

**SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN: FACTORES QUE CONDICIONAN LA
COMERCIALIZACIÓN DE GANADO EN EL MUNICIPIO DE GUADALUPE,
SANTANDER**

**DIANA CAROLINA ASTRO MEJÍA
AURA CRISTINA REYES TORRES
LAURA FERNANDA PEREIRA TORRES**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2025**

**SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN: FACTORES QUE CONDICIONAN LA
COMERCIALIZACIÓN DE GANADO EN EL MUNICIPIO DE GUADALUPE,
SANTANDER**

**DIANA CAROLINA ASTRO MEJÍA
AURA CRISTINA REYES TORRES
LAURA FERNANDA PEREIRA TORRES**

Proyecto de grado para optar el título de Profesional en Gestión Empresarial

**Director:
Ferney Mauricio Calderón
Magister en Gerencia de Negocios - MBA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2025**

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	10
1. GENERALIDADES DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	12
1.1 EL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	12
1.2 OBJETIVO DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	12
1.3 VENTAJAS DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	12
1.4 CARACTERÍSTICAS DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	13
1.5 ORGANIZACIÓN DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	14
1.5.1 Tema del Seminario de Investigación.	15
1.5.2 Dirección del Seminario de Investigación.	15
1.5.3 Desempeño de roles.	15
1.6 METODOLOGÍA DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	16
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	18
3. OBJETIVOS	25
3.1 OBJETIVO GENERAL	25
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25
4. PLANEACIÓN	26
4.1 ESTUDIO BIBLIOGRÁFICO	26
4.1.1 Objetivo 01: Establecer cómo se desarrolla el proceso de comercialización de ganado en el municipio de Guadalupe, Santander.	26
4.1.2 Objetivo 02: Examinar prácticas exitosas en la comercialización del ganado a nivel nacional, validando con expertos en el tema, para establecer las características de este proceso en otras localidades.	31
4.1.3 Objetivo 03: Determinar, a partir de la investigación realizada, factores claves en la comercialización de ganado, para su posible implementación en el municipio de Guadalupe, Santander.	35
4.2 PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES	38
5. EJECUCIÓN	39
5.1 DOCUMENTACIÓN PARA LOS SUBTEMAS	39
5.2 DESARROLLO DE CADA SESIÓN	39

5.2.1 Documentos de cada sesión.	40
6. MEJORA EN LA COMERCIALIZACION DE GANADO DEL MUNICIPIO DE GUADALUPE, SANTANDER	41
6.1 PROCESO DE LA COMERCIALIZACION DE GANADO DE GUADALUPE, SANTANDER	41
6.1.1 Uso de herramientas digitales en la comercialización de ganado.	41
6.1.2 Características del producto: ganado.	41
6.1.3 Factores determinantes en el precio del ganado.	57
6.1.4 Canales de distribución existentes para la comercialización de ganado en Colombia e internacional.	57
6.1.5 Mecanismos de promoción al alcance de los ganaderos de Guadalupe, Santander.	58
6.1.6 Recomendaciones para resolución de las problemáticas.	58
6.2 PRACTICAS EXITOSAS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE GANADO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	61
6.2.1 Mecanismos de venta de los ganaderos en Colombia.	61
6.2.2 Uso de herramientas digitales para la comercialización de ganado en Colombia.	63
6.2.3 Mercado internacional de ganado.	64
6.2.4 Ejemplo 01, JBS.	64
6.2.5 Ejemplo 02, Cargill.	66
6.2.6 Ejemplo 03, Nestlé.	69
6.3 FACTORES CLAVE PARA LA MEJOR COMERCIALIZACION DE GANADO EN GUADALUPE, SANTANDER	71
6.3.1 Clientes para los ganaderos de Guadalupe, Santander.	79
6.3.2 Canales de distribución de los ganaderos de Guadalupe, Santander.	80
6.3.3 Promoción del ganado levantado en Guadalupe, Santander.	81
6.3.4 Precio del ganado que se levanta en Guadalupe, Santander y variables que inciden sobre él.	81
7. CONCLUSIONES	82
8. RECOMENDACIONES	84
BIBLIOGRAFÍA	86
ANEXOS	94

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Organización del seminario de investigación.....	14
Cuadro 2. Planificación de las sesiones	38
Cuadro 3. Lineamiento general de manejo del tiempo de las sesiones	39

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1. Esquema metodológico del seminario de investigación.	17
Ilustración 2. Siete razas de ganado criollo colombiano.....	42
Ilustración 3. Ganado cebú en Colombia	43
Ilustración 4. Ganado Brahman en Colombia	43
Ilustración 5. Landing page de suganado.com	46
Ilustración 6. Características del ganado que se comercializa en Guadalupe, Raza.	51
Ilustración 7. Características del ganado que se comercializa en Guadalupe, Peso.....	52
Ilustración 8. Características del ganado que se comercializa en Guadalupe, Edad.	53
Ilustración 9. Características del ganado que se comercializa en Guadalupe, Edad.	53
Ilustración 10. Compradores de ganado que se comercializa en Guadalupe.	54
Ilustración 11. Canales de contacto con los clientes de los comerciantes de ganado de Guadalupe.	55
Ilustración 12. Mecanismos de promoción de productos en búsqueda de nuevos clientes.	57
Ilustración 13. Cría de ganado en JBS.....	65
Ilustración 14. Producción de ganado en Cargill.	68
Ilustración 15. Descenso de las exportaciones de ganado bovino en pie y productos cárnicos.....	120

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Formato de protocolo	94
Anexo B. Protocolo primer seminario	95
Anexo C. Protocolo segundo seminario	98
Anexo D. Protocolo tercer seminario	102
Anexo E. Relatoría primer seminario.....	106
Anexo F. Correlatoría primer seminario	114
Anexo H. Relatoría segundo seminario	118
Anexo I. Correlatoría segundo seminario	126
Anexo K. Relatoría tercer seminario.....	128
Anexo L. Correlatoría tercer seminario.....	134

RESUMEN

TÍTULO: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN: FACTORES QUE CONDICIONAN LA COMERCIALIZACIÓN DE GANADO EN EL MUNICIPIO DE GUADALUPE, SANTANDER*

AUTOR: DIANA CAROLINA ASTRO MEJIA, AURA CRISTINA REYES TORRES, LAURA FERNANDA PEREIRA TORRES**

PALABRAS CLAVE: Ganado, Guadalupe, Ganadería, Valor Agregado, Rentabilidad, Diferenciación, Especialización

DESCRIPCIÓN: Este seminario de investigación tomó como base la situación problemática de los ganaderos del municipio de Guadalupe, Santander, quienes enfrentan desafíos por la disminución en la producción de los semovientes y en sus ingresos, analizó las condiciones actuales de dicha producción y de su comercialización, para ello se tomaron datos de fuentes primarias, secundarias y de terceros interesados, el contacto con fuentes primarias, así como las experiencias propias de sus autoras, enriquecieron los datos y permitieron una mejor comprensión de lo que se presenta en la actualidad; los resultados están dados en términos de producto, precio, plaza y promoción.

En el desarrollo del seminario, se analizaron experiencias exitosas a nivel nacional y también en el extranjero, todas en el marco de la ganadería y de la comercialización de productos que tienen como base el ganado vacuno y uno de sus productos como es la leche, de estas experiencias se identificaron factores de éxito como base para una propuesta de transformación de la ganadería del municipio.

Se presenta una propuesta de mejora en varios aspectos, desde la cría de los ejemplares hasta el procesamiento de producto que permita superar años de bajos precios, bajos márgenes y desarrollo inexistente en el sector ganadero del municipio. Estas actividades de mejora se presentan con la identificación de los entes, tanto de carácter local como regional, tanto privados como públicos, que tendrían injerencia e impacto en la mejora propuesta.

* Trabajo de grado.

** Universidad Industrial de Santander. Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial.

Director: Ferney Mauricio Calderón. MBA.

ABSTRACT

TITLE: RESEARCH SEMINAR: FACTORS THAT CONDITION THE COMMERCIALIZATION OF LIVESTOCK IN THE MUNICIPALITY OF GUADALUPE, SANTANDER *

AUTHOR: DIANA CAROLINA ASTRO MEJIA, AURA CRISTINA REYES TORRES, LAURA FERNANDA PEREIRA TORRES **

KEY WORDS: Livestock, Guadalupe, Livestock, Value Added, Profitability, Differentiation, Specialization

DESCRIPTION: This research seminar has the base of the problematic situation of the ranchers of the municipality of Guadalupe, Santander, who face challenges because of the decrease of production and revenue, analyzed the current conditions of such production and sales, data were taken from primary and secondary sources as well as from interested third parties, the contact with primary sources, as well as the direct experiences of its authors, enriched the data and allowed a better understanding of what currently occurs; results were presented in terms of product, price, place and promotion.

Successful experiences at the national level and abroad were analyzed in the development of the seminar, all within the framework of cattle raising and the commercialization of products based on cattle and one of its products, milk. From these experiences, success factors were identified as a basis for a proposal to transform cattle raising in the municipality.

A proposal for improvement is presented in several aspects, from the breeding of the specimens to the processing of the product that will allow overcoming years of low prices, low margins, and non-existent development in the livestock sector of the municipality. These improvement activities are presented with the identification of the entities, both local and regional, private, and public, that would have an influence and impact on the proposed improvement.

* Degree Work

** Industrial University of Santander, Institute of Regional and Distance Projection IPRED, Business Management.

Director: Ferney Mauricio Calderón. Master in Business Management MBA.

INTRODUCCIÓN

Este seminario de investigación propone plantear soluciones para la problemática que atraviesan los ganaderos del área de influencia del proyecto, el municipio de Guadalupe en el departamento de Santander, y en línea con lo dispuesto por la universidad¹; es el punto de encuentro de estudiantes en su rol de investigadores, donde confluyen sus experiencias personales, sus opiniones, pero sobre todo la información que recaben como preparación del seminario.

La referida problemática puede presentarse con estos componentes: (i) descenso en la producción de ganado bovino, (ii) disminución en los ingresos recibidos por los hacendados por ventas de semovientes, (iii) dificultad para lograr mejoras en el tamaño y peso de los ejemplares, (iv) pobres condiciones de cría en términos de alimentación y nutrición de los animales, (v) informalidad en los procesos de venta, (vi) distancia entre la hacienda y el sitio de entrega del ganado, (vii) escaso poder de negociación frente a los compradores y (viii) informalidad explicada por los costos que implica ser formal en producción y comercialización.

La problemática referenciada aqueja a decenas de familias que tienen su sustento en el levante y comercialización de ganado bovino, todas estas familias se ven afectadas por las fluctuaciones en el precio y otra diversidad de causas externas, así como por las dificultades propias del levante de los animales y otras causas internas que está a su alcance mejorar, todo ello redundando en condiciones de vida inadecuadas a nivel familias, pero también en el atraso económico y en el desarrollo del municipio y la región.

¹ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. GUÍA PARA TRABAJOS DE GRADO. UIS: Bucaramanga, 2017. p. 85-87

Se aborda el problema de investigación desde la realización de la discusión de las temáticas asociadas: factores que a nivel general influyen en la comercialización de productos, experiencias exitosas a nivel nacional en la comercialización de ganado vacuno, metodología que se utiliza para la comercialización del ganado en el municipio, es decir: se contempla cómo se establecen los precios, cómo se promocionan las reses, qué canales de distribución están al alcance de los ganaderos; dentro de las temáticas también se incluye el levante de las reses y la influencia de prácticas exitosas de alimentación y cría en dicho levante.

El uso de un enfoque 4Ps permite que todos los factores sean sopesados en su influencia sobre la capacidad de mejorar elementos como: el mismo producto, el precio, la distribución y la promoción, para ello, se tomarán en cuenta por supuesto factores externos como políticas nacionales y locales, elementos legales, y la cultura e influencia del medio santandereano.

El estudio de las temáticas y su valoración es una buena base para la adquisición de una visión completa de la situación actual, diagnosticar/detectar sus causas y las actividades que pueden realizar los ganaderos para mejorar la comercialización de sus ejemplares.

1. GENERALIDADES DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

1.1 EL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

La Universidad Industrial de Santander ha establecido que el Seminario de Investigación sea una modalidad de trabajo de grado, siendo este una actividad académica enfocada a que los estudiantes renueven estrategias de estudio e investigación, formativas de capacidades investigativas que redunden en el fortalecimiento de la institución pues esta, la investigación, es una de sus vocaciones.

1.2 OBJETIVO DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con la universidad, el objetivo es: “Formar a los participantes para la investigación científica mediante el desarrollo de habilidades específicas aplicadas al asumir los diferentes roles dentro del seminario”².

1.3 VENTAJAS DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

Las siguientes ventajas están listadas en el referido documento de lineamientos de la universidad:

- Los estudiantes cuentan con una guía orientadora hacia la consecución de los objetivos del seminario con la participación de un docente asignado en su dirección, este resuelve dudas metodológicas y también orienta la búsqueda de información.

² UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. LINEAMIENTOS PARA EL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN COMO MODALIDAD PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO. [En línea]. UIS: Bucaramanga, 2007. [Consultado en 16 de septiembre de 2024]. Disponible en Internet: https://uis.edu.co/wp-content/uploads/2022/05/Jul2_trabajos_grado_doc3.pdf

- Refuerzo del desarrollo de las competencias interpretativas, argumentativas y propositivas en el estudiante a través de la recurrencia a fuentes bibliográficas, bases de datos y textos de referencia.
- Desarrollo de habilidades comunicativas y de relaciones interpersonales, que son de gran importancia para el desempeño en la vida profesional.
- Experimentación de la eficiencia del trabajo en equipo y de la interdisciplinariedad cuando los miembros del grupo son de diferentes carreras.
- Facilita el conocimiento y uso de herramientas didácticas, incluso digitales, que permiten las sesiones de seminario y el control del tiempo de reuniones.

1.4 CARACTERÍSTICAS DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

Estas son las características que presenta el mismo documento LINEAMIENTOS PARA EL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN COMO MODALIDAD PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO:

- Todos los miembros del grupo tienen una participación, desde el profesor director, pasando por todos los estudiantes de acuerdo con los roles del seminario que son rotativos e intercambiables.
- El seminario pretende que se investigue, reflexione, descubra y concluya de manera activa y cooperativa por un grupo reducido de investigadores estudiantes.
- El compartir conocimientos adquiridos y el logro de la reflexión, el descubrimiento y las conclusiones de la investigación se realiza por medio de permanente diálogo en medio de un ambiente amable y cooperativo que fomenta la participación de todos los investigadores estudiantes.

- Desde la primera sesión se planea la estructura del seminario, así como sus parámetros y actividades, que son desarrolladas con el uso de medios didácticos, con alta responsabilidad por los participantes.

1.5 ORGANIZACIÓN DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

Una vez se definieron el número y temática de las sesiones, se establecieron las actividades de Relatoría, Correlatoría, Protocolante y Participante, que se fueron rotando para que cada estudiante investigador los realizara, la organización se dio como se muestra en la tabla siguiente:

Cuadro 1. Organización del seminario de investigación

Seminario	Tema	Participante y Rol
01	Factores clave en la comercialización de ganado de Guadalupe, Santander	Director: Ferney Mauricio Calderón
		Diana Carolina Astro Mejía, Relatora
		Aura Cristina Reyes Torres, Correlatora
		Laura Fernanda Pereira Torres, Protocolante
02	Comercialización del ganado a nivel nacional	Director: Ferney Mauricio Calderón
		Aura Cristina Reyes Torres, Relatora
		Laura Fernanda Pereira Torres, Correlatora
		Diana Carolina Astro Mejía, Protocolante
03	Comercialización de ganado en Guadalupe, Santander	Director: Ferney Mauricio Calderón
		Laura Fernanda Pereira Torres, Protocolante
		Diana Carolina Astro Mejía, Relatora
		Aura Cristina Reyes Torres, Correlatora

Fuente: Elaboración propia.

1.5.1 Tema del Seminario de Investigación. La ciudad de residencia y trabajo de las investigadoras, sus propias experiencias personales, laborales y de negocios, así como las de sus familias, permitieron la elección del tema de este seminario en torno a la comercialización de ganado proveniente del municipio de Guadalupe, Santander, sus características, retos a futuro y de esta investigación las conclusiones y recomendaciones presentadas en este documento.

1.5.2 Dirección del Seminario de Investigación. La dirección de este seminario estuvo a cargo del Ing. Ferney Mauricio Calderón, con apoyo de sus orientaciones se lograron los objetivos planteados.

1.5.3 Desempeño de roles. A continuación, se describen los roles que las investigadoras y el director cumplieron en el seminario:

Director: Persona que dirigió las sesiones, presenta tema e integrantes con sus roles respectivos, está en disposición de mediación para facilitar la creación de conocimiento con base en los documentos bibliográficos, encuestas y demás materiales recopilados y las opiniones de las investigadoras.

Relatora: Esta investigadora presentó y expuso los temas a sus compañeros seminaristas mediante el uso de las herramientas didácticas a disposición y conveniencia; dentro de su función estuvo la de establecer su propia posición en busca de que hubiese discusión de los temas, en conjunto se aclararon inquietudes y planteamientos de sus contrapartes y se llegó a conclusiones.

La relatora identificó, seleccionó, organizó y presentó contenidos, para ello tuvo que sintetizar ideas y someterlas a oposición, es claro el efecto de estas discusiones en preparación para la vida profesional.

Correlatora: La correlatora contrastó al relator en su material presentado, lo complementó y suministró información adicional, su participación da relevancia a lo presentado por la relatora al facilitar que haya sana discusión entre todas las partes. Este rol fomenta las capacidades de escucha, análisis y concentración para aportar con información y crítica.

Protocolante: Su función fue la de captar ideas principales y aspectos importantes de la discusión entre las partes, con base en las diversas intervenciones, las suyas propias, registró lo ocurrido, inquietudes y conclusiones; de sus notas surgieron documentos que fueron presentados en las sesiones posteriores y que fueron base de lo registrado en este documento. Este rol fomenta habilidades de escucha, análisis, síntesis y resumen, así como de presentación concreta y coherente de resultados.

Participante: Este rol es de quien está expuesto a los contenidos e ideas expuestos por la relatora, contrastados y complementados por la correlatora, enriquece la conversación con sus observaciones, puede ser un invitado externo con conocimiento del tema en cuestión.

1.6 METODOLOGÍA DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con la guía metodológica propuesta por la universidad³, se siguieron tres fases: planificación, ejecución y finalización; la primera fase correspondió a la selección del tema, la selección de subtemas, el estudio bibliográfico y la planeación de las sesiones en relación directa con dichos subtemas.

En la fase de ejecución se documentaron los subtemas como base para las presentaciones de relatoras y correlatoras, se desarrollaron las sesiones y se redactaron

³ Ibid. Pag. 9

las memorias, esta fase es cíclica pues cada sesión es fuente para las siguientes, como se puede observar en la ilustración a continuación.



Ilustración 1. Esquema metodológico del seminario de investigación.

Fuente: Lineamientos para el seminario de investigación como modalidad para el desarrollo del trabajo de grado, UIS.

La fase de finalización consistió en la elaboración de este documento final con los resúmenes de las sesiones, el estudio bibliográfico junto con documentos y anexos explicativos para mejor entendimiento de los usuarios.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El municipio de Guadalupe, Santander, basa su economía en el cultivo de café, cacao, plátano, maíz, tomate, y la ganadería⁴. De acuerdo con los datos existentes, con respecto al ganado bovino, se ha presentado una disminución en productividad de un 23,48% en cabezas de ganado y de un 22,48% en peso sacrificado⁵, esta disminución es fácilmente perceptible en la desmejora del desempeño de las haciendas, provocando que los ingresos por ventas de semovientes hayan descendido.

El descenso en la productividad en las ganaderías responde, en parte, a factores fuera del control de los ganaderos de la región, como aquellos que influyen directamente en el comportamiento del mercado y que generan cambios en los precios de venta, el transporte para su traslado e intermediación en que se incurre en este proceso, así como la disminución del consumo como consecuencia del aumento en el precio de la carne⁶.

⁴ MUNICIPIO DE GUADALUPE, SANTANDER. PLAN DE DESARROLLO “JUNTOS POR EL DESARROLLO” NUESTRO PUEBLO PRIMERO. [En línea]. SECRETARIA DE PLANEACION, OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS, 2024. [Consultado en 22 abril 2024]. Disponible en Internet: https://guadalupesantander.micolombiadigital.gov.co/sites/guadalupesantander/content/files/000322/16090_anexo-1-capitulo_sgr_guadalupe_4_04_2024.pdf

⁵ *Ibid*, p. 45.

⁶ FONDO NACIONAL DEL GANADO FEDEGAN. Balance y perspectivas del sector ganadero colombiano (2022-2023). [En línea]. FEDEGAN: Bogotá, 2024. [Consultado en 03 abril 2024]. Disponible en Internet: <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=c645c969f7d47788JmldHM9MTcxMjM2MTYwMCZpZ3VpZD0xZmQ5YTNIYy1jMjhmLTYxZTAzMmUwZC1iN2ZmYzMyMDYwMTYmaW5zaWQ9NTE4Mw&ptr=3&ver=2&hsh=3&fclid=1fd9a3e3-c28f-61e0-2e0d-b7ffc3206016&psq=fondo+nacional+del+ganado+balance+y+perspectivas+2022+2023&u=a1aHR0cHM6Ly9lc3RhZGlzdGljYXMuZmVkZWdhbi5vcmcuY28vRE9DL2Rvd25sb2FkLmpzcD9wUmVhbE5hbWU9QmFsYW5jZV9QZXJzcGVjdGl2YXNfZ2FuYWRLcmhX2NvbG9tYmIhbmFmMjAyMDIzXy5wZGYmaUlRmlsZXNM9ODk2&ntb=1. p. 13>

El referido descenso en la productividad ocurre también por factores en que es posible que los ganaderos realicen mejoras como son el tamaño y peso de sus ejemplares, cuestiones que son directa consecuencia de las condiciones de cría, tales como su alimentación y nutrición. Es de resaltar que “la cobertura de asistencia técnica especializada para el sector rural es baja”, y que “la baja productividad está directamente relacionada con la informalidad en la tenencia de la tierra”⁷. Esta informalidad afecta “el mercado de crédito sobre los productores agropecuarios” y crea un círculo vicioso pues en el proceso participativo de construcción del Plan de Desarrollo, los productores refieren que “la producción de sus tierras en un alto porcentaje no pasaba más allá del consumo familiar, dado que no existía garantía para la comercialización de sus productos”⁸.

En el municipio y sus áreas circundantes, la comercialización del ganado sigue principalmente el sistema de precio por kilogramo: en este método, se acuerda un precio por kilogramo en pie, el cual varía según el cruce, la raza y la distancia entre el predio y el lugar de pesaje; además, se emplea una variante donde el ganado cuando se pesa en la propiedad del dueño, se vende con un descuento porcentual del precio vivo debido a la merma, es decir a la disminución del peso que ocurre de manera natural entre el momento del pesaje, el transporte y el sacrificio.

