

**Caracterización de asesoría zootécnica en mostrador en tienda agropecuario**  
**“Almacén veterinario el campo**  
carne Amelia Tarazona Gómez  
carmentarazonag@hotmail.com  
Farín Samir Gómez García  
Farin.gomez@unad.edu.co  
UNAD

**RESUMEN**

Realizar la caracterización de asistencia zootécnica realizada en los almacenes agropecuarios, prestada por profesionales en mostrados, para la generación de recomendaciones técnicas pecuarias de los diferentes problemas que se presentan en las producciones animales, que arriban en busca de una asesoría profesional para solucionar las dificultades generadas en las producciones animales que frenan el desarrollo rural de productores agropecuarios.

En Colombia la asesoría de mostrador es algo que se ha arraigado de forma permanente, siendo muy común que, en los establecimientos, encontremos personas que de forma empírica ha aprendido a dar soluciones a los problemas que se presenta en las producciones agropecuarias.

En este trabajo hemos buscado recopilar la mayor información de la asesoría zootécnica de mostrador realizada por profesionales y técnicos, siendo un servicio brindado de forma cotidiana pero que no se le ha dado la importancia y el estatus debido, por no ser considerado un servicio serio, como es la asistencia técnica de campo, sin embargo, es un factor fundamental que acompaña obligatoriamente las ventas de mostrador en las tiendas agropecuarias.

Es menester tener en cuenta que la asesoría zootécnica está implícita en cada resolución de problema que los productores llevan para buscar ayuda en la solución práctica y más económica para resolver su dificultad zootécnica, o problemas de sus producciones agropecuaria que se presenten en sus producciones pecuarias.

Es razonable caracterizar el servicio de mostrador que en nuestro caso es asesoría zootécnica en mostrador, y para ello lo realizamos en el en tienda agropecuario “Almacén veterinario el campo” para en ello encontrar los puntos más importante que hace que la asesoría zootécnica de mostrador es algo que existe y que se está aplicado, aunque algunas personas no la quieran aceptar como algo profesional, que se realiza con ética, y con una bases técnicas y profesional que hacen que este servicio sea confiable y unos de los más usados por los usuarios campesinos que requiere solucionar de forma fácil y práctica sus pequeños problemas agropecuarios.

**ABSTRACT**

Perform the characterization of zootechnical assistance made in agricultural products, provided stores by professionals shown, for generating livestock technical recommendations of the various problems encountered in animal production, arriving

seeking professional advice to solve the difficulties caused in animal production holding back development of rural farmers.

In Colombia counter advice is something that has taken root permanently, being very common in establishments, we find people who have learned empirically to provide solutions to the problems presented in agricultural production.

In this work we have sought to gather more information on the zootechnical advice desk by professionals and technicians, being a service provided on a daily basis but will not had given the importance and status due, not to be considered a serious service, as is the technical assistance field, however it is a fundamental factor that necessarily accompanies the counter sales in agricultural stores.

It is necessary to note that the zoo technical advice is implicit in each problem solving that producers take to seek help in practice and most economical solution to solve your zootechnical difficult, or problems with their agricultural productions presented in its livestock production.

It is reasonable to characterize the service counter in our case is zoo technical advice counter, and it was earned in agricultural shop "Warehouse veterinary field" for it to find the most important points that makes the zoo technical counseling counter is something that exists and is being implemented, although some people do not want to accept as professional, which is done ethically and with technical and professional bases that make this service is reliable and one of the most used by farmers users that requires solve easily and practice their small agricultural problems.

**Palabras claves:** Asesoría zootécnica tienda agropecuario

**I. INTRODUCCION**

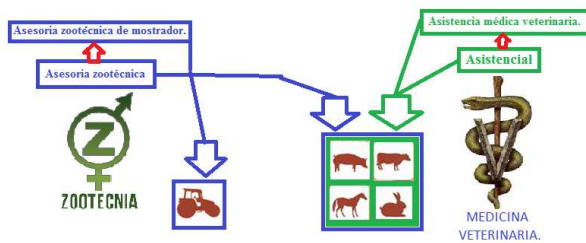
Entre los servicios para el desarrollo rural está el asesoramiento zootécnico de mostrador que está en el mismo reglón que la asistencia médica veterinaria, teniendo una preferencia mayor por los usuarios campesinos que tiene pequeñas producciones con manejo tradicional o artesanal, sintiéndose más a gusto con la asesoría la asesoría zootécnica de mostrador, por ser un servicio prestado de forma gratuita y respaldado por la compra de los insumos necesarios, se puede definir que dentro de la venta de mostrador que está inmersa la asesoría zootécnica de mostrador, siendo esta la razón por la cual la asesoría de mostrador es un servicio que los usuarios campesinos de pequeñas producciones, la toma como primera alternativa para la resolución de sus problemas, siendo la asistencia médica veterinaria una opción tomada como una segunda por tener costo, y en muchos casos los problemas agropecuarios son resueltos por la venta de mostrador en tienda agropecuaria, acompañada de la asesoría zootécnica de

mostrador que va inmersa dentro de la venta de productos agropecuarios.

## II INVESTIGACIÓN

Los resultados de esta investigación al buscar la definición de sobre asesoría zootécnica de mostrador no arrojaron resultados concretos donde se mezclan la medicina veterinaria y zootécnica con asesoría en diferentes áreas animales, pero sin definir o diferenciar concretamente el área de la especialidad, generando esto una gran confusión.

Comparación de asesoría con el asistencial en ciencias animales



Realizado: Carmen Amelía Tarazona Gómez.

Elaborado Carmen Amelía Tarazona Gómez.

La actividad de asesoría zootécnica y asistencia médica veterinaria se ha definido con mucha claridad dentro de los perfiles profesionales de las dos carreras que definen las ciencias animales como son la medicina veterinaria y la zootécnica.

Se debe tener en cuenta que medicina veterinaria es una profesión que para su ejercicio de forma ética debe ser plenamente asistencial, en la cual se debe definir un contacto directo con el ejemplar que en este caso es el paciente animal para poder hacer la labor correspondiente de forma eficiente, se presentan diversos manejos de las técnicas de comunicación donde se enmascaran la asesoría zootécnica, con presentaciones diferentes que no corresponden a la realidad, pero que al confundir a los usuarios se habilitan para hacer un servicio diferente con el nombre de otro servicio.

Todas las prestaciones de asesorías zootécnicas son confundidas con la orientación médica veterinaria, siendo dos situaciones diferentes, porque una nos habla de producción animal en ejemplares confinados sanos y la otra nos habla de hacer manejos saludables para preservar la salud animal, pero en definición son dos condiciones diferentes.

## III JUSTIFICACIÓN

Identificar las causas del porque la asesoría zootécnica de mostrador tiene mala popularidad, aun siendo uno de los servicios agropecuarios, que con parte un lugar importante en el desarrollo rural, como son la asistencia veterinaria, y la asesoría zootécnica de mostrador, siendo de primordial importancia darle un nuevo significado a este servicio agropecuario.

Las actuaciones profesionales que generan causal de reclamo por los usuarios como quejas de mal servicio de prestación de servicios a animales o producciones para los usuarios que solicitan un apoyo profesional, por lo cual se genera una diferenciación en este trabajo de investigación sobre asesoría y asistencia en mostrador, aclarando que no se puede realizar asistencia en mostrador ya que para ello se requiere la presencia de la producción o el ejemplar implicado con el profesional, por lo tanto mostramos las diferencias de la asesoría zootécnica como un servicio pecuario profesional especializado, con una final diferente a la asistencia veterinaria.

Enmarcando que es muy importante darle un lugar destacado a la asesoría zootécnica en mostrador, muy diferente de a la asistencia técnica de campo que puede ser Zootécnica o veterinaria dependiendo el caso. Dándose que se está dando un mal asesoramiento a dueños de productores sometiendo a riesgos o complicaciones previsibles en el asesoramiento al productor en las recomendaciones zootécnicas.

La disparidad de criterios sin fundamentos científicos y respaldo académico en la recomendación dada en mostrador por personas que realizan suplantación de profesionales en zootecnia; ejercicio profesional ilegal con carencia de matrícula profesional, siendo un servicio de mostrador una recomendación profesional con una rigurosidad de idoneidad para preferirla acorde a la circunstancia.

La claridad que debemos tener en cuenta de poder delimitar concretamente la atención de mostrador en tiendas agropecuarias, por ser una actividad cotidiana, muy criticada pero no definida de forma técnica y profesional, por esta razón entramos en la profundización de esta actividad que se practica de forma cotidiana todos los días y en cada momento en los establecimientos donde se venden productos agropecuarios.

Este tipo de actividad fomenta el desarrollo rural de una forma exponencial por ser una actividad muy práctica, concreta y que ayuda a los productores de forma puntual en los problemas que se le presente en sus producciones animales.

