn, (Gte regional de La Tijereta)

“Las clases dictadas por Juan Carlos te ayudan a que despierte en nosotros la creatividad y el entusiasmo para lograr nuevas metas”
Ing. Agr. María Cecilia Rolle. (Sancor Seguros)

“Juan Carlos es un capacitador dinámico y creativo. Estos atributos, junto con el conocimiento, son imprescindibles a la hora de lograr un aprendizaje significativo en las personas que capacita.”
Cecilia Cabrera (Socia Veterinaria El Rodeo)

Aranceles:

A- 100 % virtual:

Costo total del programa, incluyendo:

- certificación del Foro Latinoamericano de Marketing Agropecuario.
- membrecía para el campus virtual por dos años.

	Hasta el 16/3/2015 (40 % de descuento)	Hasta el 31/3/2015 (20 % de descuento)	Posterior al 31/3/2015
1 a 2 participantes	\$ 13.200 (*) U\$S 915 (*)	\$ 17.500 (*) U\$S 1190 (*)	\$ 21.900 (*) U\$S 1.490 (*)
3 inscriptos (c/u)	\$ 8.760 U\$S 590	\$ 13.200 U\$S 915	\$ 17.500 U\$S 1190
4 o mas insc. (c/u)	\$ 7.560 U\$S 555	\$ 8.760 U\$S 590	\$ 13.200 U\$S 915
Profesionales Sub 30	\$ 7.560 U\$S 555	\$ 8.760 U\$S 590	\$ 13.200 U\$S 915
Estudiantes avanzados y docentes	\$ 7.560 U\$S 555	\$ 8.760 U\$S 590	\$ 13.200 U\$S 915

Valores expresados en \$ para Argentina y en U\$S para el resto del mundo

Consulte por pagos hasta en 12 cuotas.

B- Semi presencial:

Costo total del programa, incluyendo:

- certificación del Foro Latinoamericano de Marketing Agropecuario.
- membrecía para el campus virtual por dos años.
- carpeta y material impreso de las clases
- coffe breaks

	Hasta el 16/3/2015 (40 % de descuento)	Hasta el 31/3/2015 (20 % de descuento)	Posterior al 31/3/2015
1 a 2 participantes	\$ 16.300 (*) U\$S 1190 (*)	\$ 21.900 (*) U\$S 1.490 (*)	\$ 27.300 (*) U\$S 1.790 (*)
3 o mas insc. (c/u)	\$ 10.900 (*) U\$S 915 (*)	\$ 16.300 (*) U\$S 1190 (*)	\$ 21.900 (*) U\$S 1.490 (*)
4 a 6 insc. (c/u)	\$ 8.760 U\$S 590	\$ 10.900 U\$S 915	\$ 16.300 U\$S 1190
Profesionales Sub 30	\$ 8.760 U\$S 590	\$ 10.900 U\$S 915	\$ 16.300 U\$S 1190
Estudiantes avanzados y docentes	\$ 8.760 U\$S 590	\$ 10.900 U\$S 915	\$ 16.300 U\$S 1190

Valores expresados en \$ para Argentina y en U\$S para el resto del mundo

Consulte por pagos hasta en 12 cuotas.

(*) 10 % de descuento adicional para socios de:

Argentina: CASAFE, ASA, Cámara de Semilleristas, CAPROVE, CLAMEVET, CIAFA, CAFMA, ASAPROVE, CEDASABA, FEDIA, CEDASAC, CEPIA, CEPIAS, AIANBA

Chile: Anpros, Afipa, ADIAC, ALAVET, Croplife

Paraguay: APROSEM, CAPALVE, CAFYF

Uruguay: Anaprose, CUS, Camagro,

Ecuador: Innovagro

México: AMSAC, AMIFAC, UMFFAAC, FEPRINCO, ANEMVZ, ANFAPBAC, ANALAV, ANFACA, FEDMVZ, INFARVET, ANIAUAM

Bolivia: APIA

y profesionales de ingeniería agronómica, zootecnias y veterinaria colegiados y/o matriculados de toda latinoamérica

Informes e inscripción:

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO

54 911 21895486 info@foroagro.com.ar

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO

Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra

www.foroagro.com.ar