También se practica la modalidad de comercialización “al ojo”, arraigada en la cultura local, en ella las transacciones ocurren en las fincas sin necesidad de pesaje; el precio se determina mediante la observación del comprador y por acuerdo entre este último y el propietario del ganado. Esta práctica trae consigo una serie de desventajas para el propietario, en el caso de la adquisición en la finca el precio del kilo es menor, pues se deben considerar costos por transporte y pérdida de peso; por otro lado, en lo que refiere al traslado del ganado al sitio de pesaje, se enfrentan riesgos y el precio varía de acuerdo

⁷ MUNICIPIO DE GUADALUPE, SANTANDER. Op. cit., p. 38.

⁸ MUNICIPIO DE GUADALUPE, SANTANDER. Op. cit., p. 40.

con las fluctuaciones económicas de la oferta diaria, y en muchas oportunidades el ganado se entrega a un comisionista para su venta, con tarifas entre 0,5% y 1%.

Es fundamental comprender que en todas las metodologías de comercialización descritas, la disminución de peso y el transporte influyen de gran manera en el precio de venta, por ejemplo, cuando el bovino se lleva a la plaza de mercado para su venta, se pierde poder de negociación para el ganadero, pues solo queda la opción de vender, la devolución del ejemplar a su punto de origen o esperar otro día para su venta ocasiona pérdidas elevadas, en resumen, desde el momento en que el ganado debe venderse hasta cuando la venta se perfecciona, todos los factores están en contra del ganadero.

Independientemente del tipo y tendencias de comercialización que se utilicen, los ganaderos de la región muestran preocupación por los plazos que se otorgan para recibir el pago por la venta de sus semovientes; en entrevista a un propietario y reconocido ganadero, se evidencia que para la comercialización del ganado prefiere hacerlo a personas externas al municipio, ya que los pagos son de contado en efectivo, mientras que cuando se realiza con personas de la misma zona, se pactan plazos que pueden ser 50/50 máximo con diferencia de 60 días entre un pago y el otro. Así mismo, refiere la importancia del buen sustento del ganado, ya que las reses en condiciones regulares se comercializan entre la misma zona, incluso se opta por el cambio entre semovientes, lo cual impide recibir un dinero que pueda servir como inyección de capital a su negocio.

De acuerdo con entrevista realizada a experto informado y reconocido de la región, veterinario con varios años de experiencia allí, se resume que el aumento se hace de forma natural en potreros, la manera de engordar o cebar a los animales se realiza totalmente con forraje en potrero con pastos como brequearías y estrellas pues son los que se dan en la región y para reforzar este proceso se utilizan subproductos con una dieta diaria tanto de sales minerales como alimentos concentrados que sean palatables para ayudar al aumento de peso diario o mensual de estos animales, cabe aclarar que la base del forraje es el 95% de dieta de estos animales.

En línea con lo anterior, Fedegan ha propuesto que el crecimiento del peso de los animales tenga como base la transformación genética, es decir, la realización de cruces entre animales de distintas razas con el objetivo de lograr aumento de masa y peso acelerado y resistencia a enfermedades, así como el impulso de modelos silvopastoriles⁹, es decir: adecuaciones en potreros, bienestar animal mediante la provisión de sombras, mejores aguas y pastos. Ambas metodologías no son extrañas en la región pues se están manejando cruces genéticos para carnes con razas para engorde como Angus, Cimental y Brahman tanto de hembras como machos y se han desarrollado algunas iniciativas de mejoras en condiciones de cría en algunas haciendas locales.

Con respecto a los modelos silvopastoriles, de ellos se desprende la oportunidad de una alimentación más energética que permita un aumento de peso más acelerado, esta dieta también incluye forraje para mejor efecto: “En el ganado de engorde, se proporciona gran cantidad de granos o concentrados con el fin de incrementar la energía en la dieta y se disminuye o se elimina la cantidad de forraje durante su fase de finalización. El forraje en cantidades moderadas en las raciones ayuda a la homogeneización de partículas del alimento, promueve el consumo de materia seca y puede aumentar la ganancia de peso, por lo que el mantener el nivel adecuado de fibra en una dieta de finalización es un factor importante para mantener un buen rendimiento, es decir, un mejor aprovechamiento del alimento orientado hacia el aumento de peso del animal, su salud y el costo de producción.”¹⁰

⁹ FONDO NACIONAL DEL GANADO FEDEGAN. Balance y perspectivas del sector ganadero colombiano (2021-2022). [En línea]. FEDEGAN: Bogotá, 2023. [Consultado en 22 abril 2024]. Disponible en Internet: https://www.bing.com/search?pglt=161&q=balance+y+perspectivas+del+sector+ganadero+colombiano+fedegan&cvid=65b8a6d66b5b4f65bb0352bbc9ed977d&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBggBEEUYOzIGCAAQRrg5MgYIARBFgdvSAQkxMTQ4MWowajGoAgCwAgA&FORM=ANNTA1&PC=U531

¹⁰ INSTITUTO PARA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN AGRICULTURA INTAGRI S.C. Utilización de forraje en dietas para bovinos de engorda. [En línea]. Intagri: Culiacán, 2019. [Consultado en 2 abril 2024]. Disponible en Internet: <https://www.intagri.com/articulos/ganaderia/utilizacion-de-forraje-en-dietas-para-bovinos-de-engorda#:~:text=El%20forraje%20en%20cantid%C2%ADdades%20moderadas%20en%20las%20raciones,la%20salud%20animal%2C%20y%20el%20costo%20de%20producci%C3%B3n.>

En lo que tiene que ver con las exportaciones de ganado del municipio, estas se ven afectadas por la falta de cumplimiento de requisitos técnicos, al respecto el veterinario informado de la región explicó que estas exportaciones se hacen por terceros, pues directamente el ganadero no cumple con los requisitos ni de INVIMA ni de ICA. El cumplimiento de este tipo de requisitos tiene directa relación con las condiciones en que se crían los ejemplares, pues apunta a garantizar que los productos sean aptos para consumo humano, esto implica no solamente que los semovientes sean sacrificados en plantas formales, sino que exista registro del sitio de cría y las actividades que allí se realizan.

Ahora bien, dicho cumplimiento de requisitos técnicos y sanitarios tiene relación nuevamente con las condiciones en que se crían los animales, y sobre esto un tema preocupante es que de acuerdo con el informe de Fedegan¹¹ la producción formal de carne de bovino en el 2022 fue un 6,5% menos de lo reportado en 2021. Esta notable disminución en la producción de carne de bovino se debe principalmente al sacrificio clandestino, es decir, a que los animales sean sacrificados en mataderos informales no autorizados ni en cumplimiento de la normatividad legal y técnica aplicable.

Con respecto a lo anterior, una de las dificultades que deben salvar los ganaderos de la región es el ambiente de informalidad y los costos adicionales en que se incurre para ser formales, el experto informado expresa que la clandestinidad afecta en que del dinero que cobran los mataderos, una parte de ellos ingresa a las arcas de los municipios que es reutilizado para la ganadería o la porcicultura, al existir la clandestinidad estos recursos disminuyen para el beneficio propio de los ganaderos; el porcentaje de sacrificio clandestino lo estima en un 90% lo que significa que solo el 10% es legal, esto también debido al cierre de los mataderos cercanos, que ocasionó el incremento significativo de gastos que implica llevarlos a los mataderos habilitados.

¹¹ FONDO NACIONAL DEL GANADO FEDEGAN. Op. Cit. p. 15

También es importante considerar las enfermedades en los bovinos del municipio de Guadalupe, si bien no se percibe como tema de gran impacto en particular en el área objeto de estudio, todas las enfermedades comunes en los bovinos en Colombia apuntan a disminuciones importantes en el peso de los animales y/o a su muerte, entre ellas se cuenta la fiebre catarral, la tuberculosis bovina, la agalactia bovina, la leucosis bovina enzoótica, y por supuesto, las más conocidas: la fiebre aftosa y la brucelosis; estas enfermedades se transmiten por varios medios: el contacto con animales infectados, con ambientes contaminados, a través de semen y leche, por contacto con moscas y pulgas e incluso por el aire como el caso de la tuberculosis¹².

La prevención de estas enfermedades tiene, nuevamente, relación directa con las condiciones de cría, en específico los ganaderos deben proveer buenos alojamientos, medidas higiénicas, seguimiento veterinario, medidas tendientes a garantizar el bienestar animal y un correcto calendario de vacunación y desparasitación, todo esto apunta a mejoras en la calidad de vida de los animales, disminución en la mortalidad de los bovinos, disminución en costos de atención de enfermedades, aumentos en la producción tanto en número de crías que sobreviven hasta edad de sacrificio como en tamaño y peso de los animales, además de por supuesto evitar afectaciones a la salud pública¹³.

En resumen, para los ganaderos del área de influencia de este estudio, la resolución a la problemática que se presenta en la comercialización del ganado bovino puede resumirse en la forma en que se realiza dicha comercialización, lo cual a su vez es consecuencia de las características de tamaño, peso y salud de los semovientes, cuestión que tienen su raíz en las condiciones en que son levantados, es decir: (i) se carece de la provisión de las cantidades adecuadas de los alimentos que se les proveen, (ii) no se cuenta con

¹² VETERINARIOS COLOMBIA. Enfermedades comunes del ganado. [En línea]. Veterinarios Colombia: Bogotá, 2023. [Consultado en 2 abril 2024]. Disponible en Internet: <https://www.veterinarios.colombia.com.co/enfermedades-comunes-del-ganado/>

¹³ EXPERTO ANIMAL. Enfermedades comunes del ganado bovino. [En línea]. Experto animal: Bogotá, 2018. [Consultado en 2 abril 2024]. Disponible en Internet: <https://www.expertoanimal.com/enfermedades-comunes-del-ganado-bovino-23400.html>

el aseguramiento de cruces genéticos correctos, (iii) no se están aplicando modelos silvopastoriles que brinden una mejor calidad de vida y provean más energía y mejores nutrientes, lo cual incluye pero no se limita a el seguimiento a calendarios de vacunación y desparasitación, la mejora en los alojamientos, y las medidas higiénicas, y finalmente (iv) no se está cumpliendo con la formalización de las ganaderías como empresas.

Teniendo en cuenta la problemática observada en el municipio de Guadalupe Santander, respecto a la comercialización bovina, para este proceso de investigación se proponen los siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los factores que afectan la comercialización de ganado bovino producido en el municipio de Guadalupe, Santander?

¿Cómo se está realizando la comercialización de ganado bovino a nivel nacional y qué factores son condicionantes para una favorable comercialización?

¿Cuáles son los componentes clave para la obtención de un precio adecuado en la comercialización del ganado bovino en el municipio de Guadalupe, Santander?

¿Qué prácticas exitosas a nivel local y nacional se realizan para el mejoramiento de la cría de ganado bovino con propósito de comercialización y exportación?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar cuáles son los factores claves en la comercialización del ganado, a partir de la revisión bibliográfica de experiencias exitosas a nivel local y nacional, que permitan su mejora en el municipio de Guadalupe, Santander.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer cómo se desarrolla el proceso de comercialización de ganado en el municipio de Guadalupe, Santander, consultando a los ganaderos de la región para establecer sus características.
- Examinar prácticas exitosas en la comercialización del ganado a nivel nacional, validando con expertos en el tema, para establecer las características de este proceso en otras localidades.
- Determinar, a partir de la investigación realizada, factores claves en la comercialización de ganado, para su posible implementación en el municipio de Guadalupe, Santander.

4. PLANEACIÓN

4.1 ESTUDIO BIBLIOGRÁFICO

El estudio bibliográfico sirve como soporte, tanto a los relatores como a los correlatores, para alimentar la discusión en cada encuentro en el marco del llamado seminario alemán. También es base para que el protocolante pueda dar soporte a sus escritos, sin dejar de lado que también éste da su propia lectura a los materiales antes de cada encuentro. A continuación, se presenta el material bibliográfico que servirá de base para el desarrollo de la investigación, según cada uno de los objetivos.

4.1.1 Objetivo 01: Establecer cómo se desarrolla el proceso de comercialización de ganado en el municipio de Guadalupe, Santander. Con relación a este objetivo se obtuvo la siguiente bibliografía:

Tesis de grado: Dinámica de sistemas aplicada a la toma de decisiones en la producción y comercialización pecuaria de Santander (Colombia). Un caso de aplicación en un hato ganadero de la provincia de García Rovira¹⁴.

La tesis de grado toma como base la aplicación de la Dinámica de Sistemas, un enfoque que parte de considerar que los elementos al interior de un sistema, que para el caso es un hato ganadero, interactúan entre sí, toman unos insumos y generan unos resultados; con este enfoque administrativo, se creó un Modelo que representó dicha interacción y que propuso las mejores maneras de gestionar el referido hato, para lograr la

¹⁴ RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Olga y LUNA GÓMEZ, Marco. Dinámica de sistemas aplicada a la toma de decisiones en la producción y comercialización pecuaria de Santander (Colombia). Un caso de aplicación en un hato ganadero de la provincia de García Rovira. [En línea]. Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2020. [Consultado en 7 mayo 2024]. Disponible en Internet: <<http://hdl.handle.net/20.500.12749/12083>>

maximización de la producción y mejoras en la comercialización del ganado allí levantado.

Este trabajo aporta el entendimiento de la relación que existe entre la gestión del hato, que se realiza completamente al interior de la empresa, con la gestión comercial que se realiza al exterior de esta; la relación entre lo que está al alcance gestionar y mejorar con lo que se encuentra al exterior sobre lo que se tiene absolutamente ningún control.

Tesis de grado: Modelo empresarial para la empresa AGROSILVER en el municipio de Sabana de Torres, Santander, Colombia¹⁵.

Con base en encuestas, entrevistas y otras fuentes de información, los autores construyeron la matriz DOFA de la empresa AGROSILVER, dedicada no solamente a la ganadería sino también a la palma africana; uno de los objetivos fue la preparación de la empresa para la obtención de certificaciones en Buenas Prácticas de Manufactura y Agroindustriales, como resultado de la aplicación de técnicas administrativas conocidas como DOFA, creación de Organigrama, definición de cargos y de procesos productivos, se lograron mejoras que permitieron que la organización estableciera sus metas y se posicionara mejor en el mercado ganadero y de palma aceitosa.

Con base en la lectura y apropiación de esta tesis de grado, se visualiza la forma en que un negocio exitoso en la región santandereana logró relacionar las gestiones realizadas en su interior para posicionarse en el mercado ganadero, esto permite que los investigadores estén en capacidad de proponer la gestión comercial de los ganaderos del municipio en que se ejecuta esta investigación

¹⁵ SANDOVAL VARGAS, Julián y VARGAS CEDIEL, Juan. Modelo empresarial para la empresa AGROSILVER en el municipio de Sabana de Torres, Santander, Colombia. [En línea] Universidad Santo Tomás, 2023 [Consultado en: 7 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/53092>

Informe Técnico de Proyecto de Investigación: ANALISIS COMPARATIVO DE LA PRODUCCION DEL SECTOR GANADERO EN SANTANDER 2011-2016¹⁶.

Esta investigación se propuso analizar la producción ganadera del departamento mediante indicadores de productividad de carne y leche; para el análisis se tomaron como base los datos de producción de la Encuesta Anual Ganadera del DANE, a partir de regresión múltiple.

Como resultado se tiene que existe una correlación esperada entre los inventarios de ganado de cría y levante, productores de carne y de leche, y que la posición del departamento de Santander frente a los demás del país no es la más privilegiada, se plantea que esto obedece a la ubicación, la disponibilidad de terrenos para el pastoreo, la cercanía a fuentes hídricas y la tradición de otros sitios geográficos como los ubicados en los llanos orientales y en las sabanas de Cesar y Bolívar.

Este informe técnico permite que se tome conciencia del verdadero lugar de Santander en la cadena productiva en el país; el conocimiento de los datos y lo que se puede hacer con ellos para generar información valiosa es de gran importancia para cualquier investigación, en el caso de esta, se trata del conocimiento del mercado y por tanto saber cantidades y momentos es base para los resultados propuestos.

¹⁶ GUZMAN, Alba; MENDOZA, Javier; TAVERA, Nancy y MENDOZA, Luz Helena. ANALISIS COMPARATIVO DE LA PRODUCCION DEL SECTOR GANADERO EN SANTANDER 2011-2016. [En línea]. Unidades Tecnológicas de Santander, 2018. [Consultado en: 13 mayo 2024]. Disponible en Internet: <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/730/96%20ANALISIS%20COMPARATIVO%20DE%20LA%20PRODUCCION%20DEL%20SECTOR%20GANADERO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Artículo de prensa: 4 pilares de la ganadería de Santander en 2019¹⁷.

El artículo relata las opiniones, análisis y propuestas del presidente del capítulo Santander de FEDEGAN, Jaime Clavijo, quien manifestó preocupaciones con referencia a la seguridad de las haciendas y en general del sector en la región, pero quien también elevó propuestas acerca de asociatividad entre los productores, los frigoríficos (Río Frío y Vijagual) que son entidades privadas que se encargan del sacrificio, la disposición de residuos y la entrega de carne para el consumo humano, la Asociación de Surtidores de Carnes que está conformada por haciendas productoras de la región, las empresa de transportes de carnes que deben cumplir con buenas prácticas para el transporte de carga refrigerada y la Federación de Ganaderos de Santander Fedegasán con miras al aumento del consumo en la región y al combate contra la ilegalidad.

El dirigente hace un llamado a todos los entes para que se trabaje con miras al aumento de la productividad en los hatos de la región y sugiere que la ganadería en Santander también incluya hatos del sur de Bolívar y del Cesar pues la comercialización de esas producciones se da en el primero.

Una de las formas en que se puede mejorar la competitividad es a través de alianzas estratégicas, este artículo permite que los investigadores tomen en consideración la posibilidad de incluir estos mecanismos en su propuesta a los ganaderos para mejorar la comercialización al interior del departamento, hacia fuera en el resto de la nación y con miras a la exportación.

¹⁷ CONTEXTO GANADERO. 4 pilares de la ganadería de Santander en 2019. [En línea]. Bogotá: Revista Contexto Ganadero, 2019. [Consultado en 16 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/regiones/4-pilares-de-la-ganaderia-de-santander-en-2019>

Documento de referencia: Marco de Referencia Agroeconómico GANADERÍA DE CEBA EN SANTANDER¹⁸.

La organización FINAGRO presenta sus Marcos de Referencia Agroeconómicos para consulta de los actores económicos en consideración a las particularidades económicas de productores, para el caso este documento tuvo como centro la toma de datos en el municipio de La Paz en el año 2017 y muestra cifras porcentuales de costos de sostenimiento, costos de compra, venta de novillo cebado y margen de utilidad, pasando por consideraciones como el mantenimiento de infraestructura, mano de obra, mantenimiento de pasturas, insumos y otros de alimentación.

Para la presente investigación, resulta importante contar con una referencia práctica acerca del margen de utilidad que genera un negocio como la ceba con bases ciertas, se tienen cifras significativas, ejemplo el precio mínimo para cubrir costos de producción es de 3.051 pesos por kilo y el peso mínimo de 309 kilos. El estudio propone un margen operativo de 31% con las variables establecidas en el mismo.

Documento de referencia: Guías de Movilización - ICA¹⁹.

La comercialización del ganado del municipio de Guadalupe se da prácticamente en su totalidad para envío a otras zonas del departamento de Santander y del país, por ello es necesario conocer los requisitos de normatividad aplicable para la movilización de los ejemplares, en el documento referido puede consultarse acerca del registro del predio productor ante el ICA, la certificación de última vacunación, la autorización escrita y

¹⁸ FINAGRO. Marco de Referencia Agroeconómico GANADERÍA DE CEBA EN SANTANDER. [En línea]. Bogotá: FINAGRO. [Fecha de consulta: 23 de junio de 2024]. Disponible en Internet: https://www.finagro.com.co/sites/default/files/2022-05/ganaderia_de_ceba_santander.pdf

¹⁹ MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Guías de Movilización ICA. [En línea]. Bogotá: Ministerio de Agricultura, ICA. [Fecha de consulta: 23 de junio de 2024]. Disponible en Internet: <https://www.minagricultura.gov.co/Paginas/Guias-de-Movilizacion-ICA.aspx>

firmada del propietario del predio y los exámenes de laboratorio que aplican en casos determinados.

Otras guías disponibles en el documento referido son la Guía de Transporte, el Bono de Venta, el registro antes el Sistema de Identificación y otros requisitos que tienen relación con el aseguramiento de las condiciones sanitarias para consumo humano y que actúan como barreras de entrada para principiantes en el negocio de la comercialización de ganado proveniente de Guadalupe.

4.1.2 Objetivo 02: Examinar prácticas exitosas en la comercialización del ganado a nivel nacional, validando con expertos en el tema, para establecer las características de este proceso en otras localidades. Con respecto a esta temática se obtuvo la siguiente bibliografía:

Tesis de grado: Colombia frente a la globalización y los tratados de libre comercio para la exportación de carne bovina²⁰.

Este trabajo de grado recopiló la información de 50 artículos relacionados con la temática de las exportaciones de carne bovina y tratados de libre comercio. El resultado de la revisión bibliográfica permitió concluir que resulta más conveniente para el desarrollo económico del país las exportaciones realizadas a una docena de países con los que no se ha suscrito tratado, y que la comercialización con países con que sí se tiene, las exportaciones son menores como consecuencia de incumplimientos de normas sanitarias.

²⁰ ACEVEDO GARCIA, Jhoan, ALBARRACIN ARIAS, Luis, AYALA ESPÍNDOLA, Julieth, y otros. Colombia frente a la globalización y los tratados de libre comercio para la exportación de carne bovina. [en línea]. Bucaramanga: Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias de la Salud, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Bucaramanga, 2021 35 p. [Fecha consulta: 13 de mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/7a53630c-85c0-49a1-8d7e-3153887bd330>

Se requiere que la investigación contemple los obstáculos que se tienen para la comercialización del producto, debe recordarse que se trata de alimentos para consumo humano de modo que el cumplimiento de normas sanitarias es ineludible, dicho cumplimiento en las circunstancias actuales en el municipio se convierte no en una barrera sino en una ventaja frente al común de productores que tienen dificultades en la implementación de las buenas prácticas requeridas.

Documento de investigación: Balance y perspectivas del sector ganadero colombiano (2022 – 2023)²¹.

Con respecto a la comercialización, se expresa que ha habido recientemente una orientación de los ganaderos hacia la producción de animales en pie por el incremento del precio de novillos gordos y flacos en vez de reses productoras de leche, esto indica que el sector tiene la capacidad de reorientarse de acuerdo con variables que no están bajo su control; el aumento de precio hace referencia a las compras del extranjero, pero también al incremento de los insumos para la producción lechera, altos costos que indujeron una contracción en la producción de leche hasta del 8,4% negativo hacia finales de 2022.

Este artículo permite que los investigadores perciban que en el mercado ganadero se debe estar atento a los cambios, que pueden ser inducidos muy rápidamente, la viabilidad del negocio depende de la lectura de las variables del ambiente como los precios del producto, de los insumos, las regulaciones nuevas y los cambios culturales.

²¹ FONDO NACIONAL DEL GANADO FEDEGAN. Op. cit. p. 02

Artículo de prensa: Estas son las cuatro plataformas para la compra y venta de ganado en Colombia²².