## IV DISEÑO METODOLÓGICO

En esta investigación no la podemos encuadrarlo dentro de los parámetros de la metodología científica, porque observaremos fenómenos conductuales de las personas que realizan o están relacionados con producción animal dentro de un entorno de producción comercial de animales de abasto, como lo es la caracterización de la asesoría zootécnica de mostrador prestada a este sector de la producción animal con fines comerciales.

En esta caracterización de asesoría zootécnica de mostrador, no la podemos situar dentro de los parámetros estrictos de la metodología científica, ya que caracterizaremos conductas de consumo de insumos agropecuarios de acuerdo a las necesidades específicas dadas por la asesoría zootécnica profesional, realizada dentro de un entorno comercial de suministro de insumos agropecuario en mostrador de establecimiento comercial.

En esta investigación buscamos caracterizar la asesoría zootécnica de mostrador, dentro de un entorno agropecuario

comercial y productivo, realizando la caracterización que nos muestre las principales fortalezas y debilidades de la asesoría zootécnica en mostrador, que nos oriente en sus principales patrones característicos para solicitar una asesoría zootécnica en una tienda agropecuaria, realizando una observación cualitativa bajo un diseño no experimental, por lo cual la investigación se realiza entrando en contacto directo con los productores pecuarios, caracterizando los puntos más relevantes de una asesoría zootécnica de mostrador del profesional en producción animal a través de su quehacer zootécnico por medio del asesoramiento para el desarrollo rural en el región pecuario.

Desde esta perspectiva hacemos esta investigación Caracterización de asesoría técnica zootécnica en mostrador en tienda agropecuario “Almacén veterinario el campo” dando su peso integrativo por ser realizada cada asesoría zootécnica de mostrador en la atención de casos de problemáticas reales, buscando consignar estas experiencias de forma general en esta investigación y estableciendo los patrones comunes, protocolos y propedéuticas de una asesoría zootécnica de mostrador, que nos permite mostrar la eficiencia de una asesoría comercial con respecto a otros tipos de prestación de servicios zootécnicos prestados a los productores del sector agropecuario.

Esta investigación no pretende dar conceptos sino caracterizar la atención al sector rural agropecuario, y la importancia que tiene la asesoría zootécnica de mostrador.

En esta investigación se formularán preguntas que constituirán un cuestionario que buscare encontrar las repuestas a los patrones protocolos y propedéuticas del asesoramiento zootécnico en mostrador.

Para establecer un parámetro cuantitativo en la herramienta a utilizar se realizara la aplicación de un numero de encuestas consistente en el 30% de la población de usuarios que descansan en la base de datos como clientes del Almacén veterinario el campo, para lo cual de acuerdo a esto el número de clientes con que cuenta el Almacén veterinario el campo es de 2556 clientes, para lo cual y que la muestra sea representativa será de 767 encuestas aplicar, las cuales se realizaran al azar, acorde como se irán presentado, no se establecerá un parámetro de tiempo sino el cumplimiento de número total de la muestra establecida.

#### A. *Protocolo, registro y criterios de elegibilidad*

El estudio partió de una población conocida de clientes de la tienda agropecuaria “Almacén veterinario el campo”, todo eran candidatos para participar de en este trabajo de investigación, se dio la recolección de la muestra de forma aleatoria sin tener en cuenta el tipo de producción que poseen, o necesidades de asesoramiento requeridos.

#### B. *Búsqueda y selección de datos*

Para la recolección de la información se realizó atención directa a cada cliente en el periodo de recolección de información, atendiendo a cada usuario de forma independiente y proporcionando el asesoramiento zootécnico de mostrador requerido, al mismo tiempo de modo independiente se hacia la aplicación de la encuesta que era registrada después de

realizar el asesoramiento zootécnico de mostrador, a cada cliente de “Almacén veterinario el campo”.

## V MARCO REFERENCIAL

Es importante tener en cuenta todo lo que se ha legislado para el servicio y atención en ciencias animales, y en especial en lo que se refiere a la medicina veterinaria y la zootecnia, las dos carreras, aunque transitan por la misma senda que son las ciencias animales, son dos disciplinas muy distintas.

La gran mayoría tienden a pensar que los servicios prestados en los almacenes agropecuarios, asistencias médicas veterinarias. Asesorías zootécnicas, son similares y que son iguales por establecer sus disciplinas sobre el mismo objeto de trabajo que son los animales domésticos y la fauna silvestre de interés para el hombre, pero esto no es así, las disciplinas son muy distintas y sus labor es totalmente diferente, por esta razón es de crucial importancia entender la labor específica de cada disciplina académica de las ciencias animales, que pueden cohabitar una con la otra y con otras ramas de las ciencias que se ocupan del sistema productivo y el desarrollo rural, como son los forestales o las agrónomos, y aun si aunque se colaboran son ramas distintas de las ciencias agropecuarias.

Es importante entender que en ciencias animales se debe establecer un servicio al cliente, siendo los animales el objeto del servicio prestado por los profesionales de ciencias pecuarias y son los usuarios quienes sufragan los gastos para el mejoramiento y manejo técnico de los servicios requeridos para sus producciones animales en confinamiento, o para sus ejemplares de alto rendimiento; teniendo claro que los dueños de ejemplares o producciones no pueden trasladar los ejemplares o trasladar al profesional a sus predios donde están localizados los animales objeto del servicio que en este caso es la asistencia técnica, al no poder hacer esto recurren a la solución práctica que es buscar una asesoría zootécnica de mostrador, siendo esta una solución práctica, y en muchos casos es gratuita por ser objeto de una venta de mostrador, sino esta una solución de ventas de productos agropecuarios, siendo la asesoría zootécnica de mostrador, un sus producto intangible que impulsa la venta de un producto tangible, que son las existencia de vitrina en las tiendas agropecuarias.

En este caso el servicio al cliente es fundamental para la venta de mostrador, y este servicio al cliente se ve reflejada en la asesoría zootécnica de mostrador, como impulso de ventas a un producto tangible como son los insumos agropecuarios, esto se reduce a servicio al cliente como lo muestra la definición:” El servicio de atención al cliente o simplemente servicio al cliente es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz, Servicio al cliente es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción. Se trata de “un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a los clientes (que nos compran y nos permiten ser viables) como en la forma de atender a los Clientes Internos, diversas áreas de nuestra propia empresa.” (En línea WIKIPEDIA).

Convirtiéndose el conocimiento académico en ciencias animales en la herramienta del servicio al cliente, para concretar la venta de mostrador, la cual debe para ser un servicio al usuario de calidad estar respaldado por un asesoramiento zootécnico de mostrado con carácter profesional, en el cual se indica el uso de los productos, manejos zootécnicos o aplicaciones veterinarias, como el producto intangible de la venta de productos tangibles que pagan el costo del asesoramiento profesional.

Este campo en ciencias animales es uno de los más competitivos, se da en alto nivel, donde un profesional de ciencias animales se muestra como una persona de alto nivel como visitador profesional en ciencias animales, y es designado como asesor técnico comercial animal, donde su función es promover el consumo de productos para producciones animales o para ejemplares de alta genética, además ser administrador de negocios que estén relacionados con la producción y mantenimiento animal, con experiencia en comercialización de productos farmacéuticos veterinarios, junto con el conocimiento zootécnico para el manejo de los mismos en condiciones de asesoría o asistencia técnica animal, generalmente este tipo de profesionales son nombrados como “representante de ventas” y están destinados a viajar y realizar su trabajo de asesoramiento preparando a aquellos profesionales que son designados como “mostradores de tienda veterinario” estos profesionales son los que realmente realizan el asesoramiento zootécnico de mostrador” y son requeridos con amplias competencias zootécnicas, competencia de ventas de productos farmacéuticos veterinarios, con conocimientos de poder realizar en mostrador capacitación y asesoramiento en nutrición animal, junto con conocimientos básicos en sanidad animal para remitir casos clínicos al médico veterinario

La línea divisoria de entre la médica veterinaria y la ciencias zootécnicas en estos puntos o tiendas agropecuarias no es muy clara, sin embargo, para un asesor de mostrador, es pieza fundamental para su desempeño laboral éxitos, y con competencia en ciencias animales, sin tener la distinción si lo que está realizando es una consulta veterinaria de mostrador o un asesoramiento zootécnico de mostrador, al final aunque son dos actividades muy parecidos y concluyen con el mismo fin que es servicio al cliente.

