

**Diseño De Un Modelo Logístico Para Las Ventas Online Del Comité De Ganaderos
Del Huila.**

Yaqueline Manrique Amaya

Asesor

David Felipe Escobar Molina

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela De Ciencias Básicas Tecnología E Ingeniería

Especialización Gerencia De Procesos Logísticos En Redes De Valor

2023

Resumen

La presente propuesta surge como respuesta ante una problemática que afecta al sector empresarial, especialmente al Comité de Ganaderos del Huila, empresa que ha sido altamente impactada por una exponencial disminución de sus ventas por razones que se relacionan con un mundo más globalizado, en el que las tecnologías toman cada vez más fuerza en los diferentes ámbitos, con especial énfasis en los procesos logísticos, y, en específico, en la cadena de suministros; y sin embargo, ha carecido de la apropiación tecnológica necesaria, para operar de acuerdo a las exigencias del mercado actual.

Por lo anterior, se hace necesario en el Comité de Ganaderos del Huila, implementar estrategias que, apoyadas en las herramientas tecnológicas optimicen sus procesos de comercialización. En respuesta a esta necesidad, mediante la presente se propone transformar el método tradicional de ventas aún vigente, en un nuevo método fundamentado en el desarrollo del comercio electrónico desde el diseño de un modelo logístico que optimice la comercialización de productos con el fin de ofrecer un mejor servicio y ampliar su participación en el mercado.

Esta propuesta busca diseñar una tienda virtual para el almacén agroveterinario del Comité de ganaderos del Huila soportada en el comercio electrónico, con la finalidad de fomentar su crecimiento y fortalecimiento en el mercado , ya que actualmente se evidencia un aumento en nuevos competidores de insumos agropecuarios que trabajan por liderar el sector, razón que obliga al Comité de Ganaderos a emplear las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que se han perfilado como una nueva forma de transformar los procesos comerciales. Por tanto, la presente propuesta representa una importante oportunidad para generar valor agregado en la empresa en mención, teniendo en cuenta que reúne los aspectos más relevantes del desarrollo del comercio electrónico, ajustando su atención en las necesidades reales y actuales

tanto del consumidor como de la organización.

Palabras clave: Logística, e-commerce, fidelización.

Abstract

This proposal arises as a response to a problem that affects the business sector, especially the Comité de Ganaderos del Huila, a company that has been highly impacted by an exponential decrease in its sales for reasons that are related to a more globalized world, in which technologies are gaining more and more strength in different areas, with special emphasis on logistics processes, and, specifically, in the supply chain; and yet, it has lacked the necessary technological appropriation to operate according to the demands of the current market.

Due to the above, it is necessary in the Huila Livestock Committee to implement strategies that, supported by technological tools, optimize their marketing processes. In response to this need, through this paper it is proposed to transform the traditional sales method still in force, into a new method based on the development of electronic commerce from the design of a logistics model that optimizes the commercialization of products in order to offer a better service and expand its market share.

This proposal seeks to design a virtual store for the veterinary warehouse of the Comité de Ganaderos del Huila supported by electronic commerce, in order to promote its growth and strengthening in the market, since there is currently an increase in new competitors of agricultural inputs that They work to lead the sector, which is why the Cattlemen's Committee is forced to use information and communication technologies (ICT), which have emerged as a new way of transforming business processes. Therefore, this proposal represents an important opportunity to generate added value in the company in question, taking into account that it brings together the most relevant aspects of the development of electronic commerce, adjusting its

attention to the real and current needs of both the consumer and the organization.

Keywords: logistics, e-commerce, loyalty.

Agradecimientos

Agradezco a Dios, fuente principal de mi vida.

A mi familia por su amor y apoyo incondicional.

Al ingeniero David Felipe Escobar por su asesoría y acompañamiento en este proceso.

Al Comité de Ganaderos del Huila por haber aceptado el desarrollo de mi propuesta de grado.

Tabla de Contenido

Resumen.....	2
Abstract.....	4
Agradecimientos	6
Introducción.....	9
Marco Referencial	14
Planteamiento del Problema.....	14
Formulación del Problema	17
Justificación.....	18
Objetivos	20
<i>Objetivo General.....</i>	20
<i>Objetivos Específicos</i>	20
Marco de Referencia	21
Historia de la Empresa	21
<i>Misión.....</i>	21
<i>Visión.....</i>	22
Marco Teórico	23
Marco Conceptual.....	26
Marco Legal	31
Metodología y Desarrollo del Proyecto.....	33
Tipo de Investigación	33
Línea de Investigación	33
Alternativa Trabajo de Grado.....	33
Desarrollo del Proyecto.....	34
Análisis de Mercado.....	34
Diseño del Sistema	34
Implementación del Sistema Logístico	35
<i>Gestión de pedidos.....</i>	35
<i>Gestión de envíos.....</i>	36
<i>Almacenamiento.....</i>	36
<i>Distribución.....</i>	36
<i>Entrega</i>	36
<i>Postventa.....</i>	36

Descripción de Actividades	37
Conclusiones	60
Bibliografía.....	61

Introducción

“Al menos el 40% de las empresas morirán en los próximos 10 años si no encuentran la manera de adaptarse a las nuevas tecnologías”.

-Jhon Chambers/ CEO de CISCO

Una de las temáticas que más ocupan al mundo actual es, sin lugar a duda, la vertiginosa inmersión de las tecnologías en la vida del ser humano. Hace algunas décadas las tecnologías eran útiles para desempeñar una que otra labor, como hacer una búsqueda en internet o realizar un trabajo escrito de manera digitalizada; pero hoy su impacto ha logrado tocar cada ámbito de la vida del ser humano, especialmente el comercial, en el que ha sido inevitable el aceleramiento de los procesos de compra. Según lo expresado por García y Solé (2012), el impacto que las nuevas tecnologías han generado en los consumidores se sintetiza en que les proporciona una mejor y mayor optimización del tiempo, dado que tanto la búsqueda y la selección como la compra de bienes y servicios, es posible desde la comodidad de la casa, a un solo clic de distancia; por lo que también les brinda un amplio abanico de opciones en términos de precio y calidad. En esa medida, las tecnologías brindan mucha más información a los clientes sobre los bienes y servicios que requieren, lo que a su vez obliga a las empresas a garantizar calidad y competitividad al tiempo, una gran ventaja para los compradores.

