



ACTA No. 02			
<b>NOMBRE DEL COMITÉ O DE LA REUNIÓN:</b> Empresa en fortalecimiento empresarial – MARIO JUNIOR DIAZ CISNEROS			
<b>CIUDAD Y FECHA:</b>	Arauca, 19 de septiembre de 2025	<b>HORA INICIO:</b>	<b>HORA FIN:</b>
		2:00 pm	05:00 pm
<b>LUGAR Y/O ENLACE:</b>	SBDC Municipio de Arauca	<b>DIRECCIÓN / REGIONAL / CENTRO:</b>	
		Centro de Gestión y Desarrollo Agroindustrial de Arauca	
<b>AGENDA O PUNTOS PARA DESARROLLAR:</b>			
1. Ejecución de la primera actividad propuesta en el plan de acción para fortalecimiento de la empresa.			
2. Se le indica al emprendedor Documentar la situación actual del proyecto ganadero.			
<b>OBJETIVO(S) DE LA REUNIÓN:</b>			
Asesorar para la ejecución de la primer actividad proyectada en el plan de acción la cual es la Documentar la situación actual del proyecto ganadero			
<b>DESARROLLO DE LA REUNIÓN</b>			
<p>En sesión anterior se realizó la inscripción al servicio y la elaboración del plan de acción.</p> <p>En cumplimiento de la primera actividad el día de hoy 19 de septiembre nos reunimos el emprendedor y orientadora en el SBDC del municipio de Arauca para llevar a cabo la primera actividad planteada en el plan de acción la cual es del área de estrategia comercial:</p> <p>1.Documentar la situación actual del proyecto ganadero...</p> <p>EEen este contexto, el proyecto de AGROPECUARIA LA FORTUNA opera en un mercado competitivo, pero con amplias oportunidades: abastece una demanda local constante (hogares, restaurantes, plazas de mercado, frigoríficos) y, a mediano plazo, puede conectar con flujos nacionales y eventualmente de exportación si consolida estándares sanitarios, trazabilidad y Buenas Prácticas Ganaderas (BPG).</p> <p>La estructura de mercado combina canales tradicionales (subastas, plazas, intermediarios y frigoríficos) con ventas directas a compradores institucionales. El producto central es el ganado en pie con pesos comerciales, donde la homogenización de calidades, la eficiencia de conversión alimenticia y la sanidad son determinantes para el precio. La empresa se inserta con una propuesta basada en Mautes de cruces cebuínos (brahmán) tipo carne, apalancada en manejo de praderas y suplementación vitaminizada para acelerar ganancias de peso y reducir tiempos de ciclo.</p> <p>En segmentación de demanda, el proyecto prioriza cuatro grupos: (1) compradores institucionales y frigoríficos que exigen lotes uniformes, pesajes confiables, trazabilidad y cumplimiento sanitario; (2) intermediarios y comercializadores de ferias/subastas que valoran disponibilidad, rotación y precio competitivo; (3) productores locales que recompran para rotación o terminación de animales; y (4)</p>			



consumo final indirecto (hogares y restaurantes) al que se llega a través de los canales anteriores y cuya sensibilidad a la frescura, inocuidad y precio impacta la demanda corriente. Esta segmentación habilita una mezcla comercial dual: colocación de lotes a institucionales cuando existan ventanas de precio favorables y rotación táctica vía subastas cuando la liquidez y la velocidad de venta sean prioritarias.

Las tendencias que orientan la estrategia son: (i) presión por sostenibilidad (sistemas silvopastoriles, rotación de potreros, conservación de suelos y agua); (ii) énfasis regulatorio y de mercado en inocuidad y trazabilidad; (iii) digitalización de la gestión (registros productivos y sanitarios, control de inventario, costos por animal, indicadores de conversión); (iv) mejoramiento genético para acelerar ganancias de peso y rendimiento en canal; y (v) mayor volatilidad de precios por factores macro (clima, costos de insumos, tipos de cambio), que premia a los productores con mejor eficiencia técnica y flexibilidad comercial.