La bioética en ciencias animales es muy importante tenerla para el arbitramento en los diferentes actividades realizadas en las disciplinas que la conforma, por esta razón esta investigación lo que busca es en primer lugar re-definir los lineamientos de este tipo de atención que es muy popular y que está arraigada en el sector productor agropecuario, este servicio es una necesidad de los productores como un servicio rápido, expreso, eficiente y económico, donde la asesoría zootécnica de mostrador aporta la capacitación en el manejo técnico zootécnico con el suministro y venta de insumos que fomentan el adelanto y el desarrollo rural a personas con una baja capacitación en el manejo de tecnología que están a la venta y al alcance de los pequeños y grandes productores.

### C. **COMERCIO AGROPECUARIO EN COLOMBIA.**

“El año en curso no deja buenos resultados para el agro. El crecimiento relativamente importante de algunos subsectores no compensa los descensos significativos en otros y las consecuencias del débil comportamiento de la economía nacional.” (Mejía López Rafael 2016)

Para finalizar, el incremento en el costo de importación de las materias primas para alimentos balanceados y la oferta nacional insuficiente para atender su demanda ocasionarán en 2016 un golpe de costos para la avicultura, la porcicultura, la lechería especializada y una afectación de su dinámica de crecimiento, lo cual sugiere la puesta en marcha del programa Colombia Siembra, una salida a la sustitución de importaciones y la búsqueda de oportunidades en nuevos mercados para exportar con variados productos. (Mejía López Rafael 2016)

### **Políticas agropecuarias de asesoramiento zootécnico de mostrador.**

El gobierno nacional, en función de mejorar la productividad del campo y promover el desarrollo rural de los campesinos y sus producciones, promover la comercialización de productos e insumos que mejoren las producciones campesinas y promuevan el desarrollo rural, para esta razón le otorga al ministerio de agricultura la facultad de regular los mercados internos de productos agropecuarios, determinado las políticas de precios de sus insumos, junto con el de la comercialización de productos agropecuarios para propender la el bienestar y la paz para las comunidades campesinas.(2013, Ministerio de agricultura y desarrollo rural)

La política de comercialización agropecuaria busca mejorar la integración del país a los mercados internacionales, reducir los costos de transacción mediante una mayor eficiencia y modernización de los mercados y el apoyo a las operaciones comerciales, a partir del criterio de protección razonable. Para ello, el Gobierno está utilizando una serie de instrumentos de comercialización interna y externa como aparece a continuación. (2016, Zambrano)

Dentro del panorama general para el sector agropecuario, es uno de los regiones de mayor importancia para el desarrollo económico del país promoviendo el desarrollo rural, incrementando la competitividad del sector agropecuario y en especial en los campos de producción animal, específicamente en la zootecnia, es importante tener en cuenta que para el ejercicio como zootecnista se debe cumplir con los requisitos que establece el capítulo 2 de la ley 576 del 2000, también debe cumplir los requisitos específicos que propone el capítulo 8 de esta misma ley en el cual nos enmarca al zootecnista frente a usos de insumos, delimitando su responsabilidad profesional.

## **VI METODOLOGÍA**

En esta investigación no la podemos encuadrarlo dentro de los parámetros de la metodología científica, porque observaremos fenómenos conductuales de las personas que realizan o están relacionados con producción animal dentro de un entorno de producción comercial de animales de abasto, como lo es la caracterización de la asesoría zootécnica de mostrador prestada a este sector de la producción animal con fines comerciales.

En esta caracterización de asesoría zootécnica de mostrador, no la podemos situar dentro de los parámetros estrictos de la metodología científica, ya que caracterizaremos conductas de consumo de insumos agropecuarios de acuerdo a las necesidades específicas dadas por la asesoría zootécnica profesional, realizada dentro de un entorno comercial de suministro de insumos agropecuario en mostrador de establecimiento comercial.

En esta investigación buscamos caracterizar la asesoría zootécnica de mostrador, dentro de un entorno agropecuario comercial y productivo, realizando la caracterización que nos muestre las principales fortalezas y debilidades de la asesoría zootécnica en mostrador, que nos oriente en sus principales patrones característicos para solicitar una asesoría zootécnica en una tienda agropecuaria, realizando una observación cualitativa bajo un diseño no experimental, por lo cual la investigación se realiza entrando en contacto directo con los productores pecuarios, caracterizando los puntos más relevantes de una asesoría zootécnica de mostrador del profesional en producción animal a través de su quehacer zootécnico por medio del asesoramiento para el desarrollo rural en el región pecuario.

Desde esta perspectiva hacemos esta investigación Caracterización de asesoría técnica zootécnica en mostrador en tienda agropecuario “Almacén veterinario el campo” dando su peso integrativo por ser realizada cada asesoría zootécnica de mostrador en la atención de casos de problemáticas reales, buscando consignar estas experiencias de forma general en esta investigación y estableciendo los patrones comunes, protocolos y propedéuticas de una asesoría zootécnica de mostrador, que nos permite mostrar la eficiencia de una asesoría comercial con respecto a otros tipos de prestación de servicios zootécnicos prestados a los productores del sector agropecuario.

Esta investigación no pretende dar conceptos sino caracterizar la atención al sector rural agropecuario, y la importancia que tiene la asesoría zootécnica de mostrador.

En esta investigación se formularán preguntas que constituirán un cuestionario que buscare encontrar las repuestas a los patrones protocolos y propedéuticas del asesoramiento zootécnico en mostrador.

Para establecer un parámetro cuantitativo en la herramienta a utilizar se realizara la aplicación de un numero de encuestas consistente en el 30% de la población de usuarios que descansan en la base de datos como clientes del Almacén veterinario el campo, para lo cual de acuerdo a esto el número de clientes con que cuenta el Almacén veterinario el campo es de 2556 clientes, para lo cual y que la muestra sea representativa será de 767 encuestas aplicar, las cuales se realizaran al azar, acorde como se irán presentado, no se establecerá un parámetro de tiempo sino el cumplimiento de número total de la muestra establecida.

#### D. Instrumentos de medición

El instrumento de recolección de información utilizado es la realización de asesoría zootécnica en mostrador, después de realizada se hace una evolución de la misma por medio de un formato en el cual encontramos unos puntos a evaluar e identificar, y a estos puntos se le aplicara estadística descriptiva simple, para poder dar valores numéricos a estos puntos a analizar de la asesoría zootécnica en mostrador.

### VII RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Presentaremos los resultados en gráficas, las cuales se discutirán explicando cada uno de los fenómenos que nos muestran las gráficas.

Toda empresa tienda agropecuaria tiene un funcionamiento por fidelidad de los clientes, la gráfica nos muestra que las personas que requiere el asesoramiento zootécnico en mostrador, son clientes que llevan un periodo de confianza en los servicios que

se le presta en este tipo de asesoramiento, y de acuerdo a ellos hace el consumo de productos para sus producciones y que son de utilidad para la empresa de producción animal, sin importar el tipo de producción animal que tengan.

Tenemos reflejado que un total de 59% de los usuarios de asesoramiento zootécnico en mostrador tiene una permanencia de entre uno y tres años de usar este servicio, mostrando que es algo que tiene la confianza de los productores, encontrándose que hay una minoría que llevan del 7% llevan utilizando el servicio de asesoría zootécnica de mostrador, esta fracción representa a una minoría que ha tenido producciones estables durante el tiempo, y que tiene completa confianza en las recomendaciones zootécnicas prestadas en el mostrador y que ha sido eficientes, en la resolución de problemas pecuarios, por esto supera esta mayoría a través del tiempo; en cambio vemos usuarios del servicio de AZM entre 6 meses y un año. Son pequeños productores que tiene perdiciones transitorias y que no tiene la capacidad de sostener la producción a nivel empresarial, son productores artesanales que producen con los métodos empíricos y en muchos casos tradicionales, generando una producción transitoria, y por ultimo tenemos una porción de usuarios que tiene menos de un mes que son el 3% y 14%, mostrando el ingreso de nuevos clientes, o clientes que son ocasionales y que no tiene establecido ninguna producción zootécnica.

General mente los productores agropecuarios requiere tiene una mecánica productiva mensual de consumo de productos agropecuarios, es en este momento que hacen el reabastecimiento de insumos y se ve reflejado en ese 93%, es enteste momento que el producto al lado de la compara realiza la consulta de sus problemas zootécnicos, y es allí donde ellos buscan el asesoramiento zootécnico de mostrador, sea para problemas medianos o pequeños, aclarando que los problemas zootécnicos grandes deben ser solucionados mediante visita técnica, los productores que repiten asesoría zootécnica de mostrador que son el 1%, generalmente lo hace en busca de soluciones de problemas en su producción de carácter incidental, siendo estos incidentes de características de atención de urgencia, y solución inmediata, en cuanto al 6% que son los usuarios que usan el asesoramiento zootécnico de mostrador Una o más veces a la semana, son personas o productores que están solucionado un problema en su producción pecuaria y requiere tanto asesoramiento zootécnico continua para ser capacitados en el uso de insumos agropecuarios que deben ser manejados y aplicados, o comparados de forma continua para el restablecimiento de la producción.