Estas son solo algunas de las razones por las que en el actual contexto hay supremacía de las compras por internet sobre las compras físicas. De ahí la introducción del término E-Commerce, también conocido bajo la denominación de comercio electrónico, que de acuerdo con el Banco Mundial de Comercio (como se citó Asonbancaria, 2019), es una forma de venta y

compra de bienes y servicios que se apoya del internet y que cada vez toma más fuerza.

Cabe aclarar que gran parte de la fuerza que hoy tiene esta nueva modalidad de compra, emergió de la pandemia generada por Covid-19, que tuvo su inicio en el año 2019 y mantuvo en confinamiento obligatorio por meses a las personas, obligándolas a realizar sus actividades desde internet, incluyendo las compras. Debido a ello, las empresas se vieron obligadas a actualizarse, a utilizar su capital tecnológico y a explotar las habilidades y competencias digitales de sus colaboradores y líderes, para poder responder a las demandas de la sociedad (World Economic Forum. The Future of Jobs, como se citó en Fund Society, 2023). Sin embargo, en países emergentes como Colombia, no todas las empresas contaban con lo necesario para mantenerse y continuar creciendo en un contexto tan hostil como lo fue el de la mencionada pandemia.

De hecho, un estudio realizado de manera mancomunada por una serie de organizaciones internacionales, permitió evidenciar que las empresas de los países en desarrollo, continuaron desempeñándose, empleando a sus colaboradores, y, sin embargo, las ventas sufrieron una caída del 50% en las pequeñas y medianas empresas y del 40% en las grandes corporaciones, una diferencia muy mínima entre las unas y las otras, teniendo en cuenta la enorme brecha que en experiencia y sostenibilidad existe entre estas (Freund, 2020).

En términos más concretos, en 2021 ya habían cerrado más de quinientas microempresas en Colombia (Acosta, 2021). ¿La razón? No estaban debidamente preparadas para responder adecuadamente a las exigencias de un mundo que cambia vertiginosamente y que, en menos tiempo del esperado, introdujo las tecnologías como una obligatoria herramienta para llevar a cabo los procesos, no solo de compra y venta, sino también las estrategias de venta, lo que se conoce actualmente como el marketing digital, que es en términos de

MDMarketingDigital (como se citó en Bustos at al., 2017)

La aplicación de las estrategias para la comercialización que se lleva a cabo a través de medios digitales, permitiendo compartir información en tiempo real, llevar a cabo estrategias publicitarias, y de este modo permitir la identificación del impacto en los usuarios (p.910).

Y es que, una empresa que no sea visible desde los medios electrónicos simplemente no existe, porque será mínimamente requerida por una sociedad de consumidores que son nativos digitales, y que, en consecuencia, todo lo hacen desde la internet. Son personas que cuando requieren algún bien o servicio, lo buscan en la web y solo eligen desde su teléfono, porque ello les ahorra el tiempo y el dinero que necesitaría para desplazarse hacia distintos lugares de su ciudad, cuando pueden hacerlo desde la comodidad, sin esfuerzos físicos que los agoten, como lo es introducirse en el pesado tráfico, tolerar el sol e incluso el hecho de caminar de un lado para otro, buscando la mejor opción.

Hasta el momento ha quedado dilucidado que el auge que han tenido las nuevas tecnologías, ha transformado de manera significativa la forma en que se desempeñan los individuos en las diferentes partes del mundo, y aunque la pandemia generada por Covid 19, aportó en gran medida a esta realidad, no se pretende afirmar que es su exclusiva responsabilidad la disminución de las ventas y el consecuente cierre de muchas empresas en Colombia, pero sí, que es la falta de dominio de las habilidades digitales las que no han permitido un adecuado desarrollo comercial en el país, y más en situaciones de gran complejidad. En efecto, durante y después de la pandemia solo han logrado mantenerse las empresas que han desarrollado la capacidad de integrar las tecnologías con sus distintos procesos.

Tomando como punto de partida lo anterior, y teniendo en cuenta que el Comité de Ganaderos del Huila, una entidad gremial que, desde su creación en el año 1969, (Comité de Ganaderos del Huila), ha venido contribuyendo al desarrollo ganadero del departamento del Huila, haciendo de esta una actividad más amigable y sostenible, desde el asesoramiento y oferta de productos y servicios para un óptimo ejercicio de la ganadería, ha logrado posicionarse como una de las mejores empresas de la región en su campo; sin embargo, la impetuosa manera en que evoluciona el mundo y la presurosa manera en que las tecnologías se han venido apropiando de los procesos de compra, han afectado sus ventas, dado que pese al auge de las tecnologías, esta empresa ha preferido los métodos de venta tradicionales, que la han minimizado ante los ojos de sus consumidores de manera paulatina.

Lo anterior, sumado a la alta competencia que se ha generado en los últimos años, ha agravado la preocupación por el sostenimiento y crecimiento de la mencionada empresa, por lo que se ha hecho necesario el diseño de un nuevo modelo logístico para las ventas en línea de esta importante organización. Para ello, un primer paso consistió en llevar a cabo el diseño, aplicación y análisis de dos instrumentos de recolección de información que permitieran un conocimiento más real y cercano frente a la situación de la empresa en torno a la competencia y también sobre el estado actual de sus clientes alrededor del comercio electrónico. El primer instrumento permitió evidenciar que sólo la empresa Agrocotur ha logrado implementar en sus procesos el comercio electrónico, lo que de lograrse en el Comité de Ganaderos le daría una gran ventaja sobre las demás empresas que en la región se desempeñan en su mismo campo. El segundo instrumento, para el cual se tomó una muestra representativa de 50 clientes, se compuso de un total de doce (12) preguntas, la mayoría orientadas a establecer qué tan estrecha es la relación que estos productores ganaderos tienen con el comercio electrónico.

Una vez analizados los datos hallados en la aplicación de este último instrumento, fue posible evidenciar que más de la mitad de dicha población visita con frecuencia canales digitales con el propósito de realizar compras en línea y que la totalidad de la muestra representativa está dispuesta a adquirir de manera virtual los productos y servicios que compra al Comité de Ganaderos del Huila.