Este artículo expone cómo ganaderos del país hacen uso de plataformas en línea para la comercialización de sus productos, presenta cuatro páginas a disposición, cada una de ellas con características particulares desde comunicación vía directa por mensajería instantánea WhatsApp, pasando por publicación de fotos y videos, clasificación por razas, ubicación geográfica, condiciones comerciales, pero que también son puntos de encuentro virtuales en que los ganaderos interactúan, se informan, pueden adquirir otros artículos para uso propio en sus hatos como semillas, forrajeras, alimentos y sustitutos.

Dado que se trata de mejorar la comercialización del producto por parte de los ganaderos del municipio de Guadalupe, es de gran importancia que los investigadores tomen conciencia de las herramientas existentes, que la ubicación geográfica es determinante pero no excluyente, en otras palabras, que el producto se encuentre en Guadalupe, Santander, con dificultades de acceso no es impedimento para contactar compradores en otros sitios, tanto en el departamento como en el resto del país y en el extranjero.

Página web: Hacienda El Cucharo²³.

En la página web referida se encuentra un caso de éxito de una ganadería, ubicada en otro departamento, que se ha especializado en el desarrollo genético de la raza Brahman Rojo; de esta raza la hacienda en cuestión ofrece ejemplares, donadores, pero también presta sus servicios de consultoría para la introducción de la raza a otras ganaderías.

²² RODRIGUEZ, Daniela. Estas son las cuatro plataformas para la compra y venta de ganado en Colombia. [En línea]. AGRONEGOCIOS, 2022. [Consultado en 17 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://www.agronegocios.co/agricultura/estas-son-las-cuatro-plataformas-para-la-compra-y-venta-de-ganado-en-colombia-3334938>

²³ Hacienda El Cucharo. Somos Líderes. [En Línea]. Girardot: Hacienda el Cucharo, 2024. [Consultado en 23 de junio 2024]. Disponible en Internet: <https://haciendaelcucharo.com/somos-lideres/#>

Este negocio tiene reconocimiento internacional, ha prestado sus servicios y ha exportado sus ejemplares a otros países, se toma como ejemplo debido a la variedad de su oferta pues va más allá de la comercialización de las reses, pero también por su búsqueda de excelencia por medio de su especialización en una raza en particular y su propuesta de mejoramiento genético al servicio de los productores.

Página web: Precios²⁴.

El Fondo Nacional del Ganado en su función de apoyo a los productores y comercializadores, recopila precios de muchos productos relacionados: precio novillo gordo en pie, precio de leche cruda, precio internacional leche entera en polvo, precio del litro de leche pagado al productor y muchos otros, son en total 16 listados de precios constantemente actualizados que también incluyen precios de ítems que afectan los costos como los fertilizantes y concentrados.

El conocimiento de precios nacionales e internacionales es básico para esta investigación, así como los márgenes esperados, el tamaño del mercado, el volumen de exportaciones, los países destino de exportaciones y de importaciones que también se realizan a Colombia.

²⁴ FEDEGAN. Precios. [En línea]. Fedegan, 2024. [Consultado en 23 junio 2024]. Disponible en Internet: <https://www.fedegan.org.co/estadisticas/precios>

4.1.3 Objetivo 03: Determinar, a partir de la investigación realizada, factores claves en la comercialización de ganado, para su posible implementación en el municipio de Guadalupe, Santander. Con relación a este objetivo se obtuvo esta bibliografía:

Artículo: Sistemas silvopastoriles y conectividad ecológica en un paisaje de pastoreo de la región del Magdalena Medio, Colombia²⁵.

El artículo presenta el esfuerzo colaborativo en que ganaderos de Cimitarra, Santander, con el apoyo del Centro para la Investigación en Sistemas Sostenibles de Producción Agropecuaria - CIPAV, lograron un cambio de enfoque en lo que respecta a los bosques de su área de influencia, el trabajo de todos tuvo como resultado que se fomentara la preservación de árboles, en particular de la especie *Aspidosperma polyneuron* conocida como Carreto Colorado; los ganaderos entendieron las ventajas que conlleva las áreas boscosas para la eficiencia productiva con base en labores de planificación de fincas, subdivisión de potreros, integración de árboles de sombrío y la producción de forrajes de calidad, con estas labores fue posible liberar áreas para la restauración de corredores ribereños y rehabilitación ecológica.

La lectura de otros artículos y trabajos de investigación permite el entendimiento de la relación que hay entre lo que se puede hacer al interior de la organización, lo que está al alcance del ganadero, y lo que está fuera de su alcance, como es el mercado y las ventas; el artículo del subtítulo anterior permite que se compruebe que es posible la implementación de otras formas de trabajar para lograr el objetivo de tener más y mejores ventas.

²⁵ CARVAJAL, Mauricio; MURGUEITIO, Enrique y CALLE, Zoraida. Sistemas silvopastoriles y conectividad ecológica en un paisaje de pastoreo de la región del Magdalena Medio, Colombia. [En línea]. Universidade Federal do Pará, 2022. [Consultado en 13 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/agroecossistemas/article/view/13604/9530>

Artículo de prensa: Ganaderos de Santander aprenderán a implementar sistemas silvopastoriles, gracias a Fedegán y Fedegasan²⁶.

Este artículo reporta la celebración de un evento de capacitación en la temática en el municipio de Matanza con influencia también en la cercana Charta, el mismo contó con la asistencia de ganaderos de la región en que se les dio una introducción teórica en horas de la mañana, y demostración práctica en horas de la tarde; para esto se contó con el apoyo de Fedegan que envió a la profesional Yamile Mejía de esa institución desde Bogotá.

En particular se propone la conservación de especies arbóreas y la convivencia de estas con las crías; se reportó también el apoyo por parte de la municipalidad de Matanza con el objetivo de cofinanciar proyectos relacionados con ganadería sostenible.

Este artículo facilita que los investigadores tomen ejemplos cercanos, de labores realizadas en el mismo departamento, y que la implementación de modelos silvopastoriles es posible también con objeto de conservación del ambiente.

Artículo de prensa: Gobierno de Santander promueve el fomento de la ganadería Brangus²⁷.

Se registra un evento de socialización de programas de mejoramiento genético con el apoyo de la empresa privada, la gobernación del departamento, la alcaldía de Barrancabermeja, ganaderos y entidades diversas como universidades y otros; en este

²⁶ CONTEXTO GANADERO. Ganaderos de Santander aprenderán a implementar sistemas silvopastoriles, gracias a Fedegán y Fedegasan. [En línea]. Bogotá, 2024. [Consultado en 16 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/regiones/organizan-brigada-de-ganader%C3%ADa-sostenible-en-santander>

²⁷ GOBERNACION DE SANTANDER. Gobierno de Santander promueve el fomento de la ganadería Brangus. [En línea]. Bucaramanga, 2019. [Consultado en 16 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://santander.gov.co/publicaciones/4531/gobierno-de-santander-promueve-el-fomento-de-la-ganaderia-brangus/>

evento realizado en una ganadería de La Meseta San Rafael de Barranca, se presentó la experiencia exitosa en el cruce de raza Brangus roja y negra con resultados positivos en adaptabilidad de los ejemplares a la región de introducción, ganancia de peso lo que incide significativamente en los resultados de productividad y en indicadores reproductivos.

No solamente la implementación de modelos de producción que permitan mayor eficiencia en la cría, mayor productividad, sino también que dichas mejoras pueden lograrse mediante el mejoramiento genético con la integración de nuevas razas a los hatos, este ejemplo práctico sienta las bases para que los investigadores incluyan esta práctica en su propuesta a los ganaderos del municipio.

Documento de investigación: Cadena Cárnica Bovina²⁸.

Este documento contiene datos estadísticos de relevancia para este seminario, no solamente tiene cifras de producción nacional y regional, sino que también hace referencia a las mejoras en rendimiento, en peso al sacrificio, en los inventarios departamentales de reses y en las exportaciones tanto de animales en pie como de carne. Un aparte interesante es el consumo per cápita nacional.

Con relación a la temática que interesa a este trabajo de investigación, el documento permite que los investigadores se apropien de conocimientos con referencia a los costos en que incurre el productor, pero también a los apoyos gubernamentales como son el suplemento alimenticio y el programa de compensación. También se menciona el Programa de Erradicación de la Fiebre Aftosa, y de los apoyos en créditos y financiamiento. El documento hace mención a la situación coyuntural vivida por la pandemia y plantea una serie de retos como la trazabilidad en la cadena productiva y el fortalecimiento del clúster oriente que tiene influencia en Santander.

²⁸ MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Cadena Cárnica Bovina. [En línea]. Bogotá, 2020. [Consultado en 16 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Bovina/Documentos/2020-12-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

4.2 PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES

Cuadro 2. Planificación de las sesiones

No.	Fecha y hora por definir	Subtema	Tiempo preparación	Rol	Duración
01	Sesión 01	FACTORES CLAVE EN LA COMERCIALIZACIÓN DE GANADO DE GUADALUPE, SANTANDER	14 días	Director: Ferney Mauricio Calderón	Dos horas
				Relator: Diana Carolina Astro Mejía	
				Correlator: Aura Cristina Reyes Torres	
				Protocolante: Laura Fernanda Pereira Torres	
02	Sesión 02	COMERCIALIZACIÓN DEL GANADO A NIVEL NACIONAL	14 días	Director: Ferney Mauricio Calderón	Dos horas
				Relator: Aura Cristina Reyes	
				Correlator: Laura Fernanda Pereira Torres	
				Protocolante: Diana Carolina Astro Mejía	
03	Sesión 03	COMERCIALIZACION DE GANADO EN GUADALUPE, SANTANDER	14 días	Director: Ferney Mauricio Calderón	Dos horas
				Relator: Laura Fernanda Pereira Torres	
				Correlator: Diana Carolina Astro Mejía	
				Protocolante: Aura Cristina Reyes Torres	

Fuente: Elaboración propia.

5. EJECUCIÓN

En línea con la planeación, las investigadoras desarrollaron los seminarios, cada una de ellas tuvo la experiencia de cada uno de los roles como relatoras y correlatoras, así como protocolantes, los anexos que registran cada una de las sesiones están como anexos al final de este documento.

5.1 DOCUMENTACIÓN PARA LOS SUBTEMAS

Con base en la planeación y contando con temáticas y archivos bibliográficos aprobados y compartidos previamente, las investigadoras se reunieron y desempeñaron los roles establecidos, cada una de ellas utilizó ayudas didácticas para presentación de estos y trajeron documentación adicional de su propia búsqueda, anexa a este documento.

5.2 DESARROLLO DE CADA SESIÓN

Para cada sesión se cuenta con este lineamiento para el manejo del tiempo:

Cuadro 3. Lineamiento general de manejo del tiempo de las sesiones

No.	Fecha y hora	Subtema	Tiempo preparación	Rol	Duración
XX	La previamente acordada	El correspondiente al seminario previamente planeado	14 días	Relatora: La asignada para el seminario	50 minutos
				Correlatora: La asignada para el seminario	50 minutos
				Protocolante: La asignada para el seminario	20 minutos

Fuente: Elaboración propia.

5.2.1 Documentos de cada sesión. Para un desarrollo ordenado de los seminarios, las investigadoras hicieron uso de tres formatos: Formato de Relatoría, Formato de Correlatoría y Formato de Protocolo, anexos al final de este documento.

Los formatos hacen la presentación de las fuentes de información consultadas con relación a las preguntas de investigación y los objetivos, también las fuentes de información presentadas por la correlatora para contraste, el formato de protocolo hace registro de asistencia, funciones de cada investigadora y los comentarios del protocolo anterior.

6. MEJORA EN LA COMERCIALIZACION DE GANADO DEL MUNICIPIO DE GUADALUPE, SANTANDER

6.1 PROCESO DE LA COMERCIALIZACION DE GANADO DE GUADALUPE, SANTANDER

Para entender el proceso de comercialización de ganado en el municipio de Guadalupe, se partió de cuatro perspectivas enfocadas en la comercialización de ganado allí: la utilización de herramientas digitales, las características del producto ganado bovino, los factores que determinan su precio y los canales de distribución existentes; salta a la vista la relación directa con la visión clásica del mercado y sus cuatro Ps: Producto, Precio, Plaza y Promoción, es necesario recordar que las investigadoras cuentan con experiencias propias y de sus núcleos familiares, de allí que se hayan establecido estas perspectivas.

6.1.1 Uso de herramientas digitales en la comercialización de ganado. De acuerdo con lo hallado en toma de contacto con ganaderos del municipio, se halló que se utiliza la herramienta de mensajería digital WhatsApp para facilitar la comunicación entre vendedores y compradores, que se hace uso de la facilidad para compartir imágenes y videos del ganado, y que se da el cierre efectivo de los negocios pues por medio de ella se comprueban envíos y pagos. Para otro tipo de negocios, también se utiliza WhatsApp para hacer seguimiento a las condiciones de los animales y para comprobación de tareas puntuales sobre los mismos.

6.1.2 Características del producto: ganado. Con relación al producto se describe como ganado bovino o vacuno, es decir: terneros y terneras, vacas, toros y bueyes, en pie, de diferentes razas entre ellas criollas y procedentes de otras regiones; estos ejemplares se pueden levantar para dedicarse a producción de leche, al sacrificio para producción de carne, pero también para un uso de doble propósito de leche y

carne. Es importante notar que para este seminario se está tomando solamente la comercialización del ganado en pie, no se está involucrando las actividades comerciales posteriores al sacrificio como las curtiembres y otros.

La siguiente imagen muestra siete ejemplares de siete razas de ganado criollo colombiano como son: Blanco Orejinegro, Romosinuano, Sanmartinero, Costeño con Cuernos, Chino Santandereano, Hartón del Valle y Casanareño. Varias de estas razas se encuentran en el municipio de Guadalupe.



Ilustración 2. Siete razas de ganado criollo colombiano

Fuente: Blog Agrocampo.com.

También se encuentra en el municipio otras razas cebuínas como Brahman, que se muestran en las siguientes imágenes:



Ilustración 3. Ganado cebú en Colombia

Fuente: Blog Agrocampo.com.



Ilustración 4. Ganado Brahman en Colombia

Fuente: Blog Agrocampo.com.

Conocidas las razas de los ejemplares que se crían en el municipio, se realiza un análisis de dichos ejemplares en términos de necesidades y problemáticas, de forma que se enumeran aspectos relacionados con producto, precio, plaza y promoción:

Tabla 1. Necesidades y problemática con relación al producto

	Necesidad	Problemática
1.1	Asegurar un crecimiento saludable del ganado para mejorar la percepción de calidad del producto.	Falta de control en la crianza y manejo del ganado.
1.2	Mejorar la eficiencia productiva de los hatos.	Prácticas de alimentación y manejo poco eficientes.

Se tomaron en consideración los aportes de la correlatoría y de similar modo, se formularon necesidades y problemáticas en los otros aspectos como precio:

Tabla 2. Necesidades y problemática con respecto al precio

	Necesidad	Problemática
2.1	Establecer precios del ganado con base en datos objetivos de raza, propósito, edad, peso y otros.	El valor real de los ejemplares no se aprecia ni se refleja en el precio de negociación.
2.2	Conocer precios de referencia confiables y actualizados.	Se carece de acceso a información actualizada sobre los precios del mercado.

Con relación a plaza y promoción, se analizó la utilización de herramientas digitales: la relatoría presenta que se da el uso, no solamente de WhatsApp como mecanismo de comunicación entre compradores y vendedores, en que se comparten imágenes

y videos del ganado en compraventa, sino que también por este medio se cierran los negocios pues se comprueban pagos y envíos, como nota adicional se menciona que no solamente se utiliza la aplicación de mensajería instantánea para el comercio sino también para el seguimiento del hato.

En lo que tiene que ver con otras aplicaciones, también existen y son punto de encuentro de compradores y vendedores, en particular en busca de facilitar el contacto sin intermediarios en que la plataforma no se encarga de comprar y vender sino solamente de enlazar, es un mercado digital, punto de encuentro más no participante del proceso de comercialización.

Ahora bien, en contraste, la presentación de la correlatoría permitió analizar necesidades y problemática de plaza así:

Tabla 3. Necesidades y problemática con respecto a la plaza

	Necesidad	Problemática
3.1	Tener acceso a más mercados, más distantes y con mejores condiciones.	Se carece de alcance a otros mercados por ausencia de canales de comercialización directa lo que lleva a alta variación en los ingresos.
3.2	Acceder a negociaciones formales con mejores precio, calidad y confianza.	Se depende de intermediarios informales que influyen en el precio, la calidad del producto entregado al cliente final y la confianza en toda la negociación.
3.3	Acceso a mercados de otros municipios del país y de otros países.	Se carece de infraestructura y contactos en otros mercados.
3.4	Contar con trazabilidad de la cadena de valor del ganado criado en Guadalupe.	Se requiere un sistema confiable que permita identificar el origen, manejo y calidad del producto final.

Finalmente, con respecto a la promoción, la siguiente imagen muestra la página principal de suganado.com, aplicación que sirve como ese punto de encuentro entre vendedores y compradores, se puede observar que, al momento de captura de la imagen, se estaban promocionando tres lotes: uno de Wagyu que se encuentra en Chocontá, Cundinamarca, otro de Holstein de la misma población y un tercero de Girolando en La Dorada, Caldas. La ventaja de la utilización de una plataforma como esta es que se amplía la red de contactos, por la mensajería WhatsApp se tiene acceso a un número limitado de compradores y vendedores. También se puede apreciar que se puede realizar búsqueda de ganado lechero, cárnico y doble propósito, que hay anuncios gratis pero también videos promocionales, es decir que la plataforma permite interacciones de diferentes modos para facilitar la comercialización.

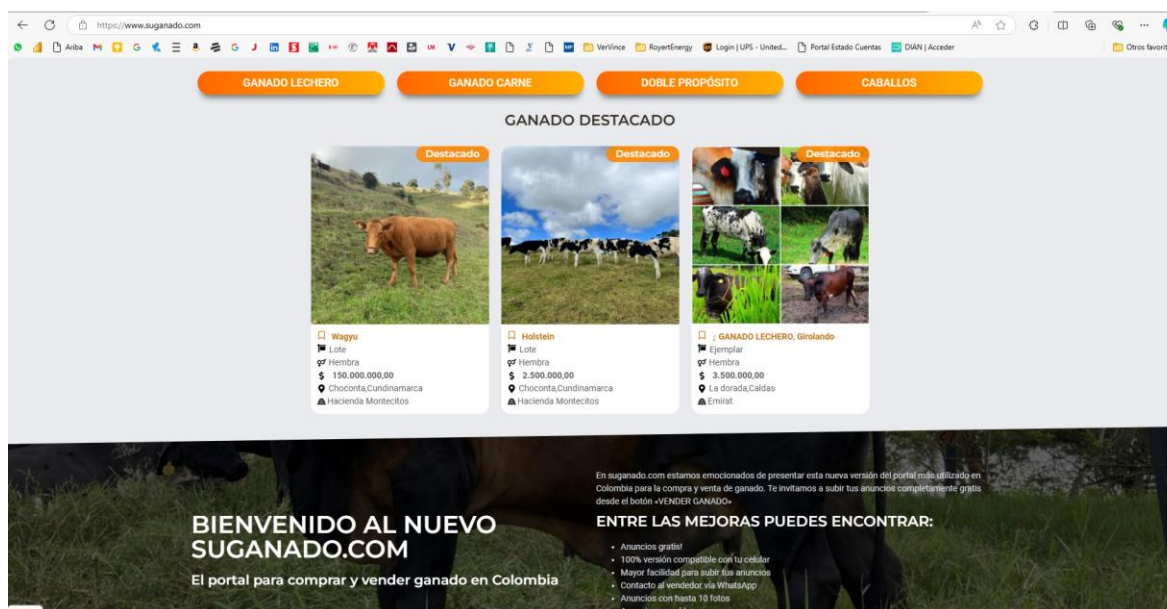


Ilustración 5. Landing page de suganado.com

Fuente: Suganado.com.

El análisis de promoción, tanto del material investigado por la relatoría, como del material presentado por la Correlatoría, permitió establecer las siguientes necesidades y problemática:

Tabla 4. Necesidades y problemática con relación a la promoción

	Necesidad	Problemática
4.1	Promocionar el ganado de manera adecuada, ágil y generadora de confianza.	Se cuenta con poca visibilidad del producto y se depende de métodos tradicionales.
4.2	Establecer redes de contacto con otros ganaderos y compradores.	Se carece de colaboración y apoyo mutuo entre ganaderos.

Como complemento a lo expuesto por la relatoría en el Seminario 01, la correlatoría consideró de gran importancia que se tomara información de fuentes primarias como son comerciantes de ganado bovino del municipio de Guadalupe para la temática planteada por la relatoría: características del producto y uso de herramientas digitales, para ello se optó por un estudio no estructurado en que se diseñó un cuestionario que se aplica a una muestra por conveniencia compuesta por treinta de los comerciantes.

De acuerdo con Tabla 5, tomada del Censo Bovino del Instituto Colombiano Agropecuario – ICA²⁹, el número de predios dedicados a ganadería de bovinos en el municipio de Guadalupe ascienda a 441 para el año 2024, donde se define realizar un muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que algunos ganaderos se encuentran en áreas difíciles de alcanzar y no todos están disponibles para la

²⁹ INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO – ICA. Censos Pecuario Nacional. [En línea]. Bogotá: ICA, 2025. [Consultado en 20 enero 2025]. Disponible en Internet: <https://www.ica.gov.co/areas/pecuaria/servicios/epidemiologia-veterinaria/censos-2016/censo-2018>

participación en la encuesta, por lo cual se accede a información de un total de 30 ganaderos de la región:

Tabla 5. Predios con bovinos en el municipio de Guadalupe

INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO						
DIRECCION TÉCNICA DE VIGILANCIA EPIDEMIOLOGICA						
CENSO NACIONAL BOVINO 2024						
DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	No DE FINCAS 1 A 50 bov	No DE FINCAS 51 A 100	No DE FINCAS 101 A 500	No DE FINCAS 501 O MAS	TOTAL FINCAS CON BOVINOS
SANTANDER	GUADALUPE	356	62	23	0	441

Estas fueron las preguntas formuladas en las treinta muestras, que aplican a la temática de este seminario:

1. Por favor seleccione las características del ganado que usted comercializa desde el municipio de Guadalupe en términos de raza:
 - a. Criollos
 - b. Brahma Rojo
 - c. Brahma Blanco
 - d. Cebú
 - e. Cruces Cebú con Razas Europeas
 - f. Otras razas: _____

2. Por favor seleccione las características del ganado que usted comercializa desde el municipio de Guadalupe en términos de peso:
 - a. 180 a 220 kg
 - b. 280 a 350 kg

c. 380 a 500 kg

3. Por favor seleccione las características del ganado que usted comercializa desde el municipio de Guadalupe en términos de edad:

- a. Menos de dos años
- b. Dos a tres años
- c. Tres años en adelante

4. De los anteriores elementos, ¿cuáles son los determinantes para la venta?

- a. Raza
- b. Peso
- c. Edad

5. ¿Quiénes son los compradores del ganado que usted comercializa? Puede seleccionar más de uno:

- a. Supermercados de gran tamaño
- b. Pequeños supermercados
- c. Tiendas de barrio
- d. Distribuidores mayoristas
- e. Compañías exportadoras
- f. Clientes ubicados en el exterior
- g. Otros que sean de su conocimiento: _____

6. De los anteriores compradores, ¿cuál es el principal para usted?

Seleccionar uno:

- a. Supermercados de gran tamaño
- b. Pequeños supermercados

- c. Tiendas de barrio
- d. Distribuidores mayoristas
- e. Compañías exportadoras
- f. Clientes ubicados en el exterior
- g. Otros que sean de su conocimiento: _____

7. Para la venta del ganado que usted comercializa, ¿cuál de los siguientes factores es clave en la venta?

- a. Precio
- b. Peso
- c. Edad del animal
- d. Raza
- e. Ubicación del animal
- f. Forma y tiempo de entrega
- g. Otro que sea el factor clave: _____

8. Con respecto a la forma en que usted contacta al cliente, ¿qué canales utiliza? Puede seleccionar más de uno:

- a. Redes sociales como Instagram, Facebook y otras
- b. Mensajería instantánea (WhatsApp u otras)
- c. Llamada telefónica tradicional (no video llamada)
- d. Correo electrónico
- e. Contacto directo personal.