El grado de satisfacción de la asesoría zootécnica de mostrador de nuestros usuarios que utilizan sus servicios, tanto para el aprendizaje de tecnologías nuevas, recomendaciones técnicas de usos de insumos, equipos y maquinarias para mejorar la producción animal es completamente satisfactoria, la asesoría zootécnica en mostrador es una herramienta fundamental para el desarrollo agropecuario y a capacitado y llevado más tecnología al campo sin necesidad de que el productor o el campesino tenga que capacitarse, sino que revise del profesional la pequeña capacitación y recomendaciones técnicas para la solución de sus problemas en su producción, además que esta asesoría zootécnica de mostrador en muchos caso es gratuita, y es dada para la por moción de un insumo necesario para la resolución del problema productivo, mostrando en este caso un 91% de completamente satisfecho, también se tiene que los productores simplemente satisfecho,

la razón de este 9%, tiene muchas posibles explicaciones, pero la principal explicación es que la asesoría zootécnica en mostrador, podrá superar a la asistencia técnica zootécnica, ya que los productores no podrán describir sus problemas a fidelidad, por lo tanto, la AZM jamás igualara la asistencia, y esta es la razón de que la AZM no puede cumplir en totalidad como un asesoramiento integrar, pero el profesional en zootecnia puede aproximarse mucho, mas no solucionar el problema por medio de AZM.

La AZM hoy por hoy, tiene una preferencia mayor, pero es porque no tiene costo, comparada con la asistencia profesional, en preferencia comparten por los usuarios el mismo gusto ya que la diferencia no es marcada, para el productor campesino, si no tiene costo es bueno, todo lo que tenga un costo y no se tenga la cultura de pagar por servicios no sirve, y es esta la razón por la cual la AZM ha penetrado el mercado, el mucho menor significa que no tiene costo y que AZM está incluida dentro del valor de la compra del insumo necesario para corregir o solucionar el problema de la producción por esta razón tiene un 49%, mientras que 48% que es más o menos igual, tiene el condicional que no tenga un costo adicional la asistencia Técnica.

Es claro entender la razón del porque la AZM cubre las necesidades de los productores en un 98%, es algo que no cuesta, por lo tanto no incrementa los costos, y el productor obtiene por la compra de los insumos, en el proceso de la venta de insumos, equipos o maquinarias para el sector de producción animal o agropecuario, en Colombia la cultura es que la AZM es algo ligado al servicio al cliente, cabe aclarar que la AZM no cubre en su totalidad las necesidades del productor, en este caso requiere de asistencia profesional para solucionar el problema suscitado, en el caso que se necesite una asistencia profesional a la producción, y que el productor no es te dispuesto a pagar por ella, al recibir AZM, no cumplirá con las expectativas de solución de los problemas y por lo tanto se generara el proceso de insatisfacción, y de este modo se explica este 2% que nos muestra la gráfica, Es definitivamente el costo \$0 de la AZM lo que la hace satisfactoria.

La AZM es un servicio pecuario muy popular de uso cotidiano y obligatorio en la venta de insumos agropecuarios, es un elemento intangible necesario para el campesino, el cual necesita proceso de reforzamiento de sus conocimientos empíricos y adicionar aprendizajes a sus saberes tradicionales. En la gráfica se demuestra que en un 98% de las ventas de insumos agropecuarios están acompañadas de un AZM, es algo que está ligada a la venta, mientras que el 2% no lo necesita por ser personas que están capacitadas como profesionales del área de las ciencias animales y encuentran molesto que se les proporcione la AZM.

En este ítem la repuestas de los usuarios son variadas, pero en una mayoría del 68% piensan que es muy importante la AZM ya que en ella encuentran las soluciones a sus necesidad de modo ágil y practico, porque la AZM es un apoyo para el producto que no tiene los recursos y que encuentra un apoyo en este tipo de AZM, en el 8% encontramos a los productores de baja escolaridad, con bajos recurso, que ven en la AZM una solución real e inmediata para sus producciones, que en muchos casos son tradiciones y que su manejo ha venido siendo de un modo empírico, lo mismo sucede con una porción de los usuarios que afirman en un 24% que es importante ya que son productores que llevan tiempo en el manejo sus, conocen por medio del ejercicio práctico sus producciones, o los conceptos básico

para el manejo de la misma, por lo tanto tiene un sentir hacia la AZM que es importante como un parámetro en el que pueden comparar sus actuaciones y las utilizan como una medida de auto evaluación de sus manejo zootécnico de sus producción animal.

Una fracción de usuarios del 7% son los dueños de producciones, y que poseen producciones especializadas, que en ellas tiene incorporado profesionales que son los que llevan las administración de la producción animal, sin embargo, por curiosidad, o por enterarse de nuevas tecnologías, por ductos o insumos que salen al mercado, hacen uso de la AZM para poder enterrasen o hacer adopción de estas tecnologías nuevas, en otros caso lo hacen para enterarse de las cosas que el profesional pecuario no les comunica y de este modo obtienen una idea en las pequeñas capacitaciones que extraída en la AZM.

El 1% corresponde a la atención de los profesionales que realizan asistencia pecuaria, y por ser eruditos en los temas de asistencia y asesoría no tiene en cuenta como algo importa la AZM.

Los productos que Manifiestan estar en su mayoría estar totalmente de satisfechas en un 58% porque son pequeños productores que al prestarles la AZM se les está dando un respaldo profesional en sus producciones con un costo cero, la satisfacción se da porque esta AZM a ayudado a resolver en gran medida sus dificultades zootécnica de sus producciones y que la AZM ha contribuido al mejoramiento de sus actividades zootécnicas con una baja inversión, en cuanto a los que están satisfechos en 40% también lo miran como un reforzamiento de lo que saben ya AZM les sirve como un parámetro comparativo para hacer una auto evolución del sus determinaciones en el manejo de sus producciones, que les ayuda a orientar sus manejo de terminaciones en sus producciones agropecuarias, en cuanto a 5% de usuarios insatisfechos en su mayoría son técnicos, tecnólogos o profesionales que siente que la persona que les brinda el AZM se están entrometiendo en sus determinaciones, y lo que necesitan es el suministro del insumo y la determinación del uso racional del insumo lo realizan ellos mismo, en cuanto a la explicación del porcentaje cero de Completamente insatisfecho es porque en la AZM siempre los usuarios obtiene el beneficio que buscan, unos que desean la AZM completa y otros solo la desean para el suministro de los insumos necesarios para hacer su aplicación técnica en las producciones zootécnicas que este atendiendo.

En su totalidad Los usuarios el 100% afirmaron la satisfacción de la de AZM, a por que todos se les brindo el servicio requerido, uno requería capacitación en el manejo de dificultades que se presentan en las producciones, otros porque requería el suministro de equipos y maquinarias con su correspondiente instrucción en el manejo de los mismos, en otros casos los usuarios solamente requerían el suministro de insumos para el mantenimiento de sus producciones animales.

En general los usuarios del AZM son usuarios que en general requieren la satisfacción de una necesidad de su producción, y la tienda agropecuaria suple las necesidades tanto de productos e insumos necesarios para el manejo y mantenimiento de la producción en general, como el acompañamiento zootécnico requerido desde un apoyo profesional y a bajo costo, se dice a bajo costo ya este costo se le suma al costo de los insumos.

El trato En una AZM es de relación con el usuario que requiere solucionar una necesidad zootécnica, en las cuales puede ser de capacitación, instrucción de manejo de equipos e insumos agropecuarios, junto con el acompañamiento del conocimiento profesional del zootecnista que realiza la AZM, escuchando las problemáticas planteadas por los usuarios del servicio de AZM, y de este modo el zootecnista desde el mostrador de la tienda agropecuaria planteado un inmediata solución, pudiendo ser por medio del suministro de insumos, o recomendaciones técnicas, o las dos en conjunto para la corrección de la problemática de la producción de un modo práctico y con agilidad para el usuario que requiere una solución inmediata dentro de la AZM.

El 95% de los usuarios de AZM siempre acuden de manera pronta en busca de ayuda, sea para el suministro de insumos o equipos necesarios para la producción pecuaria, o sea para consultar situaciones que se salen del conocimiento del dueño de producción, en las tiendas agropecuarias siempre están prestos los técnicos, tecnólogos o profesionales en ciencias animales para brindar el asesoramiento pertinente a los productores o manejadores de animales, en cuanto a esto el 95% de los usuarios manifiestan estar Completamente satisfecho, porque de acuerdo a la normatividad, en tiendas agropecuarias debe estar presente un profesional en ciencias animales para brindar el AZM necesario y pertinente a los productores que los requieran, lo mismo ocurre con el 3%, pero esto es cuando el productor requiere además del AZM, necesita una asistencia técnica que es que el profesional lo acompañe al predio a hacer análisis de la problemática y que desde allí haga la asistencia técnica y de esta pueda dar un asesoramiento más próximo a la problemática presente.