Por lo anterior, se hizo necesario el diseño de un modelo logístico que permitiera el procesamiento de pedidos, la gestión de envíos, almacenamiento, distribución y entrega de ventas en línea. De ahí que bajo la orientación del programa “*Pymes se transforma*”, promovido por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y a partir de los conocimientos adquiridos en mi proceso de formación como Especialista en Gerencia de Procesos Logísticos en Redes de Valor de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), se estructuró el presente modelo logístico, integrando el comercio electrónico en la página web que ya tenía el Comité de Ganaderos del Huila, ampliando de esa manera su horizonte.

Con este nuevo modelo logístico, la página web de la empresa no solo tiene la posibilidad de brindar información sobre la misión, visión, dirección y demás aspectos del Comité de Ganaderos del Huila, sino que, además, les proporciona a sus clientes la facilidad de buscar desde su casa los bienes y servicios que requieren, seleccionarlos, comprarlos y de recibirlos en su casa, sin tener que salir de ella. De esta manera es como mediante el presente trabajo investigativo se logra responder a las exigencias y necesidades actuales del sector empresarial, como se evita que el Comité de Ganaderos del Huila continúe perdiendo ventas y como, al contrario, tiene la oportunidad de ganar muchos más clientes, como se muestra en el desarrollo del presente estudio.

Marco Referencial

Planteamiento del Problema

Realizar un recorrido a lo largo de la historia de la humanidad permite dar cuenta de cómo la vertiginosa manera en que avanzan las tecnologías simplifica cada vez más la vida del ser humano, brindándole mayores y mejores posibilidades de ser en una sociedad que al principio era difícil de llevar y que hoy ya no tanto. En efecto, mientras en tiempos remotos se debía esperar semanas, meses e incluso años para establecer comunicación con personas que yacían a enormes distancias, con el surgimiento de las nuevas tecnologías este tiempo se redujo a segundos. De igual modo, hace un poco más de una década, la única forma de realizar compras era soportando largas filas en tiendas, supermercados y almacenes, pero hoy adquirir un bien o servicio es algo que se puede hacer desde casa, optimizando esfuerzo y tiempo. Y es que, con tan solo clicar una pantalla, el usuario se evita la ejecución de tareas que pueden resultar bastante molestas e incómodas.

Como es de notar, los beneficios que proporciona la transformación digital son aplicables a los diferentes ámbitos y contextos, teniendo en cuenta que:

Su mayor velocidad, capacidad y distribución de la información permiten que usuarios de distintas partes del planeta pueden conectarse usando computadores y otros aparatos especializados, para comunicarse de múltiples maneras y emprender diversas transacciones: comprar y vender objetos e información, compartir datos personales, conversar en tiempo real, incluso jugar videojuegos en línea aún sin hablar el mismo idioma. (Raffino, 2020, como se citó en Fuentes, 2021, pp. 31-32).

Desde esta perspectiva, es posible evidenciar que las nuevas tecnologías se han configurado como la piedra angular de un mundo cada vez más interconectado, del que se destaca la facilidad de intercambiar productos, incluso entre países lejanos; lo que se denomina un mundo globalizado, que se caracteriza por la incorporación de las economías nacionales con la internacional (Banco de la República de Colombia, 2006).

Esta globalización se ha posicionado como uno de los factores que más le han sumado al crecimiento de la economía mundial en las últimas décadas; crecimiento que se vio frenado debido a la afectación que sufrió el sector empresarial a partir del año 2019, con la llegada del Covid-19, que trajo consigo la obligatoriedad del confinamiento, que dejó como consecuencia una caída masiva de las ventas en las diferentes empresas a lo largo y ancho del mundo. A ello aluden Wadhwa & Blake (2020), cuando refieren que en el año 2020, a razón del confinamiento obligatorio que de una u otra manera llevó al paulatino pero fuerte congelamiento de las relaciones comerciales en los diferentes países del mundo, llegando al punto de desencadenar una crisis económica que solo es comparable con la que se generó en la Segunda Guerra Mundial. Y es que cuando las empresas dejan de funcionar, aumentando los índices de desempleo, los pobres siguen siendo más pobres, pero esa no es una novedad, como tampoco lo es que otra de las consecuencias que esta crisis dejó a nivel internacional es que a la extensa lista de pobres en cada nación, le sucedió un alarmante incremento.

Lo anterior se refleja claramente en el Sexto Informe Especial de Covid-19 elaborado por La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020), en el que la tesis sobre el alto grado de debilitamiento comercial que a nivel internacional dejó el Covid-19. Según el Informe, hasta antes del año 2011 el comercio de bienes había sufrido una expansión que

calculada en una tasa media de un poco más del 6% al año, la cual, con la llegada del Covid-19 llegó hasta un poco más del 2%. Y qué decir de las exportaciones que también sufrieron una disminución del 3%. Esta no es una realidad de un país, esta es la crudeza que han tenido que vivir los diferentes continentes. En términos del Banco Mundial (2020, como se citó en CEPAL, 2020), el Covid-19 así como sus implicaciones han llegado a interrumpir

Gran parte de las actividades productivas, primero en Asia y posteriormente en Europa, América del Norte y el resto del mundo, y ha habido cierres generalizados de fronteras. Esto ha dado lugar a un marcado aumento del desempleo, especialmente en los Estados Unidos, con la consecuente reducción de la demanda de bienes y servicios. (p.2)

Pero también los países del Sur de América han sufrido esta situación y la afectación ha sido mucho más grave, teniendo en cuenta que se compone de países emergentes, de sociedad que ya eran pobres, economías cuyas pymes se han quedado en la zona de confort, ofreciendo productos y servicios de manera tradicional, ignorando por completo la necesidad de estar a la vanguardia, mientras que las grandes empresas como lo son en Colombia Almacenes Éxito y Olímpica se han reinventado una y mil veces, adoptando las nuevas tecnologías como una imprescindible herramienta en sus procesos logísticos, especialmente en su cadena de suministro, con lo que el distanciamiento social y el cierre físico de las empresas no fue impedimento para que continuaran operando.