9. Con respecto a la forma en que usted promociona su producto en búsqueda de nuevos clientes, ¿de qué forma lo hace? Puede seleccionar más de una:

- a. Publicación en redes sociales como Instragram, Facebook y otras
- b. Mensajería instantánea (WhatsApp u otras)

c. Otro: _____

Los resultados de la encuesta se muestran a continuación, favor observar que en cada una de las respuestas posibles se está mostrando el número de respuestas y su porcentaje correspondiente:

Por favor seleccione las características del ganado que usted comercializa desde el municipio de Guadalupe en términos de raza:

30 responses

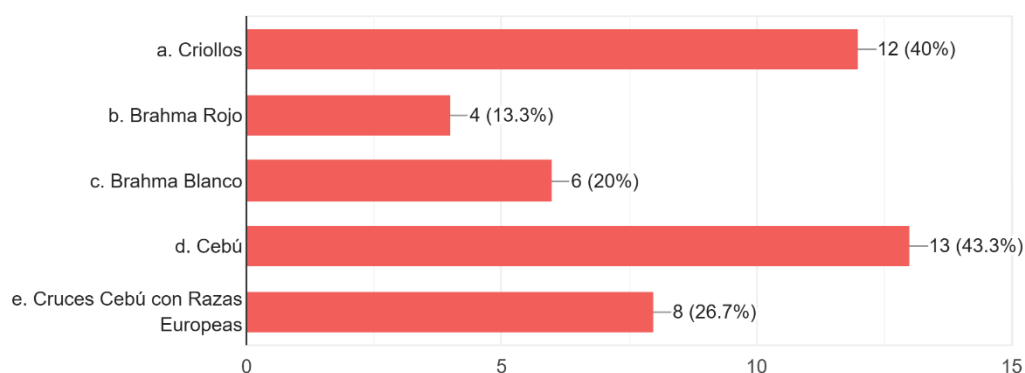


Ilustración 6. Características del ganado que se comercializa en Guadalupe, Raza.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la encuesta, el ganado Cebú puro, o cruzado con razas europeas predomina entre el ganado que se comercializa en el municipio, también las razas criollas son de preponderancia; de los resultados se puede concluir que no existe una raza única que domine la oferta de los ganaderos, estas son algunas respuestas obtenidas:

Las respuestas dadas por los comerciantes arrojan luces sobre las particularidades del producto comercializado en el municipio:

“- El ganado que comercializo es doble propósito, con cruzamientos de ganado cebú con razas europeas.”

“- El ganado que comercializo es de cruzamiento del 70 % con ganado cebuíno.”

“- El ganado que comercializo es de raza cebú de edad entre dos a tres años, con peso ideal entre 400 y 500 kilogramos.”

Por favor seleccione las características del ganado que usted comercializa desde el municipio de Guadalupe en términos de peso:

30 responses

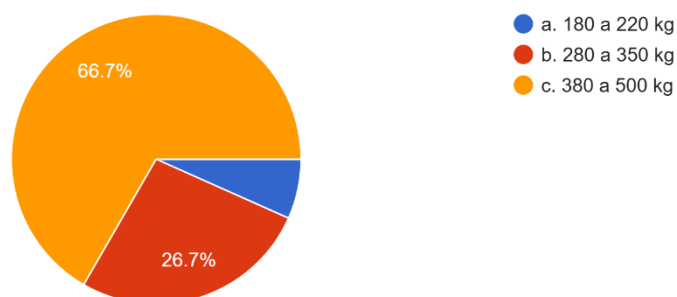


Ilustración 7. Características del ganado que se comercializa en Guadalupe, Peso.

Fuente: Elaboración propia.

Con relación al peso, algunas respuestas son ilustrativas:

“- Peso dependiendo si es para desteto que va de 180- 220 kg, empostado o levante que va de 280-350 kg y para engorde que va que los 380-500 kg.”

“- En cuanto a peso el promedio del ganado para el proceso de levante es entre 300 – 380 KG y el ganado comercializado para el consumo entre 400 – 450 kg gordo.”

Por favor seleccione las características del ganado que usted comercializa desde el municipio de Guadalupe en términos de edad:

30 responses

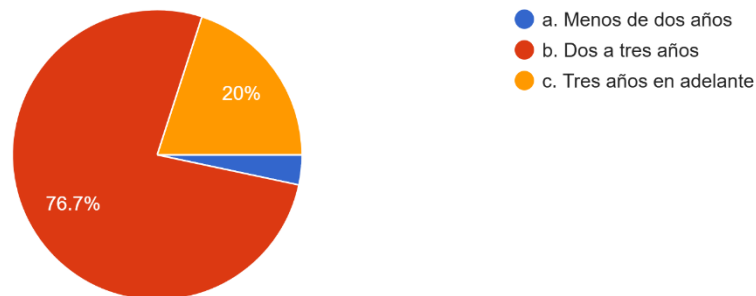


Ilustración 8. Características del ganado que se comercializa en Guadalupe, Edad.

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la edad del ganado:

“- La edad también es un factor muy importante para la compra, los animales muy viejos ya no se pueden manejar para engorde si presentan malos niveles de nutrición.”

De los anteriores elementos, ¿cuáles son los determinantes para la venta?

30 responses

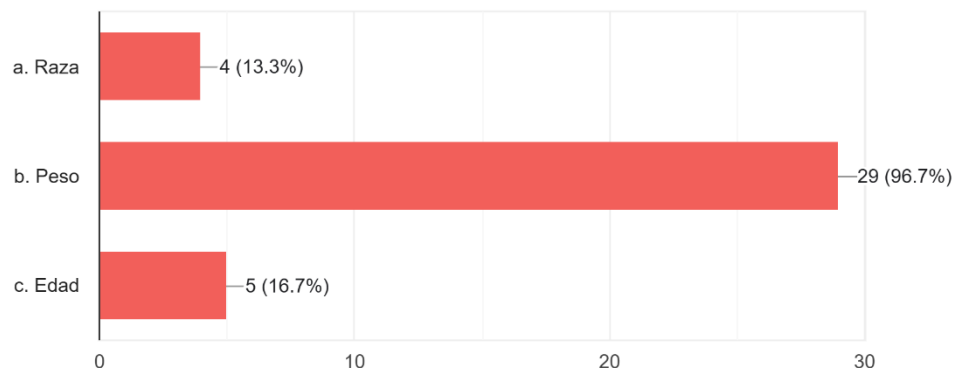


Ilustración 9. Características del ganado que se comercializa en Guadalupe, Edad.

Fuente: Elaboración propia.

En resumen, se encuentra ganado criollo y cebuino puro y cruzado, no se mencionan otras razas en particular, la edad es importante pues los animales de mayor edad no crecerán más ni podrán nutrirse adecuadamente, entre 2 y 3 años de edad para los bovinos son las cifras más comentadas; con relación al aspecto peso se encuentran datos de importancia: desde 380 hasta 500 kilogramos de peso es el rango de peso en que se comercializa ganado en pie, y este factor, junto con el precio y la forma de pago son factores de mucha importancia para el esfuerzo comercial.

Ahora bien, con respecto a los clientes compradores del ganado, se observa atomización de ellos, con tan solo dos predominantes como son la Pesa cercana y las tiendas de barrio, no existe comercialización a supermercados de gran tamaño, ni se está exportando el producto que se levanta en el municipio:

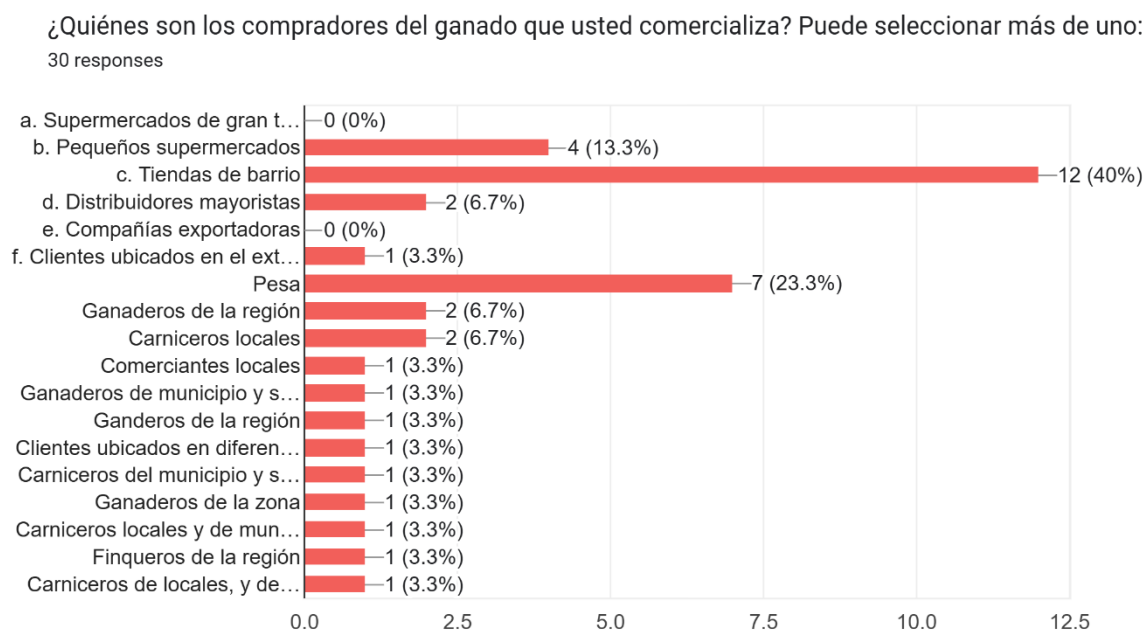


Ilustración 10. Compradores de ganado que se comercializa en Guadalupe.

Fuente: Elaboración propia.

En lo que tiene que ver con la forma en que se contacta al cliente, es decir, los mecanismos de comunicación que se utilizan para tal fin, las respuestas de los ganaderos encuestados muestran que si bien se está recurriendo a herramientas digitales, continúa siendo muy importante el contacto personal directo:

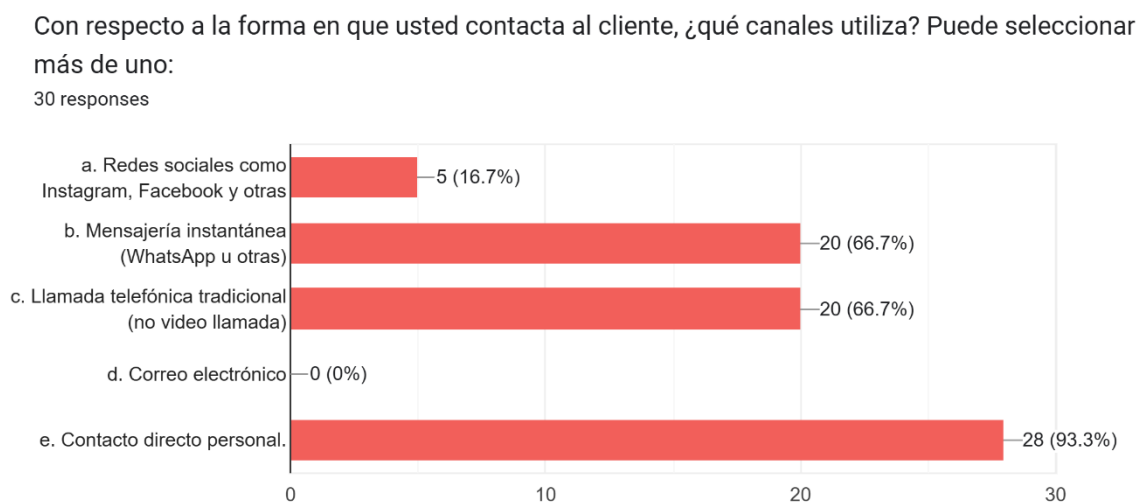


Ilustración 11. Canales de contacto con los clientes de los comerciantes de ganado de Guadalupe.

Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta al uso de herramientas digitales, el uso del teléfono celular es fundamental, como se denota de las siguientes respuestas:

“• De inicio realizo llamadas a mis clientes y después si la persona está lejos le envié fotos por WhatsApp para mostrar lo que estoy vendiendo y de esa manera pactar una cita.

- Publico fotos del ganado en mis redes sociales o comparto información con la gente de la zona.”
- “• Mensajería por Whatsapp, contacto directo con los clientes, y llamadas.
- Publicaciones en redes sociales.”
- “• Contacto directo personal, llamada telefónica y mensajería por WhatsApp.
- El voz a voz y redes sociales.”

Es decir, no se cuenta con intermediarios ni se hace uso de plataformas, se realiza contacto directo que se complementa por WhatsApp, en las conversaciones con los comerciantes se resaltó que cuando ya se han realizado negocios previamente, los compradores no necesariamente ven a los ejemplares en físico, sino que observan imágenes y videos, la experiencia de años en la ganadería bovina les permite, a unos y otros, estimar con alto grado de acierto la condición real de cada ejemplar, incluso su peso y edad.

Finalmente, los comerciantes de ganado recurren principalmente a WhatsApp para realizar promoción de productos en busca de nuevos clientes:

Con respecto a la forma en que usted promociona su producto en búsqueda de nuevos clientes, ¿de qué forma lo hace? Puede seleccionar más de una:

30 responses

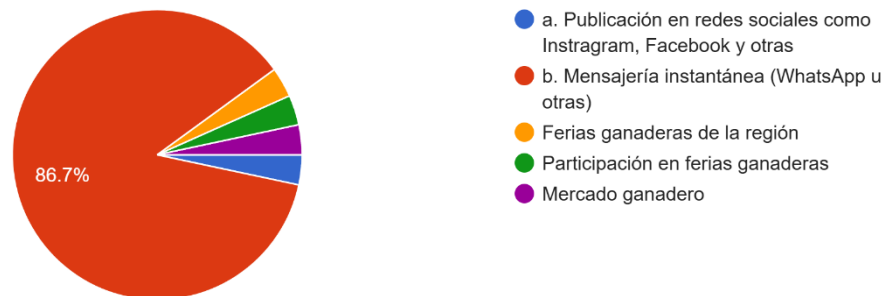


Ilustración 12. Mecanismos de promoción de productos en búsqueda de nuevos clientes.

Fuente: Elaboración propia.

6.1.3 Factores determinantes en el precio del ganado. El precio del ganado es el principal factor al momento de la comercialización, el precio de venta máximo es el definido por el mercado por varios factores: la ubicación del ejemplar y los costos de manejo y transporte, la edad y el peso, las condiciones sanitarias, los ciclos de vacunación, el cumplimiento de compromisos contractuales previos y otros.

De acuerdo con la investigación realizada, hay dos quejas generalizadas por los comercializadores: que el valor real de los ejemplares no se refleja en el precio de negociación y que no se cuenta con información sobre precios de mercado.

6.1.4 Canales de distribución existentes para la comercialización de ganado en Colombia e internacional. Pudo establecerse que existen tres canales de distribución de uso más frecuente para los ganaderos de la región: tiendas de barrio, la pesa local y pequeños supermercados. Es de resaltar que no se cuenta con compañías exportadoras, muy pocos distribuidores mayoristas y aún menos comerciantes de otros tipos. Un breve análisis de esto sugiere que se llega a puntos

de venta directos, con lo que es posible que se logre un mejor precio que a través de mayoristas, pero también muestra que las cantidades que pueden comercializarse serán limitadas, con lo que se pone un techo muy bajo al crecimiento de cada uno de los ganaderos.

Más adelante se verán las recomendaciones que se pueden hacer, de acuerdo con las experiencias nacionales e internacionales, en busca de mayor valor agregado, mejores precios y más cantidades de ejemplares para lograr un verdadero crecimiento de la ganadería de la región.

6.1.5 Mecanismos de promoción al alcance de los ganaderos de Guadalupe, Santander. No obstante la disponibilidad de herramientas digitales para promoción, así como páginas dedicadas a este tipo de negocios e incluso redes sociales, de acuerdo con lo expresado por los ganaderos de la región, continúa recurriéndose al contacto personal directo; un breve análisis de esto muestra dos puntos de interés: de un lado el contacto personal permite estrechar lazos y crear confianza, lo cual a futuro puede facilitar la función comercial, pero de otro lado limita el crecimiento pues se desarrolla una concentración en nicho de mercado, que si bien profundiza un saber hacer, pone un techo muy cercano al crecimiento del ganadero.

6.1.6 Recomendaciones para resolución de las problemáticas. Fruto del análisis, se presentan las siguientes recomendaciones que son resultado de las discusiones del equipo investigador para resolver las problemáticas descubiertas y analizadas:

Tabla 6. Recomendaciones y ejecutores como solución a las problemáticas de producto, precio, plaza y promoción

	Problemática	Recomendación	Ejecutores
--	--------------	---------------	------------

1.1	Falta de control en la crianza y manejo del ganado.	Implementar programas de capacitación sobre buenas prácticas de crianza y manejo, considerando el impacto climático.	- ICA - CAS - FEDEGAN
1.2	Prácticas de alimentación y manejo poco eficientes.	Establecer programas de monitoreo y control para cada tipo de ganado según su objetivo de producción (carne, leche o doble propósito).	- FEDEGAN - ASOLECHE - ASOCEBU - CRIADORES DEL MUNICIPIO
2.1	El valor real de los ejemplares no se aprecia ni se refleja en el precio de negociación.	Implementar sistema de fijación de precios flexible que se ajuste según fluctuaciones de oferta y demanda.	- COMITÉ DE GANADEROS DE LA HOYA DEL RÍO SUÁREZ - FEDEGAN - CRIADORES DEL MUNICIPIO
2.2	Se carece de acceso a información actualizada sobre los precios del mercado.	Crear una base de datos centralizada y fomentando la colaboración entre ganaderos para discutir y acordar precios.	- COMITÉ DE GANADEROS DE LA HOYA DEL RÍO SUÁREZ - CRIADORES DEL MUNICIPIO
3.1	Se carece de alcance a otros mercados por ausencia de canales de comercialización directa lo que lleva a alta variación en los ingresos.	Diversificar canales de comercialización, como plataformas de venta en línea y estrategias de marketing para aumentar la visibilidad.	- COMITÉ DE GANADEROS DE LA HOYA DEL RÍO SUÁREZ - FEDEGAN - CRIADORES DEL MUNICIPIO

3.2	Se depende de intermediarios informales que influyen en el precio, la calidad del producto entregado al cliente final y la confianza en toda la negociación.	Fomentar ventas directas o formalizar relaciones con intermediarios confiables para asegurar precios justos.	- ASOCIACIÓN DE GANADEROS DEL MUNICIPIO - COMITÉ DE GANADEROS DE LA HOYA DEL RÍO SUÁREZ - FEDEGAN - CRIADORES DEL MUNICIPIO
3.3	Se carece de infraestructura y contactos en otros mercados.	Desarrollar alianzas comerciales, mejorar infraestructura y certificaciones de calidad.	- COMITÉ DE GANADEROS DE LA HOYA DEL RÍO SUÁREZ - FEDEGAN - CRIADORES DEL MUNICIPIO - ICA
3.4	Se requiere un sistema confiable que permita identificar el origen, manejo y calidad del producto final.	Implementar un sistema de trazabilidad digital, como etiquetas RFID o códigos QR.	- ASOCIACIÓN DE GANADEROS DEL MUNICIPIO - CRIADORES DEL MUNICIPIO
4.1	Se cuenta con poca visibilidad del producto y se depende de métodos tradicionales.	Desarrollar campañas de marketing digital y participar en ferias para aumentar la visibilidad del ganado.	- FEDEGAN - CRIADORES DEL MUNICIPIO
4.2	Se carece de colaboración y apoyo	Facilitar reuniones periódicas para fomentar la	- FEDEGAN - CRIADORES DEL MUNICIPIO

	mutuo entre ganaderos.	colaboración y el intercambio de información.	
--	------------------------	---	--

6.2 PRACTICAS EXITOSAS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE GANADO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

Para nutrir el análisis se hizo necesario encontrar las mejores prácticas de productores y comercializadores ejemplares tanto a nivel Colombia como en el extranjero.

6.2.1 Mecanismos de venta de los ganaderos en Colombia. La investigación realizada muestra que uno de los mecanismos de venta es a través de comercializadoras internacionales que realizan exportaciones de ganado en pie y de carnes crudas, para este caso y en atención a compromisos previos de los vendedores, se adquieren cantidades previamente acordadas, se cuenta con participación de los compradores en el hato, para garantizar las especificaciones técnicas requeridas en la compra como edad, peso y condiciones sanitarias³⁰.

Otro mecanismo de venta exitoso es el posicionamiento de una marca con base en la especialización, el caso estudiado es mediante el aprovechamiento de mejoras genéticas de una raza en particular, con estas mejoras se logró una mayor productividad en general, lo cual implica una ventaja frente a la competencia por mayor aprovechamiento de los recursos y mayor rentabilidad. La experiencia no se detiene allí, solamente en la comercialización de los ejemplares, sino en la provisión

³⁰ INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO ICA.REQUISITOS ZOOSANITARIOS PARA EXPORTACION DE BOVINOS. [En línea]. Bogotá, 2024. [Consultado en: 04 diciembre 2024]. Disponible en Internet: https://afrodita.ica.gov.co/VW_CONSULTA_REQU_PROD_PAIS/ShowVW_CONSULTA_REQU_PROD_PAISTable.aspx

de servicios a otras haciendas, tanto de transmitir las mejoras genéticas como de comercializar los animales levantados en las otras haciendas.

Un mecanismo de venta exitoso estudiado es el de una hacienda ganadera que se enfocó en mejoras locativas y de procesos productivos para asegurar calidad de producto, el caso estudiado es de una lechería que mejoró condiciones de producción, enfocándose en higiene y un mejor relacionamiento con los trabajadores, logrando más compromiso y participación. Las mejoras influyeron en mayor rentabilidad y sobre todo en un mejor uso del suelo, que para el caso es escaso y poco fértil.