El 1 % de que presentan estar insatisfechos con el AZM, son aquellos productores que no tiene la destreza para describir sus problemáticas entonces el profesional no logra acertar con la problemática, es aquí donde la AZM, por mala comunicación del usuario no puede cumplir con las expectativas del usuario que lo requiere.

En 97% de los usuarios que ha usado el AZM consideran que les ha solucionado los problemas, teniendo en cuenta que los problemas a nivel pecuario y en especial a nivel zootécnico tiene una amplia gama, tanto a nivel de especies como de tipo de AZM ya que pueden ser de insumos, de equipos, maquinaria, herramientas, y en especial de capacitación en nuevas tecnologías que pueden abarcar toda esta gama de problemas. La AZM es un servicio muy versátil y debe tener la capacidad de dar respuesta a todas las necesidades que requiere el la producción animal y el talento humano que la maneja, por lo tanto, el profesional de mostrador en una tienda pecuaria es una persona que debe estar, siempre en continua formación y capacitación para sí poder dar respuesta a las diferentes casuísticas presentada. En cuanto al 15% de satisfacción está dada por los productores que solo requiere la compra de insumos y productos, y que no requieren de un proceso de asesoramiento en el manejo de insumos o productos, sino que ellos ya poseen el conocimiento para el manejo de los mismo.

El 1% corresponde a los usuarios que son profesionales y que al intentar de hacerles recomendaciones o sugerencias presenta incomodidad, ya que siente que la AZM en este caso es una falta de respeto a su formación académica. En el desarrollo de las actividades pecuarias de los pequeños productores que no tiene condiciones para pagar la asistencia técnica, o dicho de un modo más objetivos que las producciones

son tan pequeñas y artesanales o que están aplicando técnicas ancestrales que la producción no tiene la rentabilidad para pagar la asistencia técnica, es cuando estos pequeños productores hacen uso de la AZM, y son estos usuarios que están en un 84% de completa satisfacción, y es porque este tipo de AZM no tiene costo, y este hace que sea bien recibido por estos pequeños productores, su costo está replantado en grado al costo de la compra del insumo, el 13% que está simplemente satisfecho, es porque de algún modo tiene el conocimiento adquirido por el tiempo, o y el AZM es lo un apoyo para sumar pequeños aprendizajes que pueden ser útiles o no para este tipo de usuario.

En cuanto a los insatisfechos por el AZM son como lo venimos mostrando los profesionales de las ciencias animales, que en verdad piensan que la AZM está en contra del gremio, porque desde alguna perspectiva la venta de insumos pecuarios dando el AZM de forma gratuita está perjudicando al gremio, porque los usuarios de estos servicios tenderán a preferir el AZM que la asistencia técnica, por costos.

Es importante resaltar en este punto que la AZM en este punto es muy superior a la asistencia técnica, ya que el profesional de ciencias animales estando dentro de la tienda agropecuaria posee todos los recursos de insumos, maquinaria, e infinidad de productos que están al alcance de para brindar un mejor asesoramiento de forma inmediata, cosa que un asistente técnico no tiene, ya que está en campo y él no tiene los recursos limitados, y por lo tanto debe si necesita ir a abastecerse de insumos o equipos necesarios para realizar su asistencia, cosa que un profesional que está prestando el AZM puede hacer.

Esta es la razón de que el AZM por la cual el 86% de completamente satisfechos, porque el profesional tiene todos los recursos al alcance de la mano, y los usuarios que están satisfechos en un 13% es porque algunos manejos técnicos de insumos y materiales son complejos y las capacitaciones sobre los productos son confusas para ellos, los usuarios insatisfechos que son el 1% son aquellos usuarios que requieren materiales que son de venta controlada, como medicamentos que son de venta estricta a profesionales de ciencias animales y que no se les hace la venta, para no transgredir la normatividad agropecuaria.

Generalmente las tiendas agropecuarias que cumplen con la normatividad vigente para su funcionamiento, tiene en cierto grado conexión con el sector académico y gubernamental para un correcto funcionamiento, y para brindar una atención al usuario más integral, es natural que donde está un profesional universitario de la zootecnia tiene esta conexión directa, del sector productivo al académico.

Esta conexión del profesional y que el usuario de los servicios AZM conozca este vínculo hace que le dé una seguridad al usuario este servicio que le presta las tiendas agropecuarias, el 60% de los usuarios se siente más seguro y confiado al recibir un AZM por un profesional de mostrador, ya que la única manera de recibir una atención de un profesional de las ciencias animales sería por medio de una asistencia técnica, que tendría un costo que el usuario no estaría en disposición de costear, el 30% de usuarios solo manifestaron estar simplemente satisfechos, la razón de esto es porque a ellos no les importa la conexión que allí con otros servicios o universidades, sino que se les soluciones su dificultad, rápida y eficientemente sin importar nada más.

El 10% de insatisfechos son profesionales que no están de acuerdo con aquellas tiendas agropecuarias que tiene contratado a personal que no son profesionales, que son personas que ha aprendido de forma empírica el manejo de insumos, maquinarias y equipos para el desarrollo de actividades pecuarias, y que están ejerciendo de forma ilegal el ejercicio de la AZM.

El AZM para dar una respuesta rápida al usuario que requiere una repuesta rápida y eficaz cumple dando una completa satisfacción del 61% y una satisfacción de del 36%, realizando un analicéis solamente de satisfacción del usuario nos da una respuesta de 97% de satisfacción mientras que los clientes que presenta una insatisfacción de un 3% es porque para solucionar su problema no requiere de una AZM sino una asistencia veterinaria.

En este ítem se requirió unir completamente satisfecho, con los usuarios satisfechos para poder tener una visión real de la satisfacción del AZM.

Los usuarios campesinos ante la AZM muestran un 99%, de estar de acuerdo en la prestación de este servicio por la agilidad y eficiencia con la que son atendidos AZM porque solucionan con agilidad la consulta productiva proporcionando la orientación requerida de forma ágil, y eficiente consiguiendo los mejores resultados de forma inmediata. Para alcanzar este 99% se requirió unificar completamente de acuerdo que en este caso tiene un 79%, y de acuerdo con un 20% dándonos en la sumatoria de estos dos de los usuarios que el servicio le proporciono solución a sus problemas productivos pecuarios presentados en sus producciones.

El 1% de usuarios que presenta desacuerdo es porque sus problemáticas son de otra índole diferente a la zootecni9am y que requiere una asistencia veterinaria, para poder solucionar sus problemas.

La AZM es un servicio que cumple con una función de solucionar de forma inmediata las problemáticas presentada a los productores, que su producción ya que en este ítem encontramos una aceptación de 87% estar totalmente de acuerdo y un 13% de estar de acuerdo, con los 745 usuarios que dieron respuesta a esta ninguno mostro desaprobación en ninguna media estar en desacuerdo que les presten AZM, por lo tanto el 100% de los usuarios desean y reciben la AZM, aunque este consientes que esta no tiene la capacidad de solucionar todos los problemas productivos pecuarios en las producciones zootecni9as.

La complejidad de esta pregunta nos dio una pluralidad de contextos sobre la AZM, dándonos que debemos discutir cada uno de los resultados para poder interpretar a profundidad.

Dándonos unos resultados que el 30% usan con seguridad la AZM por tener la construyere de uso de este tipo de asesoramiento para mejorar situaciones en sus producciones, otro 32% la utilizan como una posible solución, pero esto está ligado a la condición socioeconómica de esta usuario ya es la está utilizando la AZM, siendo su única alternativa económicamente posible para la solución de su problemática en su producción animal, un 28% usan las AZM con desconfianza ya que están acostumbrados a la asistencia técnica veterinaria, en la cual el profesional va hasta el lugar para identificar el la posible problemática, prescribir una posible solución, en otros casos se presentan una minoría del 2% que no atienden al AZM

ni la asistencia técnica, ya que por cuestiones culturales el usuario campesino prefiere utilizar alternativas propias, El 8% corresponde a usuarios que tiene una trayectoria de uso de asistencia veterinaria, y prefieren este servicio, también por sus condiciones socio económicas, porque prefieren la visita del profesional médico veterinario, pero estos casos son de productores que ya tiene como norma propia de sus manejo propio, y no por que no usen la AZM.