De manera opuesta y pese a la gran solidez que posee el Comité de Ganaderos del Huila, la empresa que agremia y representa a los ganaderos del departamento, con el propósito de prestar servicios en Asesoría Gremial en pro del fomento de la asociatividad, el emprendimiento y las habilidades gerenciales de sus afiliados, ofrecer productos y servicios agroveterinarios de

calidad, focalizados al mejoramiento del sector ganadero del Huila; se ha visto afectado en materias de ventas, las cuales han disminuido sustancialmente dada la carente apropiación tecnológica en sus operaciones comerciales, lo que la hace menos visible ante una sociedad de consumidores, que aunque ya no se encuentra confinada y ha retomado el contacto físico, se siente enormemente atraída por la transformación digital, y lo que no haga parte de estas herramientas, pasa desapercibido. Otro aspecto que le suman a esta situación es el incremento de competidores en el sector, lo que obliga a la organización a establecer nuevos planes y estrategias que le permitan estar a la vanguardia en tecnología y demás herramientas que le lleven a captar el mayor número de productores ganaderos.

Por tanto, se hace necesario el diseño del modelo logístico para el desarrollo del comercio electrónico del almacén Agroveterinario de El Comité de Ganaderos del Huila, con el propósito de ser mayormente visible y atractivo para sus consumidores.

Formulación del Problema

¿Cómo fortalecer el crecimiento en ventas y la participación en el mercado de la empresa Comité de Ganaderos del Huila utilizando la propuesta de implementación de ventas online?

Justificación

Teniendo en cuenta la alta incidencia que el desarrollo económico de los países posee en el alcance de una vida cómoda en sus individuos y la gran influencia que en ello tiene la óptima productividad de las empresas, es de carácter prioritario idear estrategias que no solo permitan la estabilidad de las diferentes organizaciones empresariales, sino que, además, garanticen su crecimiento y evolución en el mercado. Gran parte de estas estrategias se relacionan con la globalización, que le exige al sector empresarial estar a la vanguardia de las tecnologías, puesto que, con las nuevas formas de comunicación, interacción y de acceso a la información que estas últimas han generado, se han transformado los modos de establecer conexiones comerciales. Así pues,

La globalización ha hecho cada vez más indispensable el satisfacer las necesidades de los clientes e interactuar con ellos, para finalmente disminuir costos y tiempos tanto en las operaciones de las empresas como en todo aquello en lo que se ven involucradas. Por esa razón la cadena de suministro electrónica se ha vuelto cada día más útil y muchas entidades la han adoptado. (Pino, 2011, p.213).

A partir de lo anterior, dos puntos adquieren fuerza. Primero, la interacción con el cliente es un factor indispensable para cumplir con sus expectativas, y esto es algo que por sus significativas ocupaciones, no es posible lograr de manera constante, excepto, si se hace desde las redes sociales, para las que el usuario siempre tiene tiempo, cosa que no sucede con los encuentros físicos, en parte, porque exigen gastos en tiempo, dinero y esfuerzo. Segundo, debido al primer punto, la cadena de suministros electrónica ha marcado una fuerte tendencia, la cual inicialmente consistía en la interacción comercial y física, entre diferentes entidades empresariales cuyo fin compartido es satisfacer la demanda de productos. Cardona et al (2019)

la definen como

Una conveniente metáfora que se utiliza para representar la dinámica de las transacciones comerciales, intercambios físicos, monetarios y de información que permiten satisfacer la demanda de bienes y servicios de la población y mantener andando la economía. (p.42).

Hoy por hoy la cadena de suministro se ha transformado a tal punto de que dicha dinámica se da con la mediación tecnológica.

La Cadena de Suministro no ha sido ajena al impacto de las TIC's, las cuáles han influido positivamente en su funcionamiento, debido a que esta opera en un ambiente globalizado y altamente cambiante, donde la información oportuna y de calidad se convierte en el mejor aliado. (Correa & Gómez, 2008, p.39)

Con lo anterior se hace evidente que, siendo la logística, “un conjunto de actividades que aseguran la disponibilidad de los productos correctos en la cantidad correcta, a los clientes correctos en el momento oportuno” (Kasilngman, 2006, como se citó en Cardona et al, 2019,p.23), se convierte en uno de los factores más importantes de la competitividad, pues es uno de los factores que más inciden en la toma de decisiones para los procesos operacionales de las empresas, dado que buscan la optimización del tiempo y los recursos, para lo cual es necesario el diseño, planeación y ejecución de un plan estratégico con proveedores y cliente potenciales, con los que se propone establecer vínculos más amplios, garantizando su permanencia y respaldo. En ello radica la pertinencia de la presente propuesta, mediante la que se plantea el diseño de un modelo logístico factible, que permita lograr el crecimiento en ventas y fortalecimiento del Comité de Ganaderos del Huila, mediante la adopción de ventas online ya que la tendencia del comercio electrónico en el sector es mínima.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un modelo logístico online para el almacén Agroveterinario del comité de ganaderos del Huila para la comercialización de productos con el fin de ofrecer un mejor servicio a los ganaderos de la región y ampliar el mercado en el departamento del Huila.

Objetivos Específicos

Determinar e implementar el modelo logístico para el procesamiento de pedidos, gestión de envíos, almacenamiento, distribución y entrega de las ventas online.

Crear una base de datos que permita almacenar la información del portafolio de productos.

Establecer un medio de interacción con los usuarios como estrategia comercial.

Marco de Referencia

Historia de la Empresa

El Comité de Ganaderos del Huila es el ente gremial que representa a los ganaderos del Departamento, ante los diferentes estamentos públicos y privados del orden local, regional y nacional.

El Comité de Ganaderos del Huila desde su creación (1.969), ha venido articulando la oferta institucional de servicios con entidades como el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, La Gobernación del Huila – Secretaria de Agricultura y Minería, Entes Territoriales, La Federación Colombiana de Ganaderos FEDEGAN, La Asociación Nacional de Productores de Leche ANALAC, El Instituto Colombiano Agropecuario ICA, El Servicio Nacional de aprendizaje SENA, Las Asociaciones de Ganaderos Municipales, La Industria Regional y demás entidades relacionadas con el Sector; con el ánimo de contribuir al desarrollo ganadero regional ofreciendo servicios eficientes fundamentales para cubrir los requerimientos de los ganaderos y así lograr hacer de la ganadería una actividad más rentable, sostenible, competitiva, moderna, con gran responsabilidad social y amigable con el medio ambiente.