Se presentan las realidades operativas de dos ejemplos, de un lado la Hacienda El Cucharó, que ha enfocado sus esfuerzos en las mejoras genéticas de las razas Brahman Roja y Gris, en las líneas maternas, con lo cual ha podido generar ejemplares más productivos, con mayor peso, con mejores condiciones y con base en esa diferenciación no solamente ha sido líder en la producción propia sino que ha ido extendiendo su negocio a la venta de ejemplares, la asesoría técnica a otras haciendas y la comercialización internacional del ganado, de sus mismas líneas genéticas, pero levantados en otras haciendas, capturando parte del valor creado en esos ejemplares sin el esfuerzo del levante.

De otro lado, se presenta a Expoganados de Colombia, empresa santandereana que se ha especializado en la comercialización de ganado producido en Colombia a clientes ubicados en Medio Oriente, para lo cual ha logrado dos cosas: del lado de la obtención de los ejemplares, esta empresa no cría los ejemplares que comercializa sino que los adquiere de muchos pequeños ganaderos, lo cual implica un seguimiento cercano a los ejemplares, unos procedimientos estrictos para la selección de los mismos con criterios de edad, peso y condiciones sanitarias, y un

esfuerzo enorme para el traslado de los ejemplares hasta el puerto en Cartagena sin que se presenten afectaciones a los mismos.

Adicionalmente, Expoganados ha logrado toda la gestión logística para cargar el barco con las 20 mil cabezas de ganado en pie, contar con el personal que se haga cargo de los ejemplares en el largo viaje en condiciones de trato humano y mantenimiento de condiciones sanitarias, y la entrega en destino, para ello cuenta con el talento humano interdisciplinario de veterinarios, vaqueros y ayudantes pues se trata de toneladas de alimento, grandes cantidades de agua limpia para el consumo del ganado, limpieza permanente de las instalaciones, iluminación y ventilación dentro del barco.

También se presenta en este seminario la experiencia de la Finca La Soñada, que pasó de ser un esfuerzo pequeño a una empresa ganadera lechera productiva, en este caso la diferenciación se presenta en la contratación del personal, en el mantenimiento de condiciones de limpieza y aseo, en la integración vertical hacia atrás con la máxima utilización de sus suelos en alimento para las bestias, en la tecnología para el ordeño y en la administración estricta de toda la empresa, entendida como tal, más que una finca.

6.2.2 Uso de herramientas digitales para la comercialización de ganado en Colombia. La investigación realizada arrojó que la utilización de herramientas digitales por los ganaderos del municipio es escasa, pero que sí existen dichas herramientas en Colombia, aunque son solo puntos de contacto entre compradores y vendedores pues van solo hasta la fase en que vendedores publican sus ejemplares disponibles y compradores presentan sus necesidades, de ahí en adelante se continúa con el contacto personal y la negociación directa; en una nota aparte puede verse que existe una oportunidad en el mercado para que una empresa comercializadora participe como bróker y facilite más la compraventa, y participe en la utilidad del negocio.

6.2.3 Mercado internacional de ganado. Las experiencias exitosas investigadas pueden categorizarse en tres tipos: de un lado la integración vertical hacia adelante, partiendo desde la cría del ganado y finalizando en la oferta de alimentos procesados, pasando por carnes crudas y semiprocadas, de otro lado la especialización en la producción de carnes crudas para la venta al consumidor final con valor agregado en el aseguramiento de condiciones técnicas apreciadas por dichos consumidores; finalmente, el ultra procesamiento de leches, entregando al consumidor final marcas bien posicionadas y promocionadas con valores agregados nutricionales y especialización en nichos de consumidores con necesidades específicas como bebés y adultos mayores.

En lo que tiene que ver con exportaciones, es de resaltar que la experiencia colombiana es negativa en aprovechamiento de tratados de libre comercio, no porque no existan oportunidades sino porque el país, fragmentado y falto de apoyo institucional, no tiene la capacidad de ofrecer productos en cumplimiento de requisitos fitosanitarios para competir en dichos mercados como el americano y la mayoría del europeo; por lo anterior, las experiencias exitosas de exportaciones de ganado se han dado en países de medio oriente como Egipto, Jordania y Arabia, en que existen por supuesto condiciones sanitarias de entrada, pero que pueden ser aseguradas por los comercializadores con medidas puntuales en sus hatos proveedores y por sí mismos en el acopio de los ejemplares y su traslado hasta destinos.

6.2.4 Ejemplo 01, JBS. La empresa JBS³¹ es una multinacional brasilera, reconocida como uno de los líderes mundiales de la industria de alimentos, tiene 70 años de historia, con negocios en al menos 20 países, 270 mil trabajadores y cuenta

³¹ JBS. Breeding, transportation and production. [En línea]. JBS, Sao Paulo: 2024. [Consultado en 20 Noviembre 2024]. Disponible en internet: <https://www.jbs.com.br/en/sustainability/animal-welfare/breeding-transportation-and-production/>

con un portafolio de productos con opciones desde carnes frescas y congeladas hasta comidas preparadas.

Con relación a la manufactura o producción, JBS anima a las haciendas a adoptar las mejores prácticas mediante el desarrollo de campañas, capacitaciones y seminarios y patrocina programas para dicha adopción de prácticas, teniendo a la cría como un paso fundamental en mantenimiento de condiciones de bienestar animal, para esto, la empresa supervisa el proceso de control y bienestar de los animales en todas las fases, desde la cría hasta la producción, pasando por el transporte.

La cría de ganado en JBS se realiza mediante la constante propuesta a sus proveedores a seguir los lineamientos de materiales técnicos sobre sanidad y bienestar animal elaborados por el propio personal técnico de la Empresa, así como manuales de Buenas Prácticas de Manejo del Grupo de Estudios e Investigación en Etología y Ecología Animal (Grupo Etco), patrocinados y reeditados por JBS.

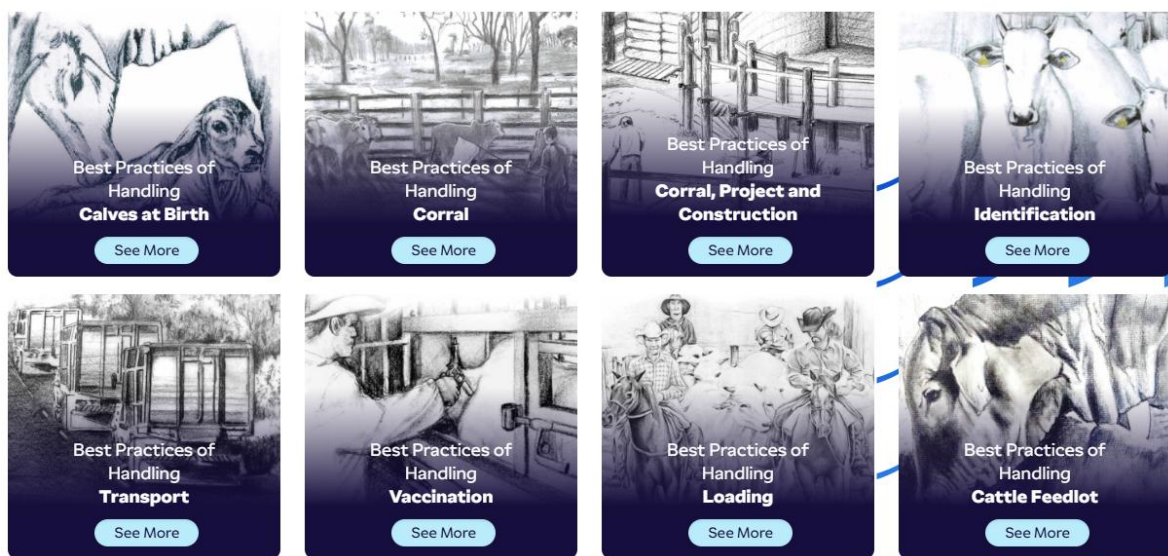


Ilustración 13. Cría de ganado en JBS.

Fuente: Elaboración propia.

Los lineamientos tienen los siguientes enfoques:

- Mejores prácticas de manejo de terneros al nacer
- Mejores prácticas de manejo del corral
- Mejores prácticas en proyectos y construcciones de corrales
- Mejores prácticas en la identificación de los animales
- Mejores prácticas para el transporte
- Mejores prácticas en vacunación
- Mejores prácticas en el cargue a camiones y otros
- Mejores prácticas en el corral de engorde

Ahora bien, en lo que tiene que ver con comercialización, JBS ha diversificado su oferta de manera amplia y extensa, con enfoque hacia diferentes nichos de mercado pues sus marcas parten de la diferenciación del producto, desde carnes crudas de razas de reconocimiento y prestigio como Angus hasta carnes procesadas con destino a preparaciones como hamburguesas. Llama la atención que han desarrollado marcas con enfoque hacia productos libres de preservantes artificiales.

6.2.5 Ejemplo 02, Cargill. Cargill³² se reconoce a sí mismo como: “Proveedor de alimentos, ingredientes, soluciones agrícolas y productos industriales para nutrir al mundo de modo seguro, responsable y sostenible.” Es una empresa aún con mayor cobertura: 70 países, 160 mil miembros, 125 mercados, 159 años de historia. En lo concerniente a carne de res, su propuesta incluye trazabilidad a haciendas con prácticas humanas hacia los animales certificadas por entes independientes.

Para esto, la compañía trabaja con las haciendas para garantizar el bienestar y la calidad del ganado; del rancho a la mesa, Cargill eleva el nivel de la carne de vacuno

³² CARGILL. Meat and Poultry. [En línea]. Cargill, Chicago: 2024. [Consultado en 20 Noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.cargill.com/meat-poultry>

ayudando a promover las mejores prácticas en toda la cadena de suministro, lo cual realiza siguiendo el modelo presentado a continuación:

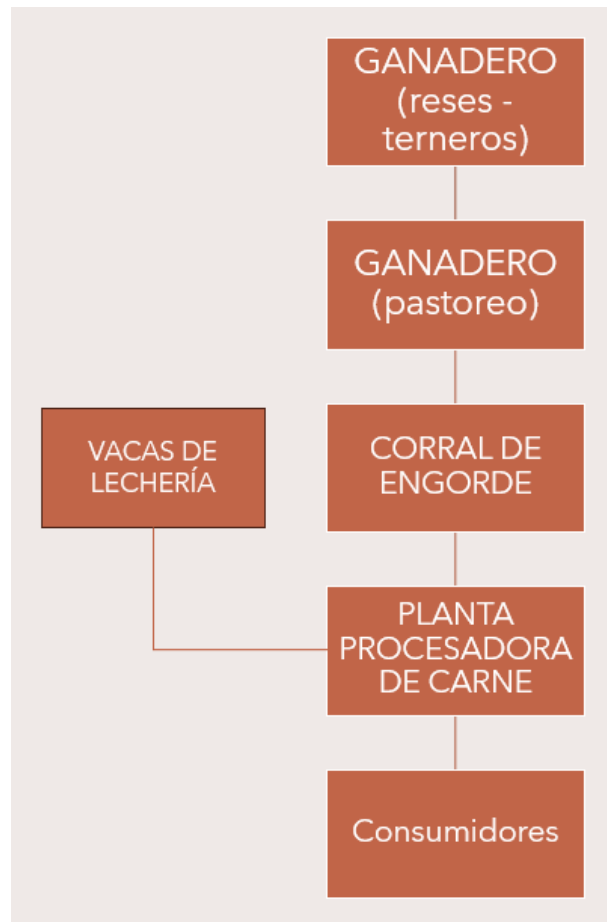


Ilustración 14. Producción de ganado en Cargill.

Fuente: Elaboración propia.

1. La mayoría de los terneros nacen en primavera y cambian de propietario dos o tres veces, lo que garantiza un suministro durante todo el año.
2. EL GANADERO (reses-terneros) cría a los terneros con sus madres hasta el destete.
3. EL GANADERO (pastoreo) pastorea el ganado en los prados y lo alimenta hasta que el ganado tiene entre 12 y 15 meses de edad.
4. EL CORRAL DE ENGORDE termina de alimentar al ganado con una dieta equilibrada de grano y fibra para potenciar la ternura y el sabor.

5. LAS VACAS DE LECHERÍA van a la planta de procesamiento de carne una vez que dejan de producir leche.
6. LA PLANTA PROCESADORA DE CARNE se encarga del sacrificio, el procesamiento, el envasado y la distribución. Desde allí, se envía carne de vacuno a tiendas de comestibles y restaurantes de todo el mundo.

Con respecto a la comercialización, Cargill tiene su enfoque hacia la carne madurada de res de la cual resalta su trazabilidad en búsqueda de asegurar la percepción de suavidad y sabor por los consumidores. Cargill asegura el cumplimiento de prácticas y estándares que garantizan el trato humano de los animales por ser esto altamente valorado por los consumidores. Llama la atención que se cuenta con varios productos alternos como soporte a otros procesadores de alimentos e incluso a la industria farmacéutica.

6.2.6 Ejemplo 03, Nestlé. El cubrimiento de Nestlé³³ y su reconocimiento a nivel internacional es aún mayor con 188 países, 340 factorías en 76 de ellos, trabajando con 500 mil haciendas a nivel mundial, tiene en su planta de personal a 270 mil trabajadores, tiene en su haber a 2000 marcas y 150 años de historia; la empresa resalta que a través de auditorías e inspecciones periódicas, se asegura el cumplimiento de altos estándares internos, y requisitos regulatorios internacionales por parte de los proveedores.

Para Nestlé, con relación a la cría de ganado, la empresa se enfoca en impulsar cambios en la ganadería lechera que reduzcan su impacto en el medio ambiente y que el futuro de la industria láctea puede ser neto cero, lo cual reconoce como un objetivo ambicioso, pero se está trabajando con los ganaderos para hacerlo realidad. Por ejemplo: en Indonesia, se ayuda a los productores de leche a generar

³³ Nestlé. Our vision: A net zero future for dairy farming. [En línea]. Nestlé, Berna: 2024. [Consultado en 20 Noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.nestle.com/sustainability/regeneration/supporting-dairy-farmers>

su propio biogás utilizando estiércol de vaca, en Pakistán, se han formado a más de 14.000 mujeres agroempresarias para ayudarlas a mejorar sus prácticas y conocimientos agrícolas, a la vez que, en Brasil, se está trabajando con más de 1.500 productores de leche para ayudarles a abastecerse de energía renovable y a producir más leche con menos impacto medioambiental.

Con respecto a la comercialización, Nestlé se enfoca en alimentos ultra procesados que van desde ingredientes hasta comidas precocidas frías o congeladas. Nestlé procesa la leche y comercializa productos con alto valor añadido como leches “orgánicas”, para bebés, para la primera infancia y bebidas con base láctea para nutrición específica. La empresa tiene una gama muy amplia de productos procesados para consumo humano incluyendo chocolates, helados, café y alimentos para nutrición de animales domésticos.

6.3 FACTORES CLAVE PARA LA MEJOR COMERCIALIZACION DE GANADO EN GUADALUPE, SANTANDER

El análisis del proceso seguido para la comercialización de ganado en el municipio de Guadalupe, Santander, y la toma de ejemplos en productores y comercializadores nacionales e internacionales sirvió como base para la determinación de factores clave y su implementación en el municipio de Guadalupe.

Se presenta un cuadro resumen de las experiencias exitosas tomadas como ejemplo para de allí tomar conclusiones y recomendaciones prácticas para los ganaderos y comercializadores del municipio:

Tabla 7. Resumen de experiencias exitosas tomadas como ejemplo

Empresa	Ventaja competitiva	Enfoque de mercado	Recomendaciones
Hacienda El Cucharo	Producto: Ganado con mayor valor agregado. Precio: Aprovechamiento de mayor tamaño y peso al momento de la venta en el mismo tiempo de cría. Plaza: Indiferente. Promoción: Alto aprovechamiento de la diferenciación de su producto.	- Comercialización de ganado propio y de terceros con realización de eventos. - Venta de servicios para la mejora genética en otras ganaderías.	- Hallar característica(s) diferenciadora(s) en el producto. - Aplicar herramientas promocionales diferentes a las utilizadas en la actualidad.

Empresa	Ventaja competitiva	Enfoque de mercado	Recomendaciones
	Especialización: Ganado de mayor tamaño y peso logrado mediante mejoras genéticas de raza Brahman.		
La Soñada	Producto: Leche, alimento semiprocados. Precio: competitivo con base en enfoque en procesos y busca de productividad. Plaza: Área de cobertura cercana, canales locales. Promoción: Mínima, alimentos semiprocados dejan márgenes cortos, pocos recursos para estas actividades. Integración vertical: Hacia atrás con aprovechamiento de recursos propios; hacia adelante con venta de producto con valor agregado (leche).	- Comercialización de producto con valor agregado: leche, con certificación de calidad con base en diseño y aplicación de procesos con trazabilidad.	- Explorar la posibilidad de hacer mejor aprovechamiento de recursos. - Aplicar procesos productivos que puedan tener trazabilidad.

Empresa	Ventaja competitiva	Enfoque de mercado	Recomendaciones
Expoganados de Colombia	Producto: Ganado en pie. Precio: Mayor margen en comparación al mercado nacional. Plaza: Altos retos en logística, canal de distribución propio. Promoción: Totalmente directa con clientes extranjeros. Especialización: Logística para el acopio y la exportación de ganado en pie a países de medio oriente.	- Comercialización de producto con valor agregado: ganado en pie, en condiciones que satisfacen los requerimientos del cliente, puesto en el puerto de entrada del país del cliente.	- Explorar la posibilidad de aumentar las capacidades de aseguramiento de calidad de acuerdo con requisitos del cliente. - Revisar la posibilidad de aumentar capacidades logísticas que permitan la entrega del producto, en condiciones requeridas por el cliente.
JBS (multinacional brasilera) Cargill (multinacional americana) Nestlé (multinacional de origen suizo)	Producto: Carnes semiprocesadas y procesadas. Precio: Diversidad de precios, diversidad de márgenes con relación a valores agregados variados. Plaza: Enfoque en canales que permiten llegar a consumidores.	- Comercialización de producto con valor agregado: carnes crudas en cortes semiprocesados de razas de gran prestigio y dificultad de cría. - Comercialización de productos con valor agregado: Platos	- Hallar característica(s) diferenciadora(s) del producto. - Hacer alianzas para ofrecer productos semiprocesados o procesados al consumidor final (incluso restaurantes).

Empresa	Ventaja competitiva	Enfoque de mercado	Recomendaciones
	Promoción: Enfoque en consumidores. Especialización: Aplicación de mejores prácticas en los hatos para asegurar mayor productividad. Integración vertical hacia adelante: Procesamiento de carnes para agregar valor al producto llegando incluso a platos procesados listos para calentar y servir a la mesa.	semiprocesados o procesados con destino al consumidor final.	

Para el desarrollo de esta relatoría, se presenta este cuadro que pretende resumir las características del negocio en el municipio, las contrapartes en empresas con prácticas exitosas y las acciones a emprender que serán base para las conclusiones y recomendaciones del seminario.

Tabla 8. Resumen de características propias, ejemplares y acciones a emprender

Ítem	Práctica actual	Práctica exitosa ejemplar	Acciones a emprender
1	Terneros separados de su madre en un momento definido por la experiencia en ganadería	Terneros separados de su madre en el momento óptimo y mantenidos por una ganadería especializada, área de manutención diseñada para tal fin, alimentación y trato humano al animal de acuerdo con las mejores prácticas con soporte técnico	Enfoque en mejorar el producto para tener control sobre costos y mejorar el margen de rentabilidad del negocio. Fomentar que algunas ganaderías se especialicen en las mejores prácticas para cría de terneros hasta llegar a condiciones de pastoreo, en este momento pasarán a otra ganadería especializada en ello
2	Pastoreo tradicional de acuerdo con los recursos de cada ganadería	Pastoreo en las mejores áreas para tal fin, con presencia de áreas boscosas (sistema silvopastoril), con seguimiento permanente por el ganadero, con alimentación y trato humano al animal de acuerdo con las mejores prácticas con soporte técnico	Enfoque en mejorar el producto para tener control sobre costos y mejorar el margen de rentabilidad del negocio. Propender porque las ganaderías aptas para tal fin se especialicen en el pastoreo que se da posterior a que el ternero llegue a condiciones definidas técnicamente para tal fin

Ítem	Práctica actual	Práctica exitosa ejemplar	Acciones a emprender
3	En algunos casos se cuenta con corrales, en otros no	Implementación de mejores prácticas para diseño, construcción y manejo de reses en corrales que faciliten el engorde y la disposición final de los ejemplares para su comercialización Especialización de ganaderías en el manejo de ejemplares en corrales con sostenimiento de condiciones higiénicas, alimentación adecuada y trato humano al animal de acuerdo con las mejores prácticas técnicamente respaldadas	Enfoque en mejorar el producto para tener control sobre costos y mejorar el margen de rentabilidad del negocio. Instar a que algunas ganaderías se especialicen en el manejo de reses en corrales como paso final para su comercialización con condiciones diseñadas con soporte técnico para tal fin
4	Se crían diversidad de razas, incluso las más tradicionales en la región como las criollas, que se han adaptado a condiciones de la región, pero que no son las que presentan mayor rapidez de crecimiento, mayores tamaños,	Hacienda El Cucharo desde hace muchos años se especializó en la raza Brahman Roja con mejoramiento genético, de su esfuerzo se han nutrido varias otras ganaderías en el país, se tiene como ejemplo de mejora en productividad y aumento de márgenes	Enfoque en mejorar el producto para tener control sobre costos y mejorar el margen de rentabilidad del negocio. Contactar a Hacienda El Cucharo en busca de asesoría en la implementación de la raza Brahman Roja en el municipio de Guadalupe, es hora de paulatinamente ir dejando razas criollas de menor tamaño y peso para pasar a razas más productivas

Ítem	Práctica actual	Práctica exitosa ejemplar	Acciones a emprender
	aunque sí resistencia al clima		Similar esfuerzo puede hacerse en busca de implementar una mejor raza para la producción de lácteos En general: Implementación de nuevas razas con resultados comprobados por mejoramiento genético en rapidez de crecimiento, logro de tamaños mayores y resistencia a adversidades como clima y enfermedades
5	Se comercializa el ganado en pie a clientes cercanos, sin diferenciación que permita mayores precios y mejores condiciones de compraventa	JBS, Cargill y Nestlé son ejemplos de empresas que han identificado factores diferenciadores y los han presentado al mercado, logrando mayores valores agregados, ventajas competitivas y crecimiento sostenido en ventas con permanente consecución de nuevos clientes y mercados. Los factores diferenciadores para cada caso son: Carnes presentadas como mejores en sabor por provenir de razas menos conocidas y de mayor dificultad de cría, productos semiprocados de	Enfoque en el Precio: Búsqueda de agregar valor para aumentar el precio de venta y los márgenes. Enfoque en la Plaza: Búsqueda de mayor cobertura, llegar con los productos a nuevas áreas geográficas, nuevos clientes, nuevos usuarios. Enfoque en la Promoción: Productos procesados facilitan productos empacados y la creación de marcas a

Ítem	Práctica actual	Práctica exitosa ejemplar	Acciones a emprender
		carnes con destino a usuarios finales incluso industriales, productos ultra procesados con alto valor agregado y enfoque a nichos de mercado como bebés y adultos mayores.	promocionar en clientes y consumidores. Las ganaderías del municipio deben superar esta fase de crecimiento mínimo y cero diferenciaciones para avanzar a una diferenciación que permita estrategias comerciales que lleven a más ventas y un mejor posicionamiento en el mercado Se sugiere la consecución de asesoría por entes especializados como Fedegan y la UIS para encontrar cuál debe ser la ruta para establecer factores diferenciadores, encontrar apoyos y concentrar esfuerzos en ello

6.3.1 Clientes para los ganaderos de Guadalupe, Santander. El siguiente listado de clientes potenciales^{34 35 36} para los ganaderos de Guadalupe, Santander, toma distancia de los clientes tradicionales y señala el camino hacia una ganadería tecnificada con mayor rendimiento y productividad, con énfasis en el logro de especificaciones técnicas de los compradores, tanto en edad y peso, como en condiciones fitosanitarias:

Red Cárnica S. A. S.