La repuesta y el análisis de esta pregunta por su grado de complejidad y profundidad en el análisis se requieren dar discusión a cada uno de los hallazgos, para ello se encuentra que un 78% está completamente de acuerdo con la AZM porque el servicio que recibieron con antelación hadado repuesta positiva y ha solucionado sus problemáticas existente en sus producciones animales, en el mismo orden pero con un grado menor de satisfacción del 19%, en cuanto al 1% en desacuerdo y el 1% de totalmente desacuerdo, son usuarios que están acostumbrados a la asistencia veterinaria en sus predios, por ya tener la experiencia de la efectividad de la asistencia veterinaria.

Al realizar la sumatoria del ítem Completamente de acuerdo 79% y De acuerdo 20%, encontramos que los usuarios que están de acuerdo en usar este servicio es del 99% que les presten la AZM, el1% son los usuarios que tiene preferencia por la asistencia veterinaria.

Los usuarios que van a una establecimiento a realizar una compra, por iniciativa propia, lleva en mente que toda recomendación o sugerencia no tendrá costo por que, en la mayoría de establecimiento este servicio de AZM, es algo que no genera costo adicional y está ligado al servicio al cliente, por esta razón cuando se les hace la pregunta que en comparación con la AZM ellos utilizarían asistencia técnica pecuaria para realizar sus compras, la repuesta es del 74% no requieren de la visita de un profesional a sus productores para compra de insumos para sus producciones, otro 20% reponen que no es probable que se lleve a un profesional de ciencias animales para realizar las compras, en el caso de Es muy probable 2% y el Es probable 3% lo harían en caso de estar presentando un estado de crisis en el cual l producción zootécnica este presentado una amenaza, y de esta manera no se atrevería a realizar compra de insumos in el asesoramiento de un profesión.

En esta ítem es complejo porque la interpretación de cada uno de los ponderados nos muestra 3 diferentes situaciones que en entrases a interpretar, Para los usuarios que expresaron que Si se me ha presentado problemas 46%, que los usuarios al no tener un criterio zootécnico o veterinario profesional toman decisiones erróneas en la preparación de insumos o interpretación de recomendaciones, y por esta razón han tenido problemas, además porque no están de acuerdo a asumir el costo de una asistencia profesional en sus producción, en cuanto a los que expresaron No se me ha presenta do problemas 3% son usuarios que tiene un grado de preparación o tener un cercano con estos conocimientos en ciencias animales por ser técnicos o tecnólogos y por esta razón no requieren de una asistencia profesional, y con la AZM es suficiente para solucionar sus problemáticas zootécnicas en sus porciones, en cuanto los usuarios que expresaron Solo soluciono problemas de sencilla resolución técnica 51%, es porque ellos solo buscan el AZM para solucionar pequeñas situaciones técnicas de sus producciones animes, o porque tiene la capacidad de observación y poder describirle al



profesional la situación al profesional y de este modo poder identificar el problema en la AZM y así brindar una posible solución efectiva esta situación presentada en la producción.

Este ítem es uno de los más importante de este trabajo de investigación por ser la clasificación de del tipo de AZM, en este identificamos con precisión el tipo de AZM realizado, para lo cual encontramos la mayor cantidad de asesoramiento que se realizaron para nutrición y alimentación con un 47%, el que le sigue es el correspondiente a Insumos agropecuarios con 30%, esto para mejorar condiciones en bienestar animal, o en el proceso de aprovechamiento y optimización de recursos para la productividad y seguridad alimentaria animal, como son forrajes praderas, o suplementos nutricionales para plantas y animales, el siguiente nivel de AZM corresponde a uno muy importante que apoya los dos anteriores ya mencionados que es Equipos y herramientas 15%, correspondiendo a mantenimiento de equipos y herramientas necesarias para la producción de alimentos dentro de los predios, mantenimiento de instalaciones para el manejo y restricción animal acorde a normas de bienestar animal.

Por último y siendo el menor de todos es el de Sanidad animal y farmacia con un 8%, y es lógico ya que la mayor cantidad de AZM se realizan es para mantenimiento de condiciones para la salud animal preventiva, no se nombra en este estudio animales enfermos ya que esto corresponde otra área de las ciencias animales, como es la medicina veterinaria no correspondiente estudiarlo en Caracterización de asesoría zootécnica en mostrador en tienda agropecuario “Almacén veterinario el campo”, correspondiendo esto a otro tipo de estudio especificativo.

## VIII CONCLUSIONES

La Caracterización de asesoría zootécnica en mostrador en tienda agropecuario “Almacén veterinario el campo”. se enfocó en la descripción general de la asesoría zootécnica de mostrador en y describir los principales perfiles de las personas que solicitan este tipo de servicio profesional pecuario, encontrándose unos puntos en común donde podemos establecer patrones que idéntica y la función que cumple en el desarrollo rural la AZM.

La AZM es fundamental para el desarrollo agropecuario y da la conexión del sector industrializado de la zootecnia con el sector que lo requiere que en este caso es el campesinado que necesita este enlace.

El enlace que está establecido entre el campo y la tecnología es fuerte, y la AZM es el vínculo del sector comercial de insumos agropecuarios y los productores en campo, generando un proceso de capacitación, llevar tecnología de punta y estándar de las ciencias agropecuarias al de los campos tecnológicos al campo de forma aplicada.

Los productores agropecuarios por medio de la AZM establecen una conexión de capacitación para manejo de las técnicas de uso de equipos y conocimientos para el desarrollo de sus producciones, generando la optimización de los recursos con un bajo precio.

Los principales Patrones del AZM, es que son requeridos para hacer compras de insumos agropecuarios de forma específica y orientada a buscar una solución o una necesidad dentro de un predio donde se esté realizando una producción zootécnica y

no tiene distinción si es para fines productivos animales de modo industria o artesanal.

Al caracterizar los principales patrones de la AZM cuenta que están orientados en la búsqueda de una solución de una problemática de una producción zootecnia, y que tiene un proceso de actualización tecnológica por esta conectada con los principales proveedores de insumos agropecuarios, es recibida de forma directa por el que la necesita para establecer un correctivo practico y sencilla, junto con la capacitación en el manejo de equipos e insumos para realización de este correctivo, y orientar al producto a una solución aplicada a su problema.

El protocolo para una AZM costa de llegar a un establecimiento donde se suministren insumos o equipos para el sector rural, como son las tiendas agropecuarias, o farmacias veterinarias, el productor expone su problemática el cual es escuchada por la profesión y desde allí establece un procedimiento para iniciar un plan de solución del problema, para ello el realiza una recomendación técnica de venta de insumos y equipos para establecer el plan de AZM para que el productor lo aplique.

La propedéuticas que constituyen un AZM, para el profesional costa de escuchar con atención al producto, zootécnico o agropecuario, realizar preguntas, para completar el cuadro problemático y desde allí, poder hacer un diagnóstico zootécnico o agropecuario, establecer una cantidad razonable de problemas diferenciales que pueden estar sucediendo en el predio, comunicárselo al producto, para lo cual después de una discusión y realización de preguntas específicas que pueda darnos un cuadro diferencial, para establecer una problemática específica y desde este análisis realizar una recomendación zootécnica o agropecuaria específica que permita la solución de la problemática propuesta por el producto, así mismo recomendar en La AZM las tecnologías e insumos necesarios para la solución de la problemática propuesta por el productor.

Para Definir “que es asesoramiento zootécnico en mostrador” (AZM) se realizó esta investigación: es el proceso por el cual se pone a dispersión de un usuario campesino o producto de zootécnico, los conocimientos profesionales y criterios zootécnicos, pudiendo recibir ayuda de otras disciplinas técnicas y profesionales, para buscar una solución a la problemáticas técnicas y científicas que suceden en la producción zootécnica o en la producción agropecuaria.

Al realizar el análisis de los diferentes puntos propuestos en esta investigación acorde a lo observado en condiciones reales propuestas en el Almacén veterinario el campo, se encontró que la AZM, es muy importante en el desarrollo agropecuario, por ser un conector silenciosos entre la tecnología de punta y estándar y los conocimientos científicos del sector de ciencias animales con el gremio zootécnico y agropecuario, que no se le ha dado la importancia y relevancia pertinente, siendo este uno delos los pilares de desarrollo rural a comunidades que no tiene la formación pertinente para el manejo óptimo de los recursos renovables como es la producción agropecuaria donde quiere que se dé, En si la AZM está presente en todo momento pero no se le da el reconocimiento debido.

Se realizar un asesoramiento zootécnico de mostrador (AZM), para establecer de un modo sencillo y eficaz la solución de una problemática en el sector rural, llevando por medio de una pequeña capacitación de mostrar que es la AZM, la capacitación de un personal que requiere la trasmisión de estos

conocimientos, y de este modo establecer un plan de mejoramiento aplicado, con el suministro y venta de los insumos requeridos para la el restablecimiento de las condiciones por ductivas del estableciendo un desarrollo rural con bajo costo de forma práctica y sencilla.