Misión

“Prestar los servicios de Asesoría Gremial para fomentar la asociatividad, el emprendimiento y las habilidades gerenciales de sus afiliados, mediante el programa de Extensión agropecuaria con el fin de transferir tecnología, contribuyendo al crecimiento y desarrollo productivo de las Empresas ganaderas; además potencializar acciones, programas y Gestionar Proyectos productivos con instituciones público privadas; ofreciendo productos y servicios agropecuarios de calidad, enfocados al mejoramiento del sector ganadero en el

departamento del Huila”.

Visión

“Propender porque al año 2025 el Comité de Ganaderos del Huila, sea un modelo en la prestación de servicios de asesoría gremial, comercialización de productos agropecuarios, extensión agropecuaria y gestión de proyectos productivos para el sector; con reconocimiento y liderazgo a nivel regional y Nacional, por su desempeño en la implementación de acciones y estrategias para mejorar la calidad de vida de las familias ganaderas”.

Marco Teórico

Los orígenes de la logística surgen ligados a las actividades de adquisición y abastecimiento de materiales en tiempo de guerra requeridos para cumplir su misión, su concepto ha evolucionado a nivel socioeconómico fundamentalmente orientado a la satisfacción del cliente, con los costos mínimos, con la calidad, cantidad, tiempo requerido y lugar especificado. Según GSI Colombia (*Instituto Colombiano de Automatización y Codificación Comercial*), «logística es el proceso de planear, controlar y administrar la cadena de abastecimiento y distribución, desde el proveedor hasta el cliente y con un enfoque en la red de valor y colaboración entre los actores de la red logística interna y externa».

Teniendo en cuenta el desarrollo y evolución que ha tenido la logística podemos observar que inicialmente era sólo utilizada en tropas de guerra (1940), con el avance del tiempo en (1956-1965) se denominó la década de la conceptualización de la logística en la cual el desarrollo del análisis de costo total de las operaciones logísticas era fundamental además del servicio al consumidor.

Posteriormente en la época de (1966 -1970) hay una prueba de concepto de logística en donde se desarrolló la administración de materiales y distribución física; seguidamente en (1971-1979) hubo un periodo con cambio de prioridades pues en dicho lapso de tiempo se generó una fuerte orientación hacia la administración de materiales por la incertidumbre en la obtención de insumos además donde la computación impulso el desarrollo de modelos logísticos que fue de gran avance y gran aporte para las organizaciones.

La década de 1980 fue de gran impacto tecnológico donde la liberación del transporte fomento el incremento de la productividad a través de una mejor coordinación de la distribución, manufactura y abastecimiento; además fomentó la descentralización e intercambio de

información acercando los clientes a las empresas.

Finalmente, en la década de 1990 tenemos que hubo fuerzas integradoras de la logística priorizando la reducción de los ciclos de producción lo que agilizo los tiempos de entrega y la distribución de productos, incrementando la segmentación de mercado y creando mayores expectativas en el nivel de servicio al cliente.

Uno de los más grandes beneficios que la globalización ha traído consigo, ha sido sin lugar a dudas, la facilidad de adquirir bienes y servicios que son ofertados en ciudades y hasta países en los que no se vive, sin tener que salir de casa. Una acertada aproximación teórica de este fenómeno, que se conoce como Comercio Electrónico o E-commerce, es planteada por la Comisión Europea (como se citó en Paredes & Velasco, s.f), como “cualquier actividad que involucre a empresas que interactúan y hacen negocios por medios electrónicos, bien con clientes, bien entre ellas, o bien con la Administración” (p. 11). Se trata entonces de un fenómeno empresarial que ha evolucionado al punto de efectuarse desde la distancia, en mediación del internet.

Según el aporte que hace Chengwei (2020), el comercio inició a ejecutarse desde medios electrónicos desde los años setenta, en donde las tecnologías iniciaron a darle forma a lo que hoy se conoce como la transferencia electrónica de la moneda. Y ese fue un gran paso hacia la evolución del comercio, teniendo en cuenta por primera vez en toda la historia de la humanidad, establecer relaciones comerciales, no implicaba necesariamente la presencia del dinero físico. Pero la evolución no terminó ahí. Una década más tarde, se desarrollaron los cajeros automáticos y las tarjetas de crédito y débito, que de una u otra manera potenciaron la paulatina evolución del comercio tradicional. Y un poco más adelante, la introducción de las tecnologías en la vida del ser humano aportó de manera significativa a una nueva perspectiva del comercio, en la que

desde la promoción de los bienes y servicios, hasta la compra, es posible desde la interacción con herramientas como las páginas web y las redes sociales, que hoy, se han convertido, en el instrumento comercial más importante y utilizado.

Marco Conceptual

Definiciones y Abreviaturas

Para el Comité de Ganaderos del Huila es importante consolidar la fidelización de los ganaderos, más aún cuando su objetivo misional es propender en el crecimiento y desarrollo de las familias que se dedican a la actividad ganadera, por ende, es importante establecer canales de comunicación y construir esfuerzos que permitan transferirle tecnología a este sector para lograr que sea más eficiente. Para ello es fundamental tener claridad sobre los conceptos claves en la presente propuesta, los cuales se presentan a continuación:

Cadena de Suministro: El presente proyecto se orienta hacia la optimización de la cadena de suministro, que consiste en la planeación, adquisición y transformación de las materias primas en productos, en su distribución, estrategias de venta, finanzas y tecnología. Para Correa & Gómez (2008), se denomina cadena de suministro al “conjunto de actividades funcionales que se repiten a lo largo del canal de flujo del producto, mediante los cuales la materia prima se convierte en productos terminados y se añade valor al consumidor” (p.38) . En ese orden de ideas, la cadena de suministro involucra una amplia gama de acciones que son ejecutadas en las empresas con el propósito no solo de producir un bien o servicio; sino también, de velar porque se cumpla a cabalidad con el debido proceso de tal forma que el cliente quede satisfecho. La fundamentalidad de este concepto en el presente proyecto, se debe a que solo generando una adecuada y pertinente cadena de suministro, el gremio ganadero del Huila quedará satisfecho, y no solo adoptará esta empresa como su favorita, sino que además traerá más clientes, aportando así a su crecimiento y expansión en el mercado ganadero.