Alimentos Cárnicos

Comercializadora Derivados Cárnicos S. A. S.

Global Hides S. A. S.

Cattlemeat S.A.S.

A1A Cargotrans Import & Export S.A.S.

Camagüey S.A.

Frigorífico del Sinú – Frigosinú S. A.

Inversiones Bonanza J Y C

Distrifruver Angello S. A. S.

Expoganados Internacional S.A.S.

Inversiones Bonanza J Y C Sociedad Anónima Simplificada

C. I. Gold Land S.A.S.

Frontera Vacana S.A.S.

Cooperativa Colanta

Lactalis Colombia LTDA

³⁴ AGRONEGOCIOS. Estas son las empresas que exportaron más carne, ganado y lácteos en 2021. [En línea]. Bogotá, 2022. [Consultado en 05 diciembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.agronegocios.co/finca/estas-son-las-empresas-que-exportaron-mas-carne-ganado-y-lacteos-en-2021-3297331>

³⁵ CI COMMERCE INTERNATIONAL GROUP SAS. ¿A qué nos dedicamos? [En línea]. Bogotá, 2024. [Consultado en 06 diciembre 2024]. Disponible en Internet: <https://cicomercializadora.com/a-que-nos-dedicamos/>

³⁶ AEXGAN, Asociación Colombiana de Exportadores de Ganado. [En línea]. Bogotá, 2024. [Consultado en 06 diciembre 2024]. Disponible en Internet: <https://aexgan.com/quienes-somos/>

Parmalat Colombia LTDA

Alpina S. A.

Bufalabella S. A. S.

Trading Group International S. A. S.

JaJa Alimentos S. A. S.

Nestlé de Colombia S. A.

Productos La Carreta LTDA

Asesores Aduaneros & Logística Internacional S. A. S.

CI Comercializadora SAS

6.3.2 Canales de distribución de los ganaderos de Guadalupe, Santander. De acuerdo con la investigación realizada, los ganaderos de Guadalupe, Santander, realizan sus ventas a través de canales de distribución tradicionales y, con el respeto que merecen, aquellos que tienen un nivel de exigencia al alcance de una ganadería realizada de manera tradicional, que no toma en cuenta varias actividades técnicas sugeridas en la investigación, como es una verdadera tecnificación de la ganadería, con prácticas de cría, levante y comercialización, expuestas en el seminario 02 y 03; los canales utilizados son:

- Compradores locales y de municipios cercanos como tiendas de barrio, pequeños supermercados, pesas y plazas de mercado.
- Compradores locales comercializadores, que realizan compras de varios ejemplares y asumen el riesgo de realizar el transporte de estos a frigoríficos y clientes ubicados en el resto del departamento de Santander.

La utilización de estos canales de distribución limita el crecimiento de los ganaderos del municipio, no solo porque el mismo se limita al crecimiento porcentual esperado de toda la economía, sino porque no genera necesidades de añadir mayor valor agregado, que redundaría en un aumento de ingresos y utilidades, ni causa aumentos considerables de cantidades de producto, lo que también ocasionaría

aumento de ingresos y utilidades. Es necesario abandonar la zona de confort y buscar competir en otros mercados.

6.3.3 Promoción del ganado levantado en Guadalupe, Santander. Como pudo evidenciarse en la investigación, solamente se hace uso de mecanismos de promoción directa sin asociatividad, partiendo de cada uno de los ganaderos o comercializadores hacia sus compradores, esta promoción se realiza por mecanismos tradicionales como el contacto personal y la llamada telefónica, y a través de mensajería instantánea WhatsApp, haciendo mención a que por medio de este último mecanismo, se comparten imágenes y videos, de forma que la compra puede realizarse en remoto, pero haciendo salvedad que debido a las dificultades de transporte y al impacto que esto tiene en el precio para cantidades pequeñas de animales, la promoción se realiza a clientes cercanos al área de influencia del municipio.

6.3.4 Precio del ganado que se levanta en Guadalupe, Santander y variables que inciden sobre él. Pudo constatarse que el precio del ganado del municipio depende de variables cuantificables como son el peso y la edad, y de otras como la raza o mezclas de ellas y las condiciones del ejemplar, para lo cual se hace uso de la experiencia pues no se cuenta con herramientas de trazabilidad que permitan al comprador conocer de los registros de alimentación, condiciones de cría, vacunas y demás que puedan dar certeza acerca de condiciones sanitarias.

7. CONCLUSIONES

Como conclusiones de este trabajo de investigación se tiene:

- Con relación a la descripción del producto del municipio de Guadalupe, Santander, es ganado bovino, lechero, para producción de carne y doble propósito, de razas criollas y cebuínas, aunque pueden encontrarse otras, en pie.
- En lo concerniente al uso de herramientas digitales para la comercialización del ganado bovino producido en el municipio de Guadalupe, Santander, se cuenta con comunicaciones por mensajería instantánea WhatsApp y hay plataformas disponibles para la publicación de anuncios al público específico interesado en la ganadería, en todo el país. Los ganaderos y comercializadores del municipio de Guadalupe cuentan con un gran potencial con base en su experiencia ganadera, su cadena de suministro, su mano de obra cercana y su clientela, es decir, se cuenta con una base para cubrimiento de costos fijos y para iniciar proyectos de mejoramiento en varios aspectos.
- Se tienen dificultades por falta de especialización en las fases de la producción del ganado bovino en el municipio de Guadalupe, Santander, se pudo notar que las experiencias exitosas investigadas, tanto a nivel nacional como internacional, con relación a la producción del ganado bovino, tienen como factor común que cada una de ellas halló un factor diferenciador y una ventaja competitiva; para los ganaderos del municipio esto no es claro, ni cuál o cuáles son los factores diferenciadores ni cuál o cuáles las ventajas competitivas.

- Hay mucho camino por recorrer en lo concerniente a la comercialización misma. Los ganaderos del municipio están concentrados en los mismos clientes, produciendo los mismos productos en las mismas condiciones, esto genera un círculo vicioso que lleva a disminuciones de precios, de valores agregados y de márgenes, con esto se encamina el sector a su destrucción y desaparición pues se llegará sin duda a que las ganaderías no sean sostenibles.
- Se concluye que los ganaderos del municipio de Guadalupe, Santander, deben ampliar su mercado a otros y diferentes clientes, para esto se debería producir otro tipo de productos, bien sea otras razas u realizar integración vertical hacia adelante entregando al mercado productos semiprocesados, procesados e incluso ultra procesados, de esta forma se puede crear un círculo virtuoso que lleve a aumentos de precios, de valores agregados y de márgenes de rentabilidad, de esta forma el sector ganadero del municipio empezará a surgir y asegurará su permanencia con base en su sostenibilidad.

8. RECOMENDACIONES

A forma de recomendaciones, este trabajo de investigación sugiere de manera respetuosa e informada:

- De manera asociada y concertada, dividir el trabajo de ganadería del municipio tomando como ejemplo las buenas prácticas de manufactura internacionales: cría de terneros hasta el destete, pastoreo hasta 12-15 meses de edad y corral de engorde; con ganaderías dedicadas a cada una de las fases se logra profundización en el trabajo con concentración de esfuerzos y especialización que tendrá como resultado mayor productividad y mayores márgenes para todos.
- La asociatividad de los ganaderos del municipio de Guadalupe, Santander, que son productores de ganado bovino, también permitirá la negociación de condiciones de suministro de insumos en bloque, lo que facilitará llegar a mayoristas ubicados en otras ciudades o incluso realizar importaciones directas de granos y fibras para una mejor dieta con menores costos.
- La asociatividad también hará posible contar con personal tecnificado que de manera continua haga visitas a las haciendas y monitoree de manera cercana el desempeño de la parte de producción, y el registro y seguimiento que certificará el producto a los compradores.
- De manera asociada y concertada, definir un único enfoque productivo, bien sea por raza, por canal de distribución, por especialización en el producto (carne en pie, semiprocesados, procesados y ultra procesados) para que al tener un único

esfuerzo se logren mejores resultados con base en la unión y la fuerza de la asociación.

- Establecer un único ente comercializador, bien sea con personal de las mismas ganaderías o contratados, especializados en la búsqueda de clientes fuera del municipio que permitan la venta de mayores cantidades de producto a mejores precios.
- Con relación a la implementación de modelos silvopastoriles en línea con la especialización de ganaderos criadores y/o de pastoreo, se recomienda que los ganaderos desarrollen diagnósticos personalizados pues todas las tierras requieren procesos diferentes, esto en línea con las condiciones de los ejemplares que allí se ubiquen.

BIBLIOGRAFÍA

ACEVEDO GARCIA, Jhoan, ALBARRACIN ARIAS, Luis, AYALA ESPÍNDOLA, Julieth, y otros. Colombia frente a la globalización y los tratados de libre comercio para la exportación de carne bovina. [en línea]. Bucaramanga: Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias de la Salud, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Bucaramanga, 202135 p. [Fecha consulta: 13 de mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/7a53630c-85c0-49a1-8d7e-3153887bd330>

AEXGAN, Asociación Colombiana de Exportadores de Ganado. [En línea]. Bogotá, 2024. [Consultado en 06 diciembre 2024]. Disponible en Internet: <https://aexgan.com/quienes-somos/>

AGRONEGOCIOS. Estas son las empresas que exportaron más carne, ganado y lácteos en 2021. [En línea]. Bogota, 2022. [Consultado en 05 diciembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.agronegocios.co/finca/estas-son-las-empresas-que-exportaron-mas-carne-ganado-y-lacteos-en-2021-3297331>

BLOG AGROCAMPO. Ganado Cebú. Todo sobre el ganado cebuino. [En línea]. Bogotá: Blog Agrocampo, 2020. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://blog.agrocampo.com.co/ganado-cebu-todo-sobre-el-ganado-cebuino/>

CARGILL. Meat and Poultry. [En línea]. Cargill, Chicago: 2024. [Consultado en 20 Noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.cargill.com/meat-poultry>

CARVAJAL, Mauricio; MURGUEITIO, Enrique y CALLE, Zoraida. Sistemas silvopastoriles y conectividad ecológica en un paisaje de pastoreo de la región del

Magdalena Medio, Colombia. [En línea]. Universidade Federal do Pará, 2022. [Consultado en 13 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/agroecosistemas/article/view/13604/9530>

CI COMMERCE INTERNATIONAL GROUP SAS. ¿A qué nos dedicamos? [En línea]. Bogotá, 2024. [Consultado en 06 diciembre 2024]. Disponible en Internet: <https://cicomercializadora.com/a-que-nos-dedicamos/>

CONTEXTO GANADERO. 4 pilares de la ganadería de Santander en 2019. [En línea]. Bogotá: Revista Contexto Ganadero, 2019. [Consultado en 16 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/regiones/4-pilares-de-la-ganaderia-de-santander-en-2019>

CONTEXTO GANADERO. Conozca el inventario estimado de razas bovinas en Colombia. [En línea]. Bogotá: Revista Contexto Ganadero, 2019. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/conozca-el-inventario-estimado-de-razas-bovinas-en-colombia>

CONTEXTO GANADERO. Ganaderos en Colombia usan WhatsApp para hacer negocios. [En línea]. Bogotá: Contexto Ganadero, 2023. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/ganaderos-en-colombia-usan-whatsapp-para-hacer-negocios>

CONTEXTO GANADERO. Ganaderos de Santander aprenderán a implementar sistemas silvopastoriles, gracias a Fedegán y Fedegasan. [En línea]. Bogotá, 2024. [Consultado en 16 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/regiones/organizan-brigada-de-ganader%C3%ADa-sostenible-en-santander>

CONTEXTO GANADERO. Lo mejor de estas siete razas de ganado criollo colombiano. [En línea]. Bogotá: Contexto Ganadero, 2023. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/informes/lo-mejor-de-estas-siete-razas-de-ganado-criollo-colombiano>

CONTEXTO GANADERO. Mantener bien el recurso humano es clave para la rentabilidad ganadera. [En línea]. CONTEXTO GANADERO, Bogotá: 2024. [Consultado en 15 diciembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/economia/mantener-bien-el-recurso-humano-es-clave-para-la-rentabilidad-ganadera>

CONTEXTO GANADERO. Talento humano como talón de Aquiles en la empresa agropecuaria. [En línea]. CONTEXTO GANADERO, Bogotá: 2019. [Consultado en 15 diciembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/talento-humano-como-talon-de-aquiles-de-la-empresa-agropecuaria>

DE AGRONOMÍA. Ganado Bovino. Que es, origen, clasificación, características y más. [En línea]. Bogotá: De Agronomía, 2024. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://deagronomia.com/ganaderia/ganado-bovino/>

EXPERTO ANIMAL. Enfermedades comunes del ganado bovino. [En línea]. Experto animal: Bogotá, 2018. [Consultado en 2 abril 2024]. Disponible en Internet: <https://www.expertoanimal.com/enfermedades-comunes-del-ganado-bovino-23400.html>

FINAGRO. Marco de Referencia Agroeconómico GANADERÍA DE CEBA EN SANTANDER. [En línea]. Bogotá: FINAGRO. [Fecha de consulta: 23 de junio de 2024]. Disponible en Internet: [chrome-](#)

<https://santander.gov.co/publicaciones/4531/gobierno-de-santander-promueve-el-fomento-de-la-ganaderia-brangus/>

GUZMAN, Alba; MENDOZA, Javier; TAVERA, Nancy y MENDOZA, Luz Helena. ANALISIS COMPARATIVO DE LA PRODUCCION DEL SECTOR GANADERO EN SANTANDER 2011-2016. [En línea]. Unidades Tecnológicas de Santander, 2018. [Consultado en: 13 mayo 2024]. Disponible en Internet: <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/730/96%20ANALISIS%20COMPARATIVO%20DE%20LA%20PRODUCCION%20DEL%20SECTOR%20GANADERO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hacienda El Cucharo. Somos Líderes. [En Línea]. Girardot: Hacienda el Cucharo, 2024. [Consultado en 23 de junio 2024]. Disponible en Internet: <https://haciendaelcucharo.com/somos-lideres/#>

INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO ICA.REQUISITOS ZOOSANITARIOS PARA EXPORTACION DE BOVINOS. [En línea]. Bogota, 2024. [Consultado en: 04 diciembre 2024]. Disponible en Internet: https://afrodita.ica.gov.co/VW_CONSULTA_REQU_PROD_PAIS/ShowVW_CONSULTA_REQU_PROD_PAISTable.aspx

INSTITUTO PARA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN AGRICULTURA INTAGRI S.C. Utilización de forraje en dietas para bovinos de engorda. [En línea]. Intagri: Culiacán, 2019. [Consultado en 2 abril 2024]. Disponible en Internet: <https://www.intagri.com/articulos/ganaderia/utilizacion-de-forraje-en-dietas-para-bovinos-de-engorda#:~:text=El%20forraje%20en%20canti%C2%ADdades%20moderadas%20en%20las%20raciones,la%20salud%20animal%2C%20y%20el%20costo%20de%20producci%C3%B3n.>

JBS. Breeding, transportation and production. [En línea]. JBS, Sao Paulo: 2024. [Consultado en 20 Noviembre 2024]. Disponible en internet: <https://www.jbs.com.br/en/sustainability/animal-welfare/breeding-transportation-and-production/>

MÁS COLOMBIA. A la baja: el panorama desalentador de las exportaciones de ganado en el 2023. [En línea]. MÁS COLOMBIA: Bogotá, 2024. [Consultado en 11 noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://mascolombia.com/exportaciones-de-ganado-en-el-2023/>

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Cadena Cárnica Bovina. [En línea]. Bogotá, 2020. [Consultado en 16 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Bovina/Documentos/2020-12-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Guías de Movilización ICA. [En línea]. Bogotá: Ministerio de Agricultura, ICA. [Fecha de consulta: 23 de junio de 2024]. Disponible en Internet: <https://www.minagricultura.gov.co/Paginas/Guias-de-Movilizacion-ICA.aspx>

MUNICIPIO DE GUADALUPE, SANTANDER. PLAN DE DESARROLLO “JUNTOS POR EL DESARROLLO” NUESTRO PUEBLO PRIMERO. [En línea]. SECRETARIA DE PLANEACION, OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS, 2024. [Consultado en 22 abril 2024]. Disponible en Internet: https://guadalupesantander.micolombiadigital.gov.co/sites/guadalupesantander/content/files/000322/16090_anexo-1-capitulo_sgr_guadalupe_4_04_2024.pdf

Nestlé. Our vision: A net zero future for dairy farming. [En línea]. Nestlé, Berna: 2024. [Consultado en 20 Noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.nestle.com/sustainability/regeneration/supporting-dairy-farmers>

RODRIGUEZ, Daniela. Estas son las cuatro plataformas para la compra y venta de ganado en Colombia. [En línea]. AGRONEGOCIOS, 2022. [Consultado en 17 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://www.agronegocios.co/agricultura/estas-son-las-cuatro-plataformas-para-la-compra-y-venta-de-ganado-en-colombia-3334938>

RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Olga y LUNA GÓMEZ, Marco. Dinámica de sistemas aplicada a la toma de decisiones en la producción y comercialización pecuaria de Santander (Colombia). Un caso de aplicación en un hato ganadero de la provincia de García Rovira. [En línea]. Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2020. [Consultado en 7 mayo 2024]. Disponible en Internet: <<http://hdl.handle.net/20.500.12749/12083>>

SANDOVAL VARGAS, Julián y VARGAS CEDIEL, Juan. Modelo empresarial para la empresa AGROSILVER en el municipio de Sabana de Torres, Santander, Colombia. [En línea] Universidad Santo Tomás, 2023 [Consultado en: 7 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/53092>

TVAGRO.COM. Cómo se exportan 20.000 cabezas de ganado desde Colombia. [En línea]. TVAGRO: Bogotá, 2024. [Consultado en 11 noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=73Xh1Opq5fl&t=1224s>

TVAGRO. Cómo transformar tu finca a empresa ganadera. [En línea]. TVAGRO, Bogotá: 2019. [Consultado en 11 noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=oqr56mHKw3k>

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. GUÍA PARA TRABAJOS DE GRADO. UIS: Bucaramanga, 2017. p. 85-87

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. LINEAMIENTOS PARA EL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN COMO MODALIDAD PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO. [En línea]. UIS: Bucaramanga, 2007. [Consultado en 16 de septiembre de 2024]. Disponible en Internet: https://uis.edu.co/wp-content/uploads/2022/05/Jul2_trabajos_grado_doc3.pdf

VETERINARIOS COLOMBIA. Enfermedades comunes del ganado. [En línea]. Veterinarios Colombia: Bogotá, 2023. [Consultado en 2 abril 2024]. Disponible en Internet: <https://www.veterinarios.colombia.com.co/enfermedades-comunes-del-ganado/>

ANEXOS

Anexo A. Formato de protocolo

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE
GESTIÓN EMPRESARIAL**

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO

Sesión:

Tema específico:

Fecha:

1. ASISTENTES Y FUNCIONES
2. COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR
3. EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA
4. DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN
5. ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES
6. REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS
7. CONCLUSIONES
8. TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN

ANEXOS (Relatoría y Correlatoría)

Anexo B. Protocolo primer seminario

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO

Sesión 01: Factores clave en la comercialización de ganado de Guadalupe, Santander.

Temas específicos: Uso de herramientas digitales en la comercialización de ganado de Guadalupe, Santander; Producto: ganado bovino levantado en el municipio de Guadalupe, Santander.

Realizado por: Laura Fernanda Pereira Torres, Protocolante.

Fecha: 14 septiembre 2024.

1. ASISTENTES Y FUNCIONES:

Director: Ferney Mauricio Calderón.

Relatora: Diana Carolina Astro Mejía.

Correlatora: Aura Cristina Reyes Torres.

Protocolante: Laura Fernanda Pereira Torres.

2. COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR:

No se registran comentarios, esta es la sesión inicial.

3. EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA:

Relatoría: Se tuvo claridad en la presentación de los temas mediante Power Point, el material había sido compartido previamente a la correlatora y protocolante.

Correlatoría: En atención a las necesidades del seminario, la correlatoría presentó resultados de cuestionarios aplicados a comerciantes del municipio.

4. DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN:

Las asistentes participaron activamente, se lograron acuerdos y se señalaron los aspectos más importantes.

La relatoría presentó los factores clave en la comercialización de ganado del municipio, para ello hizo uso de bibliografía que contempló el inventario de razas bovinas en Colombia, la descripción general del ganado bovino, las razas llamadas “ganado criollo colombiano”, el ganado Cebú, plataformas utilizadas en Colombia para la compra y venta de ganado en Colombia y el uso de WhatsApp por ganaderos para realizar negocios en este país.

En desarrollo de la relatoría, se tomaron como base las preguntas motivadoras:

¿Cuál es la descripción del ganado bovino criado en el municipio de Guadalupe, Santander?

¿Cuáles son las razas del ganado bovino en el municipio?

¿Qué herramientas digitales se utilizan por los comerciantes de ganado del municipio de Guadalupe?

Estas preguntas motivadoras están en línea con el objetivo específico del seminario de hacer descripción del producto levantado en el municipio y discutir el uso de herramientas digitales para su comercialización, dicho esto, también se discutieron las necesidades y problemáticas de los ganaderos y comercializadores del municipio en lo que tiene que ver con el producto, su precio, la plaza o canales de distribución y su promoción, de esto se desarrollaron unas tablas que sirven como fuente para las conclusiones y recomendaciones de este encuentro y del seminario como un todo.

En modo complementario, la Correlatoría presentó información tomada de las fuentes primarias, comercializadores de ganado bovino del municipio en línea con la temática de características del producto y uso de herramientas digitales, para ello se formularon preguntas enfocadas en las características del ganado que se comercializa en el municipio en términos de peso, raza y edad, también con relación a los compradores, la forma de contactarlos y las herramientas de promoción utilizadas.

5. ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES:

Las anotaciones y preguntas de los participantes fueron tomadas en cuenta en el resultado de la relatoría y correlatoría, que se encuentran en el documento principal de este trabajo de investigación.

6. REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS:

De acuerdo con la planeación, se asignaron tiempos de participación a cada una de las partes intervinientes, la conversación se realizó de manera ordenada y con atención al tiempo asignado a cada uno y en el marco de la documentación compartida previamente, así como las respuestas a los cuestionarios.

7. CONCLUSIONES:

- Se caracterizó al producto: ganado bovino, lechero, para producción de carne y doble propósito, de razas criollas y cebuínas, aunque pueden encontrarse otras, en pie.
- En relación con el uso de herramientas digitales como técnica de promoción, se concluyó que el uso de las mismas se limita a mensajería instantánea WhatsApp.

8. TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN:

- Factores determinantes en el precio del ganado comercializado.
- Canales de distribución existentes.

Anexo C. Protocolo segundo seminario

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO

Sesión 02: Prácticas exitosas en la comercialización del ganado a nivel nacional, validando con expertos en el tema, para establecer las características de este proceso en otras localidades.

Temas específicos: Efecto de la globalización y tratados de libre comercio; experiencias exitosas de ganaderos de renombre internacional en Colombia; experiencias de exportación de grandes cantidades de cabezas de ganado en pie por vía marítima.

Presentado por: Diana Carolina Astro Mejía.

Fecha: 16 de noviembre de 2024.

1. ASISTENTES Y FUNCIONES:

Director: Ferney Mauricio Calderón.

Relatora: Aura Cristina Reyes.

Correlatora: Laura Fernanda Pereira Torres.

Protocolante: Diana Carolina Astro Mejía.

2. COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR:

A manera de comentario, se llegó a las siguientes conclusiones en el seminario 1:

- Se caracterizó al producto: ganado bovino, lechero, para producción de carne y doble propósito, de razas criollas y cebuínas, aunque pueden encontrarse otras, en pie.
- En relación con el uso de herramientas digitales como técnica de promoción, se concluyó que el uso de las mismas se limita a mensajería instantánea WhatsApp.

3. EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA:

Relatoría: Se tuvo claridad en la presentación de los temas mediante Power Point, el material había sido compartido previamente a la correlatora y protocolante.

Correlatoría: En atención a las necesidades del seminario, la Correlatoría presentó prácticas exitosas en ganaderías y empresas de otros países.

4. DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN:

Las asistentes participaron activamente, se lograron acuerdos y se señalaron los aspectos más importantes.

La relatoría presentó a discusión experiencias exitosas de ganaderos y comercializadores nacionales de ganado bovino, para esto cubrió puntos importantes como la posición de Colombia frente a la globalización y tratados de libre comercio para la exportación de ganado bovino, el balance y perspectivas del sector ganadero colombiano en los años anteriores, las experiencias exitosas de la Hacienda El Cucharo, de la finca La Soñada y de Expoganados en la exportación de miles de cabezas de ganado en pie a medio oriente.

Resumen de estas experiencias exitosas se encuentran en el cuerpo principal del documento y fueron tomadas en cuenta para las conclusiones de este encuentro y del trabajo de investigación.

A su vez y en atención a la directriz dada por el director del proyecto, la Correlatoría presentó prácticas exitosas a nivel internacional, que fueron de gran importancia para la estructuración de conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación, se tuvieron en cuenta experiencias de empresas de diferentes países: Brasil con la empresa JBS, Estados Unidos con la empresa Cargill, y Suiza con la empresa Nestlé; estas experiencias exitosas, junto con las experiencias nacionales, fueron tenidas en cuenta para el conjunto de conclusiones y recomendaciones prácticas dadas por este trabajo de investigación a ganaderos y comercializadores de ganado bovino del municipio.

5. ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES:

Las anotaciones y preguntas de las investigadoras fueron tenidas en cuenta para el trabajo presentado en el cuerpo principal de este documento y nutrieron la redacción de conclusiones y recomendaciones.

6. REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS:

De acuerdo con la planeación, se asignaron tiempos de participación a cada una de las partes intervinientes, la conversación se realizó de manera ordenada y con atención al tiempo asignado a cada uno y en el marco de la documentación compartida previamente, así como las respuestas a los cuestionarios.

7. CONCLUSIONES:

- Se presentaron varias experiencias exitosas y se logró hallar la clave para cada una de ellas.
- Se decidió darle un ordenamiento a la información para mayor facilidad en la elaboración de conclusiones y recomendaciones para los ganaderos y comercializadores de bovinos en el municipio de Guadalupe.

8. TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN:

- Factores claves en la comercialización de ganado, para su posible implementación en el municipio de Guadalupe, Santander.

Anexo D. Protocolo tercer seminario

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO

Sesión 03: Factores claves en la comercialización de ganado, para su posible implementación en el municipio de Guadalupe, Santander.

Temas específicos: Sistemas silvopastoriles, fomento de ganadería Brangus en Santander, mejoras en rendimiento y productividad

Presentado por: Diana Carolina Astro Mejía

Fecha: 15 de diciembre de 2024

1. ASISTENTES Y FUNCIONES:

Director: Ferney Mauricio Calderón.

Relatora: Aura Cristina Reyes Torres

Correlatora: Laura Fernanda Pereira Torres

Protocolante: Diana Carolina Astro Mejía

2. COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR:

A manera de comentario, se dejaron las siguientes inquietudes en el seminario 2:

- Encontrar la relación existente entre las experiencias exitosas presentadas y las necesidades de los productores y comercializadores de ganado del municipio de Guadalupe, cuestión que será tratada en el seminario 03.

- Profundizar en las exigencias sanitarias de los clientes internacionales y hallar su relación con las disposiciones nacionales aplicables.
- Profundizar acerca del manejo del capital humano en las haciendas y su aplicabilidad en las ganaderías del municipio, cuestión que será tratada en el seminario 03.
- Obtener un resumen de las prácticas exitosas de comercialización con el objeto de facilitar la obtención de conclusiones en el seminario 03.

3. EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA

Relatoría: Se tuvo claridad en la presentación de los factores de éxito que se han elegido para las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación, el material había sido compartido previamente a la correlatora y protocolante.

Correlatoría: En atención a las necesidades presentadas en el seminario 02 y como complemento, la Correlatoría presentó artículos con relación al talento humano.

4. DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN

Las asistentes participaron activamente, se lograron acuerdos y se señalaron los aspectos más importantes.

En desarrollo de su función dentro del seminario de investigación, la relatoría presentó varios puntos importantes en desarrollo de la temática como son los sistemas silvopastoriles en la conectividad ecológica en el Magdalena Medio, el fomento de otras razas en búsqueda de mejoramiento genético y las mejoras posibles en rendimiento y productividad, todo esto en línea con las experiencias exitosas nacionales e internacionales presentadas en el segundo seminario.

En consideración al volumen de información recopilada en este punto del seminario, se decidió presentar un resumen de experiencias exitosas ejemplares con cuatro ítems: la empresa ejemplar, la ventaja competitiva de ella, su enfoque de mercado

y recomendaciones generales para los ganaderos y comercializadores del municipio.

De la anterior tabla y sus recomendaciones, se decidió construir una tabla derivada que resumió las prácticas exitosas, las acciones puntuales y su relación con las prácticas actuales de ganaderos en el municipio, esta tabla resultó de gran utilidad para la organización de la información requerida para de ella formular conclusiones y recomendaciones del trabajo general.

5. ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES

Las anotaciones y preguntas de las investigadoras nutrieron la discusión y fueron tomadas en cuenta en la redacción del cuerpo principal de este documento.

6. REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS

De acuerdo con la planeación, se asignaron tiempos de participación a cada una de las partes intervinientes, la conversación se realizó de manera ordenada y con atención al tiempo asignado a cada uno y en el marco de la documentación compartida previamente, así como las respuestas a los cuestionarios.

A su vez la Correlatoría, a sugerencia de la dirección del proyecto, presentó el tema específico adicional de talento humano en las ganaderías expresado en los siguientes puntos de interés: la importancia del talento humano en las empresas agropecuarias y el mantenimiento de buenas condiciones como factor clave para la rentabilidad del negocio.

7. CONCLUSIONES

- Se definieron los factores clave que se tomarán en cuenta para las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.
- Se atendieron las inquietudes que dejó el seminario 02: resumen de prácticas exitosas y relación con las necesidades del municipio en la relatoría del

seminario 03, exigencias sanitarias internacionales y su relación con las disposiciones nacionales en el subtítulo de comercialización de ganado a nivel nacional e internacional, temas de capital humano en la Correlatoría del seminario 03.

ANEXOS (Relatoría y Correlatoría)

Anexo E. Relatoría primer seminario

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESIÓN Y LA PRESENTACIÓN DE LA RELATORÍA

Sesión 01: Factores clave en la comercialización de ganado de Guadalupe, Santander.

Temas específicos: Uso de herramientas digitales en la comercialización de ganado de Guadalupe, Santander; Producto: ganado bovino levantado en el municipio de Guadalupe, Santander.

Presentado por: Diana Carolina Astro Mejía, relatora.

Fecha: 14 septiembre 2024.

1. OBJETIVO: Hacer descripción del producto, ganado bovino, levantado en el municipio de Guadalupe y presentar el uso de herramientas digitales en su comercialización.

2. FUENTES DE INFORMACIÓN:

2.1 Conozca el inventario estimado de razas bovinas en Colombia³⁷.

De acuerdo con el trabajo de investigación referido, que se realizó con base en encuestas tomadas en todas las regiones colombianas en que hay presencia de

³⁷ CONTEXTO GANADERO. Conozca el inventario estimado de razas bovinas en Colombia. [En línea]. Bogotá: Revista Contexto Ganadero, 2019. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/conozca-el-inventario-estimado-de-razas-bovinas-en-colombia>

bovinos, se identificaron 6 razas bos indicus, 13 bos Taurus, 11 criollas y 9 compuestas, así: Brahman, Brahaman rojo, Gyr y Gyrolando, para lo correspondiente a razas bos indicus, la población mayoritaria es Cebú comercial (Brahman no registrado por Asocebú). También existen razas como Holstein, Normando, Pardo Suizo, Jersey y Ayrshire; existe presencia de otras razas como Angus y Brangus; Simental y Simbrah; Charolais y Charbray; Hereford y Braford, y Pardo Suizo Braunvieh. Con relación a razas criollas hay presencia de: Blanco Orejinegro, Casanareño, Chino Santandereano, Hartón del Valle, Lucerna, Romosinuano, Sanmartinero y Velásquez.

3.2 Descripción general del ganado bovino³⁸.

Al ganado bovino también se le conoce como vacuno y puede ser categorizado en vacas, toros y bueyes; este ganado ha sido domesticado por el ser humano para fines alimenticios y otros, se les cría para la producción de carne, leche y otros como cuero, aunque se conocen muchos otros usos, por ejemplo, de cachos y demás partes.

En lo físico tienen gran tamaño, cuerpos y patas fuertes; cuentan con un aparato digestivo que les permite y exige ser rumiantes, y de esta forma estar en capacidad de digerir la celulosa de las plantas. Con relación a su temperamento es docil y tiene una gran adaptabilidad a diferentes entornos. En lo que tiene que ver con su reproducción se realiza de manera controlada en granjas con fines de aseguramiento de calidad y cantidad de producción.

Otra forma de clasificarlo es de acuerdo con su objetivo de producción: cárnico, lechero y doble propósito, es decir, razas que son grandes productoras de leche, otras que tienen un mejor enfoque a la producción de leche y las que son muy productivas en ambos aspectos.

³⁸ DE AGRONOMÍA. Ganado Bovino. Que es, origen, clasificación, características y más. [En línea]. Bogotá: De Agronomía, 2024. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://deagronomia.com/ganaderia/ganado-bovino/>

3.3 Lo mejor de estas siete razas de ganado criollo colombiano³⁹.

Las razas de ganado criollo colombiano provienen de razas bovinas Bos Taurus, que provinieron de la península ibérica y de las Islas Canarias, en épocas de la colonia; se registra que el conquistador Rodrigo de Bastidas trajo los primeros 200 ejemplares a Santa Marta y que este es el origen de la ganadería colombiana. Por selección natural y cruces genéticos, en respuesta a las condiciones ambientales y a las necesidades de la población, se destacan estas siete razas como son: Blanco Orejinegro, Romosinuano, Sanmartinero, Costeño con Cuernos, Chino Santandereano, Hartón del Valle y Casanareño.

De las razas de ganado criollo colombiano se destaca su tolerancia a enfermedades y parásitos, su eficacia reproductiva, sus habilidades para aprovechamiento de pastos fibrosos y su aguante a condiciones de clima y humedad de la geografía del país; estas razas tienen gran adaptabilidad y estructuras corporales fuertes que les permiten soportar largas caminatas.

3.4 Ganado Cebú. Todo sobre el ganado cebuíno⁴⁰.

A diferencia de las razas criollas que corresponden a Bos Taurus, el cebú es una de las razas Bos Indicus y tiene origen indio pakistaní. Estas razas tienen gran resistencia a climas adversos, presentan una giba en su lomo, cuernos cortos, pelaje corto y fino adecuado a climas tropicales, se les considera poco productivas en leche y carne, pero muy adaptables a climas extremos.

³⁹ CONTEXTO GANADERO. Lo mejor de estas siete razas de ganado criollo colombiano. [En línea]. Bogotá: Contexto Ganadero, 2023. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/informes/lo-mejor-de-estas-siete-razas-de-ganado-criollo-colombiano>

⁴⁰ BLOG AGROCAMPO. Ganado Cebú. Todo sobre el ganado cebuíno. [En línea]. Bogotá: Blog Agrocampo, 2020. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://blog.agrocampo.com.co/ganado-cebu-todo-sobre-el-ganado-cebuiño/>

Destacan por su resistencia a enfermedades, parásitos e insectos, bajo metabolismo lo que les permite sobrevivir con menos alimento, resistencia a periodos de sequía pues excretan pocas cantidades de agua y cuerpo voluminoso con poca cantidad de grasa.

Con respecto a las razas cebuínas, las hay dedicadas a la producción de carne como la Brahman y la Nelore; para producción de leche la Gyr, y para doble propósito la Guzerá.

3.5 Estas son las cuatro plataformas para la compra y venta de ganado en Colombia⁴¹.

El desarrollo de plataformas y aplicaciones para la comercialización de todo tipo de artículos también hace presencia en el sector ganadero, para el año 2022 según lo relatado por esta periodista, existían al menos cuatro plataformas para esto con varias funcionalidades como la publicación de anuncios con imágenes y posibilidad de contacto directo entre vendedor y comprador, estas plataformas permiten no solamente visualizar los ejemplares en venta sino también acceder a una descripción completa de los mismos con aspectos como raza, cruce, ubicación de origen, sexo y peso.

El objetivo de estas plataformas es que compradores y vendedores con iguales intereses coincidan y se reduzcan tiempos y desplazamientos. Las referidas plataformas son suganado.com, SEVmercado ganadero, TvGan.com y softwareganado.com, incluso esta última permite contactos internacionales.

3.6 Ganaderos usan WhatsApp para hacer negocios⁴².

⁴¹ RODRIGUEZ, Daniela. Op. Cit., p. 02.

⁴² CONTEXTO GANADERO. Ganaderos en Colombia usan WhatsApp para hacer negocios. [En línea]. Bogotá: Contexto Ganadero, 2023. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/ganaderos-en-colombia-usan-whatsapp-para-hacer-negocios>

La aplicación para celulares, tabletas y computadores, WhatsApp, permite el envío y recepción de mensajes de manera instantánea, estos mensajes pueden ser solo texto, pero también imágenes, audios y videos; como era de esperarse, la aplicación está siendo utilizada para realizar negocios en todos los ámbitos, también en la ganadería colombiana.

No solamente se realizan negocios de compraventa, sino que también se tiene estrecho control sobre las ocurrencias cotidianas en los hatos. Para las actividades comerciales la principal ventaja es de ahorro de costos de desplazamiento pues pueden remitirse fotografías y videos de animales, y finalmente llegar a acuerdos de compraventa sin intermediarios.

Igualmente, los eventos que se realizan se promocionan por medio de la aplicación, lo cual permite divulgación de temas de interés y participación no solamente por publicación de opiniones sino también de experiencias y datos de interés en torno al sector. El cierre de los negocios también puede realizarse por WhatsApp pues por ese medio se comprueban pagos, envíos y demás.

3. PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la descripción del ganado bovino criado en el municipio de Guadalupe, Santander?

¿Cuáles son las razas del ganado bovino en el municipio?

¿Qué herramientas digitales se utilizan por los comerciantes de ganado del municipio de Guadalupe?

4. DESARROLLO DEL TEMA

4.1 Introducción: En el marco del seminario de investigación, se parte de identificar los factores clave en la comercialización del ganado bovino del municipio de Guadalupe, Santander, en este primer encuentro la temática se ha centrado en las características del producto y el uso de herramientas digitales para realizar las actividades comerciales, más adelante se continuará con los demás aspectos como

son el precio como factor que se supone de gran importancia y los canales de distribución existentes.

Se parte de entender al uso de herramientas digitales como principal mecanismo de promoción, pues el mercado de ganado bovino del municipio dista de ser suficientemente desarrollado y robusto como para tener ferias ganaderas, que son encuentros periódicos en que compradores, vendedores y otras partes interesadas, se reúnen para compartir sus logros, promocionar y comercializar sus ejemplares; tampoco se cuenta con eventos de subastas de ganado en pie, en que compradores y vendedores se reúnen para comprar lotes de ganado a la vista y de forma inmediata.

4.2 Objetivo: Hacer descripción del producto, ganado bovino, levantado en el municipio de Guadalupe y presentar el uso de herramientas digitales en su comercialización.

4.3 Desarrollo del contenido: El desarrollo del contenido de esta relatoría se presenta en el cuerpo principal de este documento de investigación.

5. CONCLUSIONES

Las conclusiones de este seminario forman parte del cuerpo principal de este documento.

6. INQUIETUDES

Se requiere de asociatividad entre los criadores de ganado del municipio para lograr no solo la creación de la asociación correspondiente sino también la motivación a todos los entes referidos en las recomendaciones como son FEDEGAN, ICA y el COMITÉ DE GANADEROS DE LA HOYA DEL RÍO SUÁREZ para que participen

en todo un movimiento hacia la superación de dificultades, el fortalecimiento del gremio y la positiva influencia en la economía del municipio y sus familias.

BIBLIOGRAFÍA:

BLOG AGROCAMPO. Ganado Cebú. Todo sobre el ganado cebuino. [En línea]. Bogotá: Blog Agrocampo, 2020. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://blog.agrocampo.com.co/ganado-cebu-todo-sobre-el-ganado-cebuino/>

CONTEXTO GANADERO. Conozca el inventario estimado de razas bovinas en Colombia. [En línea]. Bogotá: Revista Contexto Ganadero, 2019. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/conozca-el-inventario-estimado-de-razas-bovinas-en-colombia>

CONTEXTO GANADERO. Ganaderos en Colombia usan WhatsApp para hacer negocios. [En línea]. Bogotá: Contexto Ganadero, 2023. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/ganaderos-en-colombia-usan-whatsapp-para-hacer-negocios>

CONTEXTO GANADERO. Lo mejor de estas siete razas de ganado criollo colombiano. [En línea]. Bogotá: Contexto Ganadero, 2023. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/informes/lo-mejor-de-estas-siete-razas-de-ganado-criollo-colombiano>

DE AGRONOMÍA. Ganado Bovino. Que es, origen, clasificación, características y más. [En línea]. Bogotá: De Agronomía, 2024. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://deagronomia.com/ganaderia/ganado-bovino/>

RODRIGUEZ, Daniela. Estas son las cuatro plataformas para la compra y venta de ganado en Colombia. [En línea]. AGRONEGOCIOS, 2022. [Consultado en 17 mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://www.agronegocios.co/agricultura/estas-son-las-cuatro-plataformas-para-la-compra-y-venta-de-ganado-en-colombia-3334938>

Anexo F. Correlatoría primer seminario

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORÍA

Sesión 01: Factores clave en la comercialización de ganado de Guadalupe, Santander.

Temas específicos: Uso de herramientas digitales en la comercialización de ganado de Guadalupe, Santander; Producto: ganado bovino levantado en el municipio de Guadalupe, Santander.

Presentado por: Correlatora Aura Cristina Reyes Torres

Fecha: 14 septiembre 2024.

1. ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN

La correlatoría consideró de gran importancia que se tomara información de fuentes primarias como son comerciantes de ganado bovino del municipio de Guadalupe para la temática planteada por la relatoría: características del producto y uso de herramientas digitales, para ello se diseñó un cuestionario que se aplica a una muestra por conveniencia compuesta por treinta de ellos, se decidió esta muestra representativa de solamente treinta muestras por las serias dificultades logísticas y presupuestales de aplicar más de 200 encuestas, cifra que correspondería a la aplicación de la fórmula correspondiente con la distribución normal y márgenes de error e intervalo de confianza suficientes, estas fueron las preguntas formuladas que aplican a la temática de este seminario y se tomaron como una confirmación de las experiencias y conocimiento propio de las investigadoras:

1. Por favor seleccione las características del ganado que usted comercializa desde el municipio de Guadalupe en términos de raza:
 - a. Criollos
 - b. Brahma Rojo
 - c. Brahma Blanco
 - d. Cebú
 - e. Cruces Cebú con Razas Europeas
 - f. Otras razas: _____
2. Por favor seleccione las características del ganado que usted comercializa desde el municipio de Guadalupe en términos de peso:
 - a. 180 a 220 kg
 - b. 280 a 350 kg
 - c. 380 a 500 kg
3. Por favor seleccione las características del ganado que usted comercializa desde el municipio de Guadalupe en términos de edad:
 - a. Menos de dos años
 - b. Dos a tres años
 - c. Tres años en adelante
4. De los anteriores elementos, ¿cuáles son los determinantes para la venta?
 - a. Raza
 - b. Peso
 - c. Edad
5. ¿Quiénes son los compradores del ganado que usted comercializa? Puede seleccionar más de uno:
 - a. Supermercados de gran tamaño
 - b. Pequeños supermercados
 - c. Tiendas de barrio
 - d. Distribuidores mayoristas
 - e. Compañías exportadoras
 - f. Clientes ubicados en el exterior

- g. Otros que sean de su conocimiento: _____
6. De los anteriores compradores, ¿cuál es el principal para usted?
Seleccionar uno:
- a. Supermercados de gran tamaño
 - b. Pequeños supermercados
 - c. Tiendas de barrio
 - d. Distribuidores mayoristas
 - e. Compañías exportadoras
 - f. Clientes ubicados en el exterior
 - g. Otros que sean de su conocimiento: _____
7. Para la venta del ganado que usted comercializa, ¿cuál de los siguientes factores es clave en la venta?
- a. Precio
 - b. Peso
 - c. Edad del animal
 - d. Raza
 - e. Ubicación del animal
 - f. Forma y tiempo de entrega
 - g. Otro que sea el factor clave: _____
8. Con respecto a la forma en que usted contacta al cliente, ¿qué canales utiliza? Puede seleccionar más de uno:
- a. Redes sociales como Instagram, Facebook y otras
 - b. Mensajería instantánea (WhatsApp u otras)
 - c. Llamada telefónica tradicional (no video llamada)
 - d. Correo electrónico
 - e. Contacto directo personal.
9. Con respecto a la forma en que usted promociona su producto en búsqueda de nuevos clientes, ¿de qué forma lo hace? Puede seleccionar más de una:
- a. Publicación en redes sociales como Instragram, Facebook y otras
 - b. Mensajería instantánea (WhatsApp u otras)

c. Otro: _____

Los resultados de la encuesta se presentan en el cuerpo principal del documento.