El servicio al usuario que requiere este tipo de atención profesional en ciencias animales aplicadas, se realiza de forma directa, poniendo al alcance del producto agropecuario tecnificado y artesanal, los conocimientos requeridos, para establecer un plan de restablecimiento de producción eficiente en el sector campesino.

Al realizar la Observación y análisis de 745 AZM en su conjunto dentro del Almacén veterinario el campo, se encontró que en el 100% se puso los recursos técnicos y científicos por medio de un profesional, que realizó la AZM para la búsqueda de las soluciones de los problemas que se pueden presentar en una producción agropecuaria.

Generalmente los usuarios que hacen uso de la AZM son personas que tiene una trayectoria de está utilizándola por ser usuarios de un una presa que le suministran equipos e insumos para el desarrollo de su producciones y de este modo ha hecho uso por mucho tiempo de este servicio, y para hacer su compras para sus negocios, y sin ella no realizan las compras de sus productos en especial cuando se presenten nuevas problemáticas, y se requiere de una AZM para poder establecer un protocolo para la solución del mismo.

La frecuencia de utilización de la AZM en la gran mayoría la utilizan una vez al mes, por sé el momento en el que las producciones zootécnicas deben abastecerse de suministros para sus producciones y es allí donde los productores comparten con el profesional de mostrador para que desde allí le des ideas u orientaciones para la solución o manejo de sus problemáticas agropecuarias, dándose que las orientaciones y recomendaciones dadas por el Zootecnista de mostrador, llena en su gran mayoría las expectativas de conocimiento y de formación a los usuarios que lo quieren.

Cuando se estableció una comparación con la asistencia técnica (que en este caso es, ir al lugar) la asesoría zootécnica de mostrador, demostró dentro de esta investigación, que para los usuarios es muy parecida y la opinión es dividida, pero en general para ellos en su percepción no encuentra que los asesoría en un almacén agropecuario, o la visita al predio, sea algo diferente, para ellos es igual siempre y cuando este asesoramiento no genere un costo económicos extra a la producción agropecuaria, además el nivel de satisfacción para los productores es alta en la AZM, ya que esta AZM está inmersa dentro del costo de la compara de los insumos requeridos, siendo un proceso que para el producto por se corta y concisa, es fácil de asimilar, y de hacer la aplicación para realizar los correctivos de sus problemática en su producción agropecuaria siendo la AZM un acompañamiento profesional para esto productores generando unos altos nivel de satisfacción, porque en la mayoría de las veces se le proporciona una solución o una orientación para encontrar resolución que impulse el desarrollo rural.

La AZM es una actividad muy popular dentro de los establecimientos de suministro de insumos, así lo demostró para el Almacén veterinario el campo porque se le suministro en la mayoría de las veces una solución adecuada y acorde a la problemática presentada en los 745 previos que se

asesoraron, también porque en la mayoría del tiempo en estos lugares se tiene personal técnico y profesional que puede ayudar a resolver la problemáticas presentada, dándose que en la mayoría de las veces la AZM llena las necesidades de los productores se les brindado el servicio necesario al usuario para la solución de los por problemas pecuarios consultados, dando solución adecuada a las problemáticas expuestas por los usuarios campesinos que hacen uso de la AZM.

El profesional en la AZM cuenta con recursos y materiales para realizar una atención de forma profesional, con los recursos de académicos que garantizan la búsqueda de la resolución de las diferentes problemáticas que se pueden presentar a nivel de campo y que se les puede establecer una solución a nivel de AZM, de este modo el profesional da en la mayoría de los caso la solución pertinente a cada uno de las explosiones de situaciones adversas a nivel de producción agropecuaria, siendo un servicio que se adapta a las necesidades de los usuarios que lo solicitan, proporcionado en el mayor número de caso satisfacción en la resolución de la problemáticas.

El comportamiento de los usuarios campesinos con respecto al AZM, tiene unas diferentes opiniones con respecto al mismo, los usuarios en su mayoría lo usa como primer recurso como posible solución de primera media, en otra proporción igual a estos primeros usan el AZM con seguridad que con esto se tendrán los resultados deseados, siendo un 62% de usuarios con este pensamiento; mientras dentro de estos un 28% lo usa con inseguridad, y hace uso del AZM con prudencia en la aplicación de las recomendaciones, mientras que una minoría que es un 8% que en este caso son los propietarios de producciones pecuarias bien establecidas prefieren utilizar la asistencia técnica pecuaria o veterinaria, y no la AZN porque prefieren depositar le problema al profesional y que este asuma la solución de modo personalizado, y en una minoría del 2% no atiende al asesoramiento de mostrador, porque son personal técnico o profesional, que desecha este servicio, por tener la autonomía en la resolución de los problemas que esta puestos en sus manos.

Los productores al solicitar la asesoría zootécnica de mostrador en los almacenes agropecuarios saben que encontraré las mejores soluciones puestas en el mercado a sus problemas pecuario a bajo costo, y por esto la AZM es una actividad que ya está establecida como un servicio inmerso dentro de la venta de insumos agropecuarios.

Los usuarios manifiesta de la AZM en su mayoría, que han observado resultados positivos y eficientes en la resolución problemas pecuarios en cada una de las visitas que han realizado al almacén agropecuario para que les den indicaciones técnicas y profesionales y esto hace que en cada visita a un almacén agropecuario hagan uso de la AZM para buscar ideas junto a orientaciones y recomendaciones para la resolución de sus problemáticas, aunque algunos usuarios manifiestan que han tenido algún problema a la hora de usar el AZM, pero esto corresponde es a la apropiación del usuario del conocimiento en el momento que se realiza la capacitación por al usuario por medio de la AZM.

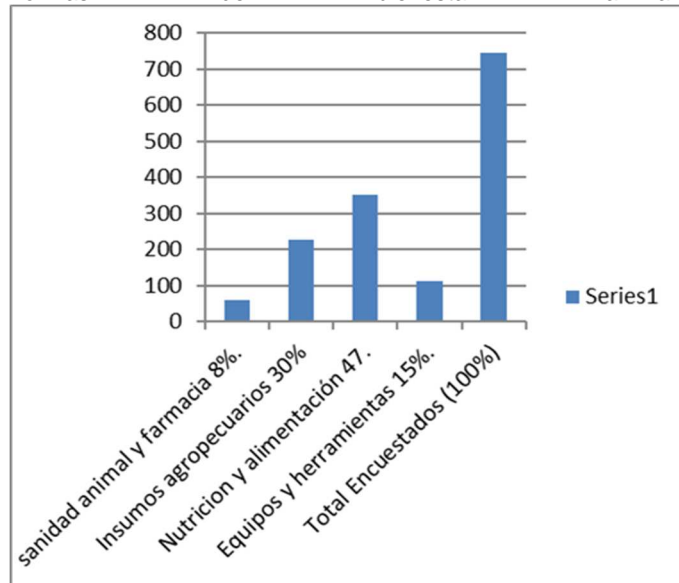
Dentro de la Tipificación de las 745 AZM realizadas en este trabajo de investigación, se encontró acorde a nuestro análisis una Clasificación del tipo de AZM realizada que en sui mayoría y como primera medida los productores la busca para el manejo de Nutrición y alimentación, junto con el balanceo de raciones,

y compra de forma técnica de suplementos y piensos para sus producciones, el segundo reglón para solicitar una AZM es Insumos agropecuarios, en los cuales se encuentra la compra de insumos para el manejo de praderas y producción de alimento de verde, junto con una menor proporción de insumos farmacéuticos veterinarios requeridos para el restablecimiento de la salud de los animales o para establecer planes y programas de salud preventiva en las diferentes producciones zootecnicas establecida en la región, por ultimo dentro de estos AZM se encuentra Equipos y herramientas, que ayudan al manejo de todos las anteriores que hemos tratado en este ítem, analizado.

Por consiguiente, el AZM es una actividad que está siendo usada desde hace mucho dentro de las empresas de asistencia, asesoramiento agropecuario.

### IX APÉNDICES

Este ítem es uno de los más importante de este trabajo de investigación por ser la clasificación de del tipo de AZM, en este identificamos con precisión el tipo de AZM realizado, para lo cual encontramos la mayor cantidad de asesoramiento que se realizaron para nutrición y alimentación con un 47%, el que le sigue es el correspondiente a Insumos agropecuarios con 30%, esto para mejorar condiciones en bienestar animal, o en el proceso de aprovechamiento y optimización de recursos para la productividad y seguridad alimentaria animal, como son forrajes praderas, o suplementos nutricionales para plantas y animales, el siguiente nivel de AZM corresponde a uno muy importante que apoya los dos anteriores ya mencionados que es Equipos y herramientas 15%, correspondiendo a mantenimiento de equipos y erre mientas necesarias para la producción de alimentos dentro de los predios, mantenimiento de instalaciones para el manejo y restricción animal acorde a normas de bienestar animal.