Logística: Siendo la cadena de suministro demasiado amplia, el presente proyecto se propone ahondar en uno de sus procesos: la logística, que tiene como función fundamental la planeación,

gestión y control de los productos y servicios desde su etapa de producción hasta el momento en que llega al consumidor final. En términos más técnicos, es

La parte de la administración de la cadena de suministros que planea implementa y controla la eficiencia y efectividad del flujo, flujo de retorno y almacenamiento de bienes y servicios, y la información relacionada, entre el punto de origen y el punto de consumo, con el propósito de satisfacer los requerimientos del consumidor. (Cárdenas & Urquiaga, 2007, s.p)

La fundamentalidad de trabajar en este proceso en el Comité de Ganaderos del Huila, radica en que en la medida en que el cliente dé cuenta del cumplimiento de la empresa en torno a la cantidad, calidad, costo y tiempo acordado, será un cliente fidelizado.

Fidelización del cliente/ Cliente fidelizado: La fidelización del cliente es la creación de un vínculo muy cercano entre la empresa y el cliente, que conlleva a que este se sienta comprometido con la misma, que sienta agrado y afecto a tal punto que sea incapaz de comprar en las competencias. A esta fidelización alude Mesén (2011), cuando menciona que la existencia de “una correspondencia favorable entre la actitud del individuo frente a la organización y su comportamiento de compra de los productos y servicios de la misma” (p. 30). Por ello, en líneas anteriores se mencionaba cómo cumplir con las expectativas del cliente, aporta a dicha fidelización, motivo por el que el presente proyecto es una apuesta hacia el cumplimiento del Comité de Ganaderos del Huila en torno a índices de calidad de los productos, excelente atención al cliente, y tiempo, entre otras cosas, que generarán un sentimiento y postura positiva del gremio ganadero hacia esta compañía, garantizando así su lealtad hacia la misma.

Benchmarking: Este es uno de los conceptos base en el ejercicio metodológico del presente proyecto, dado que antes de proponer una solución frente a una problemática, es fundamental

indagar en la población implicada, para que las conclusiones y decisiones que de estas últimas se generen sean acertadas. Por tanto, uno de los primeros pasos que el mismo se propone dar, consiste aplicar la técnica Benchmarking, que de acuerdo con Acosta (s.f), es una comparación que se le realiza a la competencia para conocer su posición en el mercado y sus aspectos más importantes, tomando como referencia factores claves que puedan ayudar a obtener más estrategias de marketing que potencien su presencia en el mercado. En el caso del presente proyecto se propone el análisis de la competencia en comercio electrónico para poder generar un mayor impacto donde se evidencia mínima interacción con los usuarios.

Marketing Digital: El marketing digital, también denominado ventas online, es “toda aplicación de estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales que se conocen” (Carrasco, 2020). Es una estrategia de gran efectividad, teniendo en cuenta el auge de las tecnologías, la infinita fuerza de atracción que ejercen sobre las personas, con lo que los bienes y servicios que mediante estas se presenten, se hacen más visibles y atractivos. En ello radica la fundamentalidad de implementar el marketing digital, motivo por el que el presente proyecto se plantea el comercio electrónico.

Comercio Electrónico: El comercio electrónico es un concepto que resulta de la globalización y de los nuevos avances tecnológicos; pero sobre todo, de las nuevas necesidades que en la actualidad exige la relación cliente-empresa. Algunos autores lo definen como “el proceso de comprar y vender bienes y servicios electrónicamente, mediante transacciones a través de Internet, redes y otras tecnologías digitales”. (Laudon, 2002, como se citó en Silva, 2009, p.9).

En este punto es importante aclarar el concepto de transacción, dado que en muchos casos se ha limitado al simple intercambio de dinero; cuando abarca todo tipo de intercambios, dentro de los que se destaca el trato con el cliente, la forma en que un producto es mostrado a los

clientes y/o la manera en que simplemente se generan relaciones entre las personas, que pueden ser comerciales. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], 2018).

Es decir que, referirse al comercio electrónico implica aludir a la compra y venta de productos y servicios a través de medios electrónicos, en la que los medios electrónicos se implementan como modalidad de pago. Pero también aquel tipo de comercio cuya base son las ventas por catálogo como una forma de atender y abarcar la mayor cantidad posible de público a la hora de ofrecer ciertos productos.

Cabe aclarar que si bien, son elementos que se complementan, el marketing digital y el comercio electrónico no son lo mismo. Mientras el primero se focaliza en las estrategias a las que recurre una empresa para llegar cada vez a un mayor número de consumidores, el segundo abarca las diferentes etapas de los procesos comerciales: las ventas, la comunicación con el cliente, la manera en que se dan a conocer los bienes y servicios ofertados, los pagos, etc.

Business to Consumer (B2C): Comercio de empresas a consumidor. En este segmento se hace referencia a la oferta de bienes o servicios orientados al consumidor final. Este tipo de comercio es el más común en internet.

Entrega Directa: Entrega directa es la denominación atribuida al modelo más habitual de la logística del comercio electrónico, que consiste en el envío directo al cliente desde el almacén del fabricante o distribuidor y que cuenta con la ventaja de estar directamente controlado por el negocio responsable del producto o servicio, permitiendo de tal manera una novedosa manera de cancelar los pedidos: los pagos contra entrega, donde el recaudo del dinero por la compra es realizado directamente por el proveedor. (Jesuites Educación, s.f.)

Dentro de los beneficios que genera la implementación de este tipo de entrega se

encuentra la disminución que esta genera en los procesos de operación, pues ya no hay un inventario acopiado. De igual modo se ahorran gastos en mantenimiento de bodegas intermedias. (Tradelog, s.f.), razón por la que en el presente proyecto se pretende adoptar este tipo de entrega.