En competencia directa dentro de Arauca se identifican tres referentes: finca el parado, hato campo alegre, agropecuario corocoro A partir del cuadro comparativo disponible: finca el prado opera con nivel de precios “promedio”, unas 3 personas y se apoya en buen manejo de praderas, genética mejorada y red comercial regional; sus desventajas son costos fijos elevados, dependencia de intermediarios y alta exposición climática. hato campo alegre presenta precio “alto”, 4 empleados, tradición y diversificación (carne y leche) y buena infraestructura y ubicación; enfrenta limitaciones tecnológicas, cuellos de mano de obra en picos de trabajo y vulnerabilidad climática. agropecuario corocoro trabaja con precio “bajo”, 6 empleados, apuesta por innovación y sostenibilidad y tiene buen posicionamiento local; sus retos son capacidad instalada aún en expansión, difícil acceso a financiamiento escalable y mayor riesgo sanitario por crecimiento del hato. En conjunto, estos jugadores configuran un entorno donde coexisten propuestas de valor basadas en escala, reputación histórica, precio agresivo o innovación operativa.

En competencia indirecta, destacan: (a) productores de Meta y Casanare con mayores escalas y tecnificación que incursionan en Arauca; (b) proteínas sustitutas (pollo y cerdo), que presionan al consumidor final por precio; y (c) importaciones ocasionales o reorientación de oferta nacional hacia exportación, que pueden tensionar precio y disponibilidad.

Frente a este tablero, el posicionamiento de la empresa de AGROPECUARIA LA FORTUNA se construye sobre cinco pilares: (1) calidad y uniformidad de los animales terminados (cruces adaptados, planes de nutrición y sanidad que mejoran peso/composición); (2) eficiencia productiva (pasturas tecnificadas, suplementación vitaminizada, rotación planificada que reduce días de ceba y costos por kilo producido); (3) cumplimiento sanitario y ruta hacia BPG y trazabilidad digital (registros de pesajes, tratamientos, orígenes, lotes); \*(4) formalización administrativa (gerencia/mayordomo), y dos operarios o vaqueros. que garantizan la sanidad y bienestar animal durante el proceso de crecimiento y engorde de los bovinos

La propuesta de diferenciación combina atributos técnicos y de gestión: (i) genética y manejo para estandarizar lotes y capturar mejores precios por kilo en pie; (ii) datos y trazabilidad que reducen asimetrías en subastas y abren puertas a frigoríficos; (iii) costeo animal-lote para decidir la ventana óptima de venta; (iv) contratos o acuerdos marco con compradores recurrentes que reduzcan costos de transacción; y (v) una agenda de sostenibilidad visible (rotación, conservación de suelos/agua, bienestar animal) que mejora reputación y preferencia de clientes institucionales.



El perfil del consumidor meta (comprador directo) se caracteriza por: (a) demográficas y firma del comprador: comercializadores locales, frigoríficos regionales y productores que reengordan, con ticket medio-alto, enfoque en rotación y riesgo; (b) comportamiento de compra: priorizan disponibilidad, homogenización de lotes, pesajes transparentes y puntualidad logística; (c) necesidades: precio competitivo por kilo, regularidad de oferta, documentación sanitaria y trazabilidad. En el extremo final de la cadena, el consumidor doméstico exige frescura, inocuidad y precio razonable; su sensibilidad al precio obliga a preservar eficiencia para sostener márgenes a pesar de ciclos de mercado.

En tamaño de mercado y atractividad, Arauca cuenta con un inventario bovino alto para su población, lo que asegura liquidez transaccional. A corto plazo, el mercado objetivo es local-regional, con colocación en subastas y frigoríficos cercanos para minimizar fletes y mermas; a mediano plazo, la ruta de certificación BPG y trazabilidad habilita vender a compradores más exigentes y mejorar el ingreso por kilo. La internacionalización es una opción futura condicionada al cumplimiento riguroso de requisitos sanitarios y logísticos.

Los riesgos clave del mercado —clima, volatilidad de precios, costos de insumos, eventos sanitarios— se mitigan con: reservas forrajeras y planes de suplementación; compras escalonadas de animales; seguros agropecuarios cuando aplique; protocolo sanitario y registros; y flexibilidad comercial (mix subasta/institucional) para capturar mejores ventanas de precio. En lo competitivo, la empresa evita “competir solo por precio” y desplaza la conversación hacia calidad, trazabilidad y cumplimiento, atributos menos replicables por productores informales.

En síntesis, el análisis confirma que la empresa de AGROPECUARIA LA FORTUNA opera en un mercado grande, líquido y culturalmente anclado, con demanda estable y puertas de escalamiento para quienes combinen eficiencia técnica, estandarización de calidad y formalización. Frente a competidores locales de tradición, escala o precio, el proyecto se diferencia por eficiencia, trazabilidad, sostenibilidad y gestión profesional, lo que le permite posicionarse como proveedor confiable para frigoríficos y comercializadores y, al mismo tiempo, mantener velocidad de rotación por subasta cuando convenga. La claridad del segmento objetivo, la gestión de datos productivos y sanitarios, y la disciplina operativa constituyen el núcleo de su ventaja competitiva y el camino para capturar valor en el mercado bovino de Arauca hoy y en su expansión regional mañana.