Por último y siendo el menor de todos es el de Sanidad animal y farmacia con un 8%, y es lógico ya que la mayor cantidad de AZM se realizan es para mantenimiento de condiciones para la salud animal preventiva, no se nombra en este estudio animales enfermos ya que esto corresponde otra área de las ciencias animales, como es la medicina veterinaria no correspondiente estudiarlo en Caracterización de asesoría zootécnica en mostrador en tienda agropecuario “Almacén

veterinario el campo”, correspondiendo esto a otro tipo de estudio especificativo.

### X RECOMENDACIONES

Se requiere en cada establecimiento comercial donde se suministre insumos necesarios para el desarrollo agropecuario, tener un profesional zootecnista para realizar el AZM, como una actividad requerida dentro del servicio de al cliente.

Es importante que dentro de la venta de insumos agropecuarios esté incluida dentro del servicio al cliente el AZM, se deben tener inmersa este asesoramiento y que dentro de la venta del costo de los insumos está incluido el costo de esta AZM, sien de esto representado por medio de la contratación de un profesional que se encargue de esto.

### XI REFERENCIAS

Balcázar A. Sistemas de producción y productividad de la ganadería en Colombia. En: seminario internacional: manejo de la reproducción bovina en condiciones tropicales. 1994; 3-10.

Universidad CES. Centro de Veterinaria y Zootecnia. Presentación de programa de medicina veterinaria y zootécnica. Consultado. Consultado febrero 24, 2016. Recuperado de: <http://www.ces.edu.co/index.php/centros-de-servicio/centro-de-veterinaria-y-zootecnia>

Bejarano, J. (1998). *Economía de la agricultura*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

BESLEY, Scout. Fundamentos de Administración Financiera. México: McGraw-Hill. 2005 p. 909

¿Cuál es el significado de los símbolos de las profesiones. Consultado febrero 26, 2016. Recuperada imagen de: <http://marcianosmx.com/cual-es-el-significado-de-los-simbolos-de-las-profesiones/>

Asistencia para Mascotas - Bogotá – Colpatria. Asistencia Mascotas. Consultado febrero 26, 2016. Recuperado de: <https://www.colpatria.com/asistencia-mascotas.aspx>

¿Dar asistencia veterinaria a los animales es un deber legal y moral que no debe tributar al 21% IVA. Consultado febrero 27, 2016. Recuperado de: <https://www.change.org/p/dar-asistencia-veterinaria-a-los-animales-no-debe-ser-un-lujo-reduzcan-el-iva-del-21-de-los-servicios-veterinarios>

Rafael Mejía López, presidente de la SAC. Balance preliminar de 2015 y perspectivas de 2016. Sociedad de agricultores de Colombia. Consultado febrero 27, 2016. Recuperado de: <http://www.sac.org.co/es/estudios-economicos/balance-sector-agropecuario-colombiano/290-balance-y-perspectivas-del-sector-agropecuario-2012-2013.html>

Balanza comercial agropecuaria y agroindustria. Sociedad de agricultores de Colombia. Consultado febrero 27, 2016. Recuperado de: <http://www.sac.org.co/es/estudios-economicos/estadisticas.html>

- Producción pecuaria. Sociedad de agricultores de Colombia. Consultado febrero 27, 2016. Recuperado de: <http://www.sac.org.co/es/estudios-economicos/estadisticas.html>
- Espinosa Vallejo & Gaguancela Gaguancela. Sistema de gestión para la clínica veterinaria de la universidad central del Ecuador. Documento de tesis biblioteca UCE. 2012. Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/478/1/T-UCE-0011-27.pdf>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo. Instituto americano de cooperación para la agricultura IICA. Observatorio Agrociudades de Colombia. Ganado Bovino consultado febrero 28, 2016. Recuperado de: [www.agrocadenas.gov.co](http://www.agrocadenas.gov.co)
- Cultura Empresarial Ganadera. Instituto André Voisin Internacional. <http://www.culturaempresarialganadera.org/>
- Peso mínimo por tonelada de algodón. Ministerio de agricultura y desarrollo rural. 8 de mayo del 2013. Consultado marzo 28, 2013. Recuperado de: [https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Resoluciones/res\\_130\\_13.pdf](https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Resoluciones/res_130_13.pdf)
- COMERCIALIZACION. Zambrano Canizales Samuel. Comercialización y Financiamiento Agropecuario. Departamento nacional de planeación. Consultado marzo 28, 2016. Recuperado de: <https://www.dnp.gov.co/programas/agricultura/Paginas/comercializacion-y-financiamiento-agropecuario.aspx>
- Santos Calderón Juan Manuel. Cartilla de Política Agropecuaria 2010 – 2014. Ministerio de agricultura y desarrollo rural. Segunda edición. 2012. Consultado marzo 28, 2016. Recuperado de: <http://portalterritorial.gov.co/apc-aa-files/7515a587f637c2c66d45f01f9c4f315c/cartilla-de-politica-agropecuaria-2010-2014.pdf>
- Panorama general. Políticas comerciales, por sectores. Examen de las políticas comerciales. WT/TPR/265 pagina 129. Consultado marzo 28, 2016. Recuperado de: [https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjzGOTQ5-PLAhWHGx4KHUEuCkwQFgg0MAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.sice.oas.org%2Fctyindex%2Fcol%2FWTO%2FESPANOL%2FWTTPRS265-04\\_s.doc&usq=AFQjCNFdnm3cbtFH5CoePyU3RohwmC2xgg&bvm=bv.117868183,d.dmo](https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjzGOTQ5-PLAhWHGx4KHUEuCkwQFgg0MAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.sice.oas.org%2Fctyindex%2Fcol%2FWTO%2FESPANOL%2FWTTPRS265-04_s.doc&usq=AFQjCNFdnm3cbtFH5CoePyU3RohwmC2xgg&bvm=bv.117868183,d.dmo)
- Leibovich Jose. Estrada Laura. Competitividad del sector agropecuario colombiano. Capítulo fue basado en el estudio: Diagnóstico y recomendaciones de política para mejorar la competitividad del sector agropecuario colombiano. Consejo Privado de Competitividad. Competitividad del sector agropecuario colombiano. Páginas 139 – 168. Consultado marzo 28, 2016. Recuperado de: <http://www.compite.com.co/site/wp-content/uploads/informes/2008-2009/Agropecuario-%28agricultura%29.pdf>
- Johnston, B. y Kilby, P. (1980). *Agricultura y transformación estructural*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Federación Colombiana de Ganaderos FEDEGAN. Recuperado de: <http://www.fedegan.org.co/estadisticas/consumo-0>
- Krugman, P. (1999). *Internacionalismo pop*. Bogotá D. C. Norma.
- Universidad ICESI. Manual para la presentación de trabajos de grado, tesis y casos de estudio en la universidad ICESI, basado en normas ICONTEC y APA. Consultado marzo 24, 2016. Recuperado de: [https://www.icesi.edu.co/biblioteca/images/ELABORACI%C3%93N\\_DE\\_TG\\_Y\\_T.pdf](https://www.icesi.edu.co/biblioteca/images/ELABORACI%C3%93N_DE_TG_Y_T.pdf)
- Lotero, J., Moreno, A. I. & Valencia, M. (2005). *La competitividad: aproximación conceptual desde la teoría del crecimiento y la geografía económica*. Borradores del CIE N.º 13. Medellín: Centro de Investigaciones Económicas, Universidad de Antioquia.
- Machado, A. (2001). *La cuestión agraria en Colombia a finales del milenio*. Bogotá: El Áncora.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2006, marzo). *Informe del cierre de la negociación del TLC con Estados Unidos*. Recuperados de [http://www.usergioarboleda.edu.co/tlc/informe\\_cierre\\_negociacion\\_tlc.pdf](http://www.usergioarboleda.edu.co/tlc/informe_cierre_negociacion_tlc.pdf)
- Porter, M. (1999). *Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones* (10.ª ed.). Colección Harvard Business School Press. Madrid: Deusto.
- Vergara, W. (2001). Impacto del cambio tecnológico en la dinámica del ciclo ganadero en Colombia. Tesis de grado de Maestría en Ciencias Económicas, Universidad Nacional De Colombia, Bogotá.
- Vergara, W. (2010, septiembre). La ganadería extensiva y el problema agrario. El reto de un modelo de desarrollo rural sustentable para Colombia. Revista Ciencia Animal. Universidad de la Salle. Recuperado de: <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ca/article/viewFile/350/281>

#### AUTORES

Carmen Amelia Tarazona Gomez  
 Farin Samir Gómez García  
 Universidad Nacional Abierta Y A Distancia (UNAD)  
 2016