Plataforma Digital: Siguiendo el planteamiento de Giraldo, en el que se define plataforma digital como soluciones online que permiten la ejecución de distintas tareas en un sitio web, y teniendo en cuenta que usualmente se utilizan para la creación de estrategias de marketing digital con la intención de aumentar la presencia en línea, se consideran imprescindibles en los procesos de logística empresarial. (Giraldo, 2019)

Chatbot: Los chatbot son la nueva tecnología que está revolucionando el mercado electrónico, la cual consiste básicamente en la implementación de un software que desempeña la función única de simular una conversación real con una persona. Aguilar et al (2020, como se citó en Pradilla et al, 2020), aluden a esta como “una solución que permite de forma rápida implementar un medio de respuesta inmediato a los usuarios” (p.2). Y es que en un contexto en el que el comercio se da principalmente desde medios electrónicos y en el que resolver dudas e inquietudes, ofrecer una serie de servicios desde estos medios resulta poco eficiente en los casos en los que los usuarios son muchos. Por lo que los chatbot son una efectiva y muy eficiente herramienta.

En otros términos, los chatbot son un importante sistema informático de inteligencia artificial, diseñado para mantener conversaciones en vivo con usuarios a través de diferentes canales de mensajería de texto, dando soluciones de una manera rápida y efectiva, optimizando el desempeño de las empresas.

Marco Legal

Ley 633 de 2000

Con respecto a la Ley 633 de 2000, en su artículo 91, establece una disposición respecto al comercio electrónico, la cual indica que todos los sitios de internet que funcionan en Colombia y desarrollen actividades económicas comerciales, financieras o de prestación de servicios, al igual que los demás comerciantes, deben estar inscritos en el Registro Mercantil y tener RUT, donde se consigne la información correspondiente sobre transacciones económicas que se realicen (Villate et al., 2019).

Ley 1266 de 2008

La Ley 1266 de 2008 conocida como el Habeas Data, aparte de ser un derecho de índole Constitucional en el que los colombianos tienen el derecho a conocer, actualizar y rectificar la información que reposa sobre ellos en las diferentes bases de datos, esta ley tiene como finalidad proteger la información personal crediticia, financiera, comercial y de servicios respecto a los ciudadanos, esta ley se limita a la protección del Habeas Data financiero (Villate et al., 2019).

Ley 1480 de 2011- Estatuto del consumidor

El estatuto del consumidor está dirigido a la protección de este último. En esta medida, la ley 1480 de 2011 en defensa del consumidor, consagró como derecho el recibir una información “completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan” y estableció como obligación el cumplir con los términos de la oferta para quien las haga. (Usma Espinel, 2016).

Igualmente establece mecanismos para garantizar los derechos del cliente:

- El comercio electrónico debe proporcionar toda la información detallada del bien o servicio que va adquirir el cliente.
- Del mismo modo, se debe informar los medios de pago, el tiempo de entrega del bien o servicio.
- Brindar seguridad al cliente en cuanto a la información suministrada por parte de este, así como también, la adopción de medidas de seguridad para el pago.
- El comercio electrónico debe velar por utilizar mecanismos que permitan la protección de los datos del cliente y la transición que se realice.

Metodología y Desarrollo del Proyecto

Tipo de Investigación

Para la realización del presente proyecto se plantea el tipo de investigación mixta, la cual se encuentra entre las opciones que tiene la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, donde se obtienen variables medibles con el propósito de cuantificar el problema y analizar su transformación con el diseño característico de un modelo logístico online, aplicando los conocimientos adquiridos en la Especialización de Gerencia de Procesos Logísticos y Redes de Valor.

Línea de Investigación

El presente proyecto está enfocado en la línea de investigación que tiene establecida la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, según la Escuela De Ciencias

Básicas Tecnología e Ingeniería ECBTI, la cual se denomina “Diseño de Sistemas Logísticos para la Gestión de Redes de Suministro” donde su objetivo es desarrollar y aplicar técnicas para mejorar los procesos de forma que permitan dar solución a problemáticas propias y de esta manera contribuir al crecimiento del desempeño competitivo.

Alternativa Trabajo de Grado

En el desarrollo del presente proyecto, se escoge dentro de las alternativas de trabajo de grados disponibles, la denominada proyecto aplicado, la cual es una alternativa válida y que se encuentra estipulada en el reglamento general estudiantil, con la cual se busca hacer transferencia de conocimiento y desarrollo tecnológico, el cual se aplica en la solución de problemas previamente identificados, y haciendo uso de un determinado campo del conocimiento o de la práctica social. (UNAD).

Desarrollo del Proyecto

Para el desarrollo del proyecto se plantean tres etapas principales: análisis de mercado, diseño e implementación del sistema logístico, las cuales se describen a continuación:

Análisis de Mercado

El objetivo es brindar un mejor servicio a los clientes que tiene actualmente el Comité de Ganaderos, mediante la adopción del comercio electrónico que permita facilitar el proceso de adquisición de productos, además de ampliar el segmento de mercado principalmente en el municipio de Neiva. Para ello es necesario conocer cómo se encuentra el mercado en el sector, de manera que se pueda identificar si hay negocios que brinden un servicio similar y si las personas estarán dispuestas a utilizarlo. Esto se logrará mediante encuestas realizadas a la base de clientes que tiene actualmente el Comité de Ganaderos del Huila, para conocer el nicho de mercado al cual podemos apuntar y con base a él comenzar a desarrollar estrategias que permitan la fidelización y captación de clientes.

Diseño del Sistema

Teniendo en cuenta el paso anterior, para identificar a los posibles clientes y productos que se puedan ofertar, se procederá a desarrollar el sistema.

El sistema a implementar se vinculará dentro de la página que actualmente tiene el Comité de ganaderos del Huila, donde los clientes podrán consultar información relevante y adquirir productos directamente en el sitio, sin necesidad de dirigirse personalmente a las instalaciones del almacén Agroveterinario. Este sitio web está desarrollado con WordPress, una tecnología usada para la gestión de contenido. Se usará el gestor de base de datos MySQL, en el que se almacenará toda la información relacionada con los productos ofrecidos en el sistema, en conjunto trabajará con WordPress y WooCommerce que permitirá tener las características de un

comercio electrónico donde se gestionará toda la información de productos, ofertas, categorías y subcategorías. Adicionalmente, se implementará el software chatbot con el propósito de interactuar con los usuarios de acuerdo con sus requerimientos: gestión de pedidos, resolver dudas e inquietudes, solicitar servicios técnicos, realizar seguimiento de pedidos y exponer quejas, reclamos, garantías y devoluciones, donde según la opción que elija, será atendido por el profesional asignado quien estará dispuesto a orientarlo.

El portafolio de productos ofrecidos serán los de mayor rotación que se tengan en la tienda física del almacén Agroveterinario. Para el proceso de alimentación del sitio web se definirá cada uno de los productos con su categoría, dosificación e información organizada y adecuada para que sea amigable con el usuario y se puedan buscar de una forma más eficiente.

Implementación del Sistema Logístico

Una última medida a tomar para la implementación del proyecto es la integración de la logística en las actividades de gestión de pedidos, gestión de envíos, almacenamiento, distribución y entrega de los productos que los clientes hayan adquirido a través de la plataforma. Como el negocio inicialmente va a operar en la ciudad de Neiva, se debe contar con un servicio de mensajería interno para el modelo logístico de entrega directa con modalidad de pago contra entrega:

Gestión de pedidos

siendo el Comité de Ganaderos del Huila distribuidor de productos terminados de la línea Agroveterinaria, implementará el sistema de Justo a Tiempo, como técnica para administrar eficientemente los inventarios cuyo objetivo es el de contar únicamente con los niveles de stock necesarios en el momento preciso y en las cantidades debidas de acuerdo a la rotación reflejada en saldos de inventario del sistema contable Siigo.

Este proceso incluye la gestión de abastecimiento donde se tendrá como base el stock mínimo para la gestión con proveedores.

Gestión de envíos

Se coordinará con el servicio de mensajería interno el despacho de los pedidos adquiridos por el cliente, realizando notificación previa, vía correo electrónico o WhatsApp.

Almacenamiento

El Comité de Ganaderos para el proceso de almacenamiento utilizará el método de colocación FIFO, donde los productos que cuenten con fecha de vencimiento más próxima serán los que deben salir en primera medida hacia el cliente, igualmente para los procesos de embalaje logrando una dinámica eficiente en la gestión operativa.

Distribución

Hace referencia al proceso de entrega de paquetes al cliente en el domicilio acordado, donde el Comité de Ganaderos implementará el modelo de distribución centralizado, con el objetivo de planificar las rutas y disminuir los costos.

Entrega

Se implementará el modelo de entrega directa con la modalidad de pago contra entrega, siendo la opción más oportuna para la organización. Proceso en el cual se coordina con el cliente la recepción del paquete con el bien comprado en los tiempos estipulados.

Postventa

Proceso posterior a la adquisición de bienes o servicios en el que se hará seguimiento del nivel de satisfacción de los productos adquiridos, con el propósito de afianzar las relaciones comerciales.

Descripción de Actividades

Análisis de la Competencia

En el proceso de validación de la pertinencia del presente modelo logístico, fue fundamental analizar la situación en la que en torno al comercio electrónico se encuentran las empresas que se desarrollan en el mismo campo que el Comité de Ganaderos del Huila. Los resultados obtenidos con dicho análisis se presentan en la tabla 1.

Tabla 1

Relación entre otras Empresas y las Ventas Online

Otras Empresas	Ventas Online
La casa del ganadero	No
Veterinaria El Campo	No
Agropecuaria Brangus	No
Agronorte del Huila	No
Agrocotur	Sí

Nota. En la tabla 1 se evidencia la relación existente entre la competencia de El Comité de Ganaderos del Huila y las ventas online. *Fuente.* Autor

Al realizar el análisis del sector se confirmó que sólo una de las competencias fuertes ha implementado las ventas online, situación que fortaleció la ejecución de la propuesta, evaluando el medio de interacción factible para los usuarios como valor agregado.

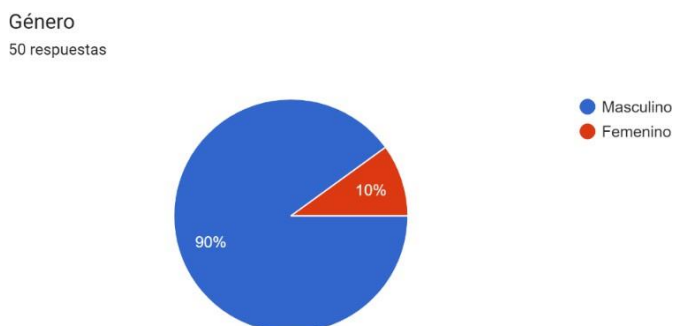
Encuesta

Se aplicó la encuesta con el propósito de conocer la viabilidad de la propuesta "Diseño de un modelo logístico para las ventas online del Comité de Ganaderos del Huila", donde se tomó una muestra representativa del 20% de los clientes potenciales del Municipio de Neiva.

Consolidado de encuesta aplicada:

Figura 1

Género de Encuestados



Nota. En la figura 1 se presentan los resultados de la encuesta en torno al género de los encuestados.

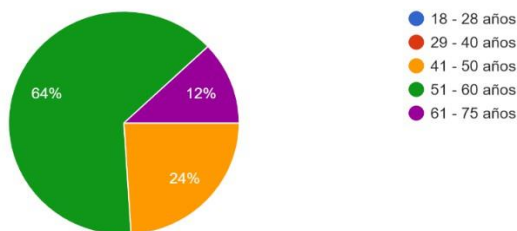
Fuente. Autor

Análisis de resultado: Se evidencia que el 90% de los clientes potenciales encuestados del almacén Agroveterinario del Comité de Ganaderos del Huila son de género masculino.

Figura 2

Edad de los Encuestados

Edad
50 respuestas



Nota. En la figura 2 se presentan los resultados de la encuesta en torno a la edad de los encuestados.

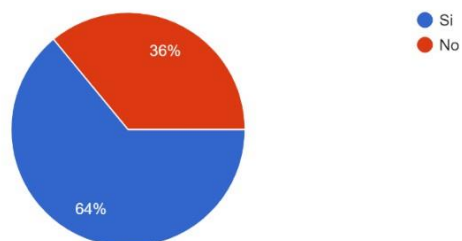
Fuente. Autor

Análisis de resultado: Se evidencia que el 64% de los clientes potenciales se encuentran en