Anexo G. Relatoría segundo seminario

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESIÓN Y LA PRESENTACIÓN DE LA RELATORÍA

Sesión 02: Prácticas exitosas en la comercialización del ganado a nivel nacional, validando con expertos en el tema, para establecer las características de este proceso en otras localidades.

Temas específicos: Efecto de la globalización y tratados de libre comercio; experiencias exitosas de ganaderos de renombre internacional en Colombia; experiencias de exportación de grandes cantidades de cabezas de ganado en pie por vía marítima.

Presentado por: Aura Cristina Reyes

Fecha: 16 de noviembre de 2024.

1. OBJETIVO: Presentar a discusión experiencias exitosas de ganaderos y comercializadores nacionales de ganado bovino.

2. FUENTES DE INFORMACIÓN:

2.1 Colombia frente a la globalización y tratados de libre comercio para la exportación de ganado bovino⁴³.

⁴³ ACEVEDO GARCIA, Jhoan, ALBARRACIN ARIAS, Luis, AYALA ESPÍNDOLA, Julieth, y otros. Colombia frente a la globalización y los tratados de libre comercio para la exportación de carne bovina. [en línea]. Bucaramanga: Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias de la Salud, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Bucaramanga, 202135 p. [Fecha consulta: 13 de mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/7a53630c-85c0-49a1-8d7e-3153887bd330>

La suscripción de Tratados de Libre Comercio es un efecto de la necesidad que tienen los países de mantener relaciones comerciales, la pretensión de realizar exportaciones para generar divisas está acompañada de la compensación por la adquisición de otros productos foráneos, esto es un efecto de la globalización y la tendencia a que el mundo sea cada vez más pequeño y que existan redes logísticas de distribución.

En ese orden de ideas, Colombia ha suscrito tratados de libre comercio con Estados Unidos, Canadá, México, El Salvador, Guatemala, Honduras, Costa Rica, Bolivia, Ecuador, Perú, Venezuela, Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, Chile, Austria, Reino Unido, Corea del Sur, Noruega, Suiza, Unión Europea y tratados específicos con países como: Portugal, Suecia, Dinamarca. El documento analizado explica que dichos TLC no facilitan o impulsan las exportaciones de ganado bovino, más bien las dificultan por las exigencias sanitarias que Colombia NO cumple.

No obstante, la globalización ha tenido un efecto positivo en la economía ganadera colombiana, se dan exportaciones a otros países: Libano, Jordania, Hong Kong, Egipto y otros con los cuales NO se tiene TLC, pero a los cuales se exporta ganado colombiano en cantidades importantes.

2.2 Documento de investigación: Balance y perspectivas del sector ganadero colombiano (2022 – 2023)⁴⁴.

El documento analizado muestra una imagen desalentadora con una disminución de las exportaciones de ganado en pie y productos cárnicos entre el año 2022 y el 2023, este descenso de las exportaciones se explica en parte por la suspensión

⁴⁴ FONDO NACIONAL DEL GANADO FEDEGAN. Balance y perspectivas del sector ganadero colombiano (2021-2022). [En línea]. FEDEGAN: Bogotá, 2023. [Consultado en 22 abril 2024]. Disponible en Internet: https://www.bing.com/search?pglt=161&q=balance+y+perspectivas+del+sector+ganadero+colombiano+fedegan&cvid=65b8a6d66b5b4f65bb0352bbc9ed977d&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBggBEEUYOzIGCAAQRrg5MgYIARBFGDvSAQkxMTQ4MWowajGoAgCwAgA&FORM=ANNTA1&PC=U531

temporal de las operaciones de un operador: Minerva Foods, que era a la fecha del informe el mayor operador de carne de Colombia, esto afectó las cifras de septiembre de 2023 y como efecto la más baja exportación mensual en cinco años.

Adicionalmente, Juan Gonzalo Botero, presidente ejecutivo de Aexgan que es un ente privado que representa a los exportadores de ganado de Colombia, es clave lograr la apertura de dos nuevos mercados: Marruecos y Emiratos Árabes Unidos que representan un mercado potencial de 100 a 190 millones de dólares⁴⁵.

Ilustración 15. Descenso de las exportaciones de ganado bovino en pie y productos cárnicos.



⁴⁵ MÁS COLOMBIA. A la baja: el panorama desalentador de las exportaciones de ganado en el 2023. [En línea]. MÁS COLOMBIA: Bogotá, 2024. [Consultado en 11 noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://mascolombia.com/exportaciones-de-ganado-en-el-2023/>

2.3 Experiencia exitosa nacional: Hacienda El Cucharo⁴⁶.

Hacienda El Cucharo y su comercializadora internacional asociada, representan un ejemplo de experiencia exitosa en comercialización de ganado en el país, desde cerca de 30 años atrás la hacienda se propuso realizar mejoras genéticas de la raza Brahman, para esto se enfocaron en las donadoras maternas Brahman Gris y Roja con base en mejoras con biotecnología.

Este enfoque en la mejora genética los llevó a ser líderes en ese mejoramiento a nivel nacional y a tener reconocimiento internacional. Su experiencia es de un modelo de negocio de producción propia añadido a la comercialización internacional tanto de su propio producto, como de productos derivados de su propia mejora genética implementada en las haciendas de otros productores nacionales.

2.4 Experiencia exitosa: La Soñada, transformación de finca a empresa ganadera⁴⁷.

El promotor de esta empresa contaba con poco terreno y decidió realizar la inversión en un terreno ondulado con suelos poco productivos, pero con la idea de establecer una empresa organizada y rentable, para ello tiene como base la selección de personal con conocimientos y muy buena actitud hacia la labor ganadera con especial enfoque en la vinculación de mujeres a su mano de obra.

Con la idea de ser más productivo, realizaron la diferenciación de potreros y personal encargado a los animales con directa relación al tiempo de cría y peso logrado, es decir, sin mezclar diferentes animales sino reuniéndolos de acuerdo con estos criterios. La Soñada tiene enfoque en ganado lechero, por tanto, tiene especial cuidado en el aseo y las condiciones sanitarias del sitio de ordeño, sin que haya una

⁴⁶ Hacienda El Cucharo. Somos Líderes. [En Línea]. Girardot: Hacienda el Cucharo, 2024. [Consultado en 23 de junio 2024]. Disponible en Internet: <https://haciendaelcucharo.com/somos-lideres/#>

⁴⁷ TVAGRO. Cómo transformar tu finca a empresa ganadera. [En línea]. TVAGRO, Bogotá: 2019. [Consultado en 11 noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=oqr56mHKw3k>

diferencia marcada con el énfasis en la limpieza y el orden en otros sitios de la empresa.

Es de resaltar que la finca aprovecha sus suelos en la siembra de alimentos para consumo de los propios ejemplares, es decir con un modelo de integración vertical hacia atrás y tener más control sobre toda la cadena de suministro.

2.5 Experiencia exitosa de exportación de miles de cabezas de ganado en pie al medio oriente⁴⁸.

Expog ganados de Colombia es una empresa santandereana que realiza exportaciones de ganado en pie en el barco más grande del mundo para ese propósito a países como Líbano, Jordania, Irak, Arabia Saudita y Egipto. Tiene como objetivo el aumento de la productividad y la eficiencia en los hatos ganaderos de proveedores pues su nacimiento y sus fundadores y empresarios son de origen ganadero.

Otro objetivo que tienen es abrir mercados en otros países como Turquía, Indonesia, Vietnam y Emiratos Árabes Unidos, sin dejar de lado el cumplimiento de bienestar animal según normatividad del ICA y las exigencias de los países compradores de los animales.

Esta empresa ha logrado exportar hasta 20 mil cabezas en un solo envío, lo cual toma 50 días de preparación y ejecución, también que dentro del barco haya un equipo interdisciplinario de veterinarios, vaqueros y ayudantes, así como el suministro de alimentación, agua y medicamentos para que los animales viajen con condiciones sanitarias y en cumplimiento del trato humano de los ejemplares.

3. PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACIÓN

⁴⁸ TVAGRO.COM. Cómo se exportan 20.000 cabezas de ganado desde Colombia. [En línea]. TVAGRO: Bogotá, 2024. [Consultado en 11 noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=73Xh1Opq5fl&t=1224s>

¿Cuáles son ejemplos de negocios de ganado bovino exitosos en Colombia?

¿Cuáles son los beneficios y cuáles las dificultades que se enfrentan para la exportación de ganado bovino?

4. DESARROLLO DEL TEMA

4.1 Introducción: En este encuentro se identificarán ejemplos exitosos de negocios de ganado bovino con énfasis en la comercialización diferenciada y aparte de los canales tradicionales que, por ser del uso de la mayoría de los ganaderos, son altamente competidos y tienen por ende bajos márgenes de utilidad.

Se parte de la asunción que las empresas exitosas realizan prácticas diferentes a las que hacen las mayorías, como tener más control de la cadena de distribución y la generación de valor del producto, llegar más adelante en la cadena de valor teniendo más cercanía con el consumidor final, es decir, salvando intermediarios que por su participación en el negocio tienen sus propios márgenes, haciendo que el margen de utilidad para los ganaderos sea menor por ser compartido entre varios actores.

4.2 Objetivo: Examinar prácticas exitosas en la comercialización del ganado a nivel nacional, validando con expertos en el tema, para establecer las características de este proceso en otras localidades.

4.3 Desarrollo del contenido: El desarrollo del contenido de este seminario 02 se encuentra en el cuerpo principal de este documento.

5. CONCLUSIONES

Las conclusiones de este seminario 02 forman parte de las conclusiones presentadas en el cuerpo principal de este documento.

6. INQUIETUDES

En atención a la conversación, se enumeraron las siguientes inquietudes en directa relación con la temática del presente seminario:

6.1 Encontrar la relación existente entre las experiencias exitosas presentadas y las necesidades de los productores y comercializadores de ganado del municipio de Guadalupe, cuestión que será tratada en el seminario 03.

6.2 Profundizar en las exigencias sanitarias de los clientes internacionales y hallar su relación con las disposiciones nacionales aplicables.

6.3 Profundizar acerca del manejo del capital humano en las haciendas y su aplicabilidad en las ganaderías del municipio, cuestión que será tratada en el seminario 03.

6.4 Obtener un resumen de las prácticas exitosas de comercialización con el objeto de facilitar la obtención de conclusiones en el seminario 03.

BIBLIOGRAFÍA

ACEVEDO GARCIA, Jhoan, ALBARRACIN ARIAS, Luis, AYALA ESPÍNDOLA, Julieth, y otros. Colombia frente a la globalización y los tratados de libre comercio para la exportación de carne bovina. [en línea]. Bucaramanga: Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias de la Salud, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Bucaramanga, 2021 135 p. [Fecha consulta: 13 de mayo 2024]. Disponible en Internet: <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/7a53630c-85c0-49a1-8d7e-3153887bd330>

FONDO NACIONAL DEL GANADO FEDEGAN. Balance y perspectivas del sector ganadero colombiano (2021-2022). [En línea]. FEDEGAN: Bogotá, 2023. [Consultado en 22 abril 2024]. Disponible en Internet: <https://www.bing.com/search?pglt=161&q=balance+y+perspectivas+del+sector+ga>

nadero+colombiano+fedegan&cvid=65b8a6d66b5b4f65bb0352bbc9ed977d&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBggBEEUYOzIGCAAQRRg5MgYIARBFvSAQkxMTQ4MWo
wajGoAgCwAgA&FORM=ANNTA1&PC=U531

Hacienda El Cucharo. Somos Líderes. [En Línea]. Girardot: Hacienda el Cucharo, 2024. [Consultado en 23 de junio 2024]. Disponible en Internet: <https://haciendaelcucharo.com/somos-lideres/#>

MÁS COLOMBIA. A la baja: el panorama desalentador de las exportaciones de ganado en el 2023. [En línea]. MÁS COLOMBIA: Bogotá, 2024. [Consultado en 11 noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://mascolombia.com/exportaciones-de-ganado-en-el-2023/>

TVAGRO.COM. Cómo se exportan 20.000 cabezas de ganado desde Colombia. [En línea]. TVAGRO: Bogotá, 2024. [Consultado en 11 noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=73Xh1Opq5fl&t=1224s>

TVAGRO. Cómo transformar tu finca a empresa ganadera. [En línea]. TVAGRO, Bogotá: 2019. [Consultado en 11 noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=oqr56mHKw3k>

Anexo H. Correlatoría segundo seminario

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORÍA

Sesión 02: Prácticas exitosas en la comercialización del ganado a nivel nacional, validando con expertos en el tema, para establecer las características de este proceso en otras localidades.

Temas específicos: Efecto de la globalización y tratados de libre comercio; experiencias exitosas de ganaderos de renombre internacional en Colombia; experiencias de exportación de grandes cantidades de cabezas de ganado en pie por vía marítima.

Presentado por: Laura Fernanda Pereira Torres

Fecha: 16 de noviembre de 2024

1. ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN

La Correlatoría, de acuerdo con lineamientos dados por la directora del proyecto, presenta información de fuentes internacionales como prácticas exitosas en la comercialización del ganado bovino. Estas prácticas exitosas están en el cuerpo principal de este documento en su parte correspondiente al seminario 02.

2. REFLEXIÓN CRÍTICA

a) Contenido:

- Aspectos relevantes del tema: Se cuenta con variedad de experiencias exitosas como base para la discusión en búsqueda de mejoras prácticas, conclusiones y recomendaciones para los ganaderos del municipio de Guadalupe.

- Acuerdos y desacuerdos: Se contrastaron experiencias nacionales e internacionales, notando varias similitudes entre ellas, en particular que todas buscan algún elemento diferenciador y lograr ventajas frente a la competencia, así como buscar mejores márgenes desde dos perspectivas: la especialización para aprovechar los recursos y moverse a mercados que tengan mayor valor agregado.

b) Claridad de la exposición: Se utilizaron ayudas audiovisuales de PowerPoint y videos de dominio público.

c) Capacidad de comunicar y liderar el grupo: La conversación fue fluida y densa, en consecuencia, a temáticas más complejas.

Anexo I. Relatoría tercer seminario

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESIÓN Y LA PRESENTACIÓN DE LA RELATORÍA

Sesión 03: Factores claves en la comercialización de ganado, para su posible implementación en el municipio de Guadalupe, Santander.

Temas específicos: Sistemas silvopastoriles, fomento de ganadería Brangus en Santander, mejoras en rendimiento y productividad.

Presentado por: Laura Fernanda Pereira Torres.

Fecha: 15 de diciembre de 2024

1. OBJETIVO: Presentar factores clave para la comercialización de ganado de Guadalupe, Santander, en consideración a lo que se ha hallado en la investigación en los dos seminarios anteriores.

2. FUENTES DE INFORMACIÓN:

2.1 Sistemas silvopastoriles y conectividad ecológica en un paisaje de pastoreo de la región del Magdalena Medio, Colombia.

Los sistemas silvopastoriles toman en consideración dos aspectos que al parecer son contrarios, de un lado la necesidad de contar con espacio libre para el pastoreo de los ejemplares y de otro la necesidad de conservar áreas boscosas en el municipio; el enfoque tradicional sugiere la eliminación de árboles para contar con áreas extensas, el modelo silvopastoril permite que haya una convivencia entre la

ganadería y el ecosistema originario que cuenta con la ventaja de presentar áreas de sombra para que los ejemplares se encuentren menos expuestos a los elementos, así como una subdivisión de potreros en consideración a aspectos de conservación del medio ambiente y a la dedicación de terrenos para la producción de forrajes de calidad.

Un resultado muy positivo de la implementación de modelos silvopastoriles es la conservación y la restauración de medios ambientes en el municipio, el mantenimiento y el fomento de áreas boscosas fomenta la restauración de corredores ribereños y la rehabilitación ecológica.

Es entonces un factor clave la implementación de modelos silvopastoriles con sus efectos positivos en la productividad del hato y de conservación del medio ambiente del municipio.

2.2 Fomento de otras razas y mejoramiento genético.

Las experiencias exitosas presentadas en el seminario 02 muestran que un camino de mejoramiento y un factor clave para la mejor comercialización del ganado en el municipio es la transformación de los hatos de razas menos productivas a más productivas, con mejores tasas de crecimiento, que logren mayor tamaño y peso, que sean más resistentes a enfermedades y al clima de la región.

Por esto se presenta como factor clave en la comercialización del ganado del municipio, la introducción de mejores razas y la búsqueda de mejoramiento genético asesorado por expertos en el tema, empresas como Hacienda El Cucharo que pueden ayudar en la introducción de la raza Brahman roja.

2.3 Mejoras en rendimiento y productividad.

En el seminario 02 se presentaron experiencias exitosas internacionales en que se pudo evidenciar que la especialización es una clave para la mejora en la productividad, esto quiere decir, que algunos ganaderos se dediquen a solo una

parte del proceso así: (i) reses y terneros, (ii) pastoreo, (iii) corral de engorde; cada una de las fases tiene sus propias características, los ejemplares avanzan de una fase a otra en directa relación con su edad y peso.

Otra especialización que puede darse es la lechería, como se pudo observar en el seminario 02, la experiencia de la hacienda La Soñada en que se logran excelentes resultados tanto en el aumento de la productividad de los recursos, escasos para ese caso, como en el aseguramiento de calidad del producto lácteo.

Una especialización que puede implementarse finalmente es el del procesamiento de carne, como pudo observarse en el seminario 02, se cuenta con mayor valor agregado si se hace procesamiento de carne que bien puede ser con destino a consumidores finales como familias, como también a consumidores industriales como restaurantes, en ambos casos puede hacer un semiprosesamiento o incluso un procesamiento completo, entregando al consumidor las carnes maduradas, porcionadas e incluso condimentadas. En este tercer factor de éxito que se presenta a consideración, las reses que se han dedicado a la producción de leche también pueden tener este destino final.

3. PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son los factores clave para el éxito de los negocios de ganaderos y comercializadores del municipio de Guadalupe, Santander?

4. DESARROLLO DEL TEMA

4.1 Introducción: En este encuentro final se analizará la información presentada y discutida en los seminarios anteriores y se concluirá con los factores clave para el éxito de los ganaderos y comercializadores de ganado bovino del municipio de Guadalupe, en este momento de la investigación se ha definido cuál es el producto con que se cuenta en el municipio, cómo se realiza la comercialización, quiénes son los clientes, cómo se define el precio, qué canales de distribución se utilizan; en este

punto también se han presentado ejemplos de empresas exitosas y cuáles han sido los factores diferenciadores que han llevado a que tengan ese éxito.

4.2 Objetivo: Determinar cuáles son las prácticas exitosas que deberían ser implementadas en el municipio, partiendo del conocimiento que se tiene de lo que se realiza en él con relación a la producción de ganado bovino y su comercialización, el camino puede parecer largo, pero es el camino correcto para los ganaderos y comercializadores.

Es necesario tener en cuenta que el negocio del ganado en el municipio es pequeño y atomizado, que los esfuerzos de cada individuo son pequeños en comparación con el tamaño del mercado potencial que es nada más y nada menos que todo el departamento de Santander, todo el país de Colombia y multiplicidad de clientes internacionales a quienes hoy se venden ejemplares o producto semiprocado colombiano.

5. CONCLUSIONES

Existe un camino para que la ganadería del municipio avance y genere verdadero crecimiento y prosperidad para el mismo, las condiciones están allí y es el talento humano de decenas de habitantes que tienen conocimientos y disposición, solo hace falta organización y disciplina para realizar las implementaciones, la adopción de nuevas estrategias y prácticas exitosas. Estas conclusiones fueron tenidas en cuenta en las conclusiones presentadas en el cuerpo principal del documento.

6. INQUIETUDES

La mayor inquietud que deja este seminario y que trasciende a toda la investigación es la necesidad de realizar un solo esfuerzo con una sola meta: la implementación de mejores razas, la especialización de ganaderos en una sola fase de la ganadería, la búsqueda de un factor diferenciador que permita mayor valor agregado y ventaja

competitiva, la inquietud es entonces cómo puede fomentarse la unión entre los ganaderos del municipio y cuál es la entidad que puede apoyar estos esfuerzos.

BIBLIOGRAFÍA

CARGILL. Meat and Poultry. [En línea]. Cargill, Chicago: 2024. [Consultado en 20 Noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.cargill.com/meat-poultry>

CONTEXTO GANADERO. Lo mejor de estas siete razas de ganado criollo colombiano. [En línea]. Bogotá: Contexto Ganadero, 2023. [Consultado en 14 septiembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.contextoganadero.com/informes/lo-mejor-de-estas-siete-razas-de-ganado-criollo-colombiano>

Hacienda El Cucharo. Somos Líderes. [En Línea]. Girardot: Hacienda el Cucharo, 2024. [Consultado en 23 de junio 2024]. Disponible en Internet: <https://haciendaelcucharo.com/somos-lideres/#>

JBS. Breeding, transportation and production. [En línea]. JBS, Sao Paulo: 2024. [Consultado en 20 Noviembre 2024]. Disponible en internet: <https://www.jbs.com.br/en/sustainability/animal-welfare/breeding-transportation-and-production/>

Nestlé. Our vision: A net zero future for dairy farming. [En línea]. Nestlé, Berna: 2024. [Consultado en 20 Noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.nestle.com/sustainability/regeneration/supporting-dairy-farmers>

TVAGRO. Cómo transformar tu finca a empresa ganadera. [En línea]. TVAGRO, Bogotá: 2019. [Consultado en 11 noviembre 2024]. Disponible en Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=oqr56mHKw3k>

Anexo J. Correlatoría tercer seminario

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORÍA

Sesión: 03

Tema específico: Talento humano en las ganaderías.

Presentado por: Laura Fernanda Pereira Torres

Fecha: 15 de diciembre de 2024

1. ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN

En respuesta a las inquietudes del segundo seminario, la Correlatoría consideró vital que se tomara información con relación al manejo adecuado del talento humano en las ganaderías, para ello se realizó una investigación acerca de la temática, información que fue incluida en el cuerpo principal de este documento.

2. REFLEXIÓN CRÍTICA

a) Contenido:

- Aspectos relevantes del tema: Como resultado de previas conversaciones se halló la importancia de investigar acerca del talento humano, sus condiciones específicas para la empresa ganadera y aspectos relacionados con su bienestar, su participación, esto con miras a que los trabajadores tengan impactos positivos en la productividad de la ganadería.

- Acuerdos y desacuerdos: Se nutrió la discusión de las prácticas exitosas que deben implementarse en las ganaderías y por parte de los comercializadores de ganado bovino del municipio.

b) Claridad de la exposición: Se utilizaron ayudas audiovisuales.

c) Capacidad de comunicar y liderar el grupo: Ha continuado dándose conversación fluida y amena, como corresponde entre investigadoras que ya han tenido espacios previos de conversación y que vislumbran las conclusiones y recomendaciones de este trabajo de investigación.