- Predomina la ganadería tradicional, con baja tecnificación, escasa formación empresarial y bajos niveles de productividad.
- El departamento tiene una importante masa ganadera, pero la producción y comercialización de carne bovina son lentas debido a la falta de infraestructura y canales de distribución eficientes.
- Existen carencias en plantas de sacrificio, logística de transporte y acceso a mercados internos y externos.
- Arauca ocupa el décimo lugar en inventario bovino nacional, pero su crecimiento es bajo comparado con otros departamentos, lo que limita su competitividad.
- Existe una necesidad clara de modernizar los sistemas productivos, adoptar mejores prácticas ganaderas y mejorar la genética del ganado.
- Se requiere mayor capacitación técnica y empresarial para los ganaderos, así como la adopción de una cultura de calidad y trazabilidad.
- La apertura de mercados nacionales e internacionales, gracias a tratados de libre comercio,



representa una oportunidad, pero requiere superar barreras logísticas y de calidad.

- Incrementar la calidad de la carne y la productividad del ganado.
- Invertir en plantas de sacrificio, logística y canales de distribución eficientes.
- Implementar sistemas silvopastoriles y buenas prácticas ganaderas para reducir el impacto ambiental y mejorar la eficiencia.
- Capacitar a los productores y promover la asociatividad para fortalecer la cadena de valor y acceder a mercados más grandes.
- Adoptar tecnologías y modelos de gestión modernos que permitan aumentar la productividad y la rentabilidad.

El análisis del mercado local para un modelo de negocio de ganadería de ceba en Arauca debe enfocarse en la modernización de los sistemas productivos, la capacitación de los ganaderos, la inversión en infraestructura y la adopción de prácticas sostenibles. Solo así se podrá superar la baja competitividad, aprovechar las oportunidades de mercado y contribuir al desarrollo del sector ganadero en la región.

EN CUANTO A CIFRAS Y TENDENCIAS DE CRECIMIENTO ECONÓMICO EN EL SECTOR DE LA GANADERÍA. Se puede observar una tendencia de crecimiento en las exportaciones de carne bovina colombiana. Según el DANE, en el primer semestre de 2021 se exportaron 24.370 toneladas de carne bovina, lo que representa un aumento del 20,4% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Así mismo, el Ministerio de Agricultura de Colombia el 22 de septiembre de 2023, logró la aprobación del protocolo sanitario ganadero para exportación de carne bovina a CHINA, esta importante negociación les abre las puertas a los ganaderos colombianos al segundo mercado consumidor de carne bovina a nivel mundial con más de 1.400 millones de habitantes. Estos porcentajes macroeconómicos son muy importantes para COMAUTES, porque se observa una gran oportunidad comercial en el mercado y tendencias de crecimiento, por lo cual, se pueden realizar proyecciones a futuro en inversiones en el sector ganadero porque sus tendencias son positivas.

Para finalizar se le comparte y socializa la información que se debe contemplar para el diligenciamiento del formato plan de inversión para postulación a la convocatoria No. 122 Fortalecimiento Empresarial.

#### CONCLUSIONES

Se realiza la primera asesoría del plan de acción para el fortalecimiento de la empresa Mario Diaz .


#### ESTABLECIMIENTO Y ACEPTACIÓN DE COMPROMISOS

ACTIVIDAD /DECISIÓN	FECHA	RESPONSABLE	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
------------------------	-------	-------------	-------------------------------------

#### DE: ASISTENTES Y APROBACIÓN DECISIONES

NOMBRE	DEPENDENCIA/ EMPRESA	APRUEBA (SI/NO)	OBSERVACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
Mario Junior Diaz Cisneros	AGROPECUARIA LA FORTUNA	SI	Ninguna	



Yenny Victoria Cisneros Parales	Orientadora de Emprendimiento - SENA	SI	Ninguna	
De acuerdo con La Ley 1581 de 2012, Protección de Datos Personales, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, se compromete a garantizar la seguridad y protección de los datos personales que se encuentran almacenados en este documento, y les dará el tratamiento correspondiente en cumplimiento de lo establecido legalmente.				
<b>ANEXOS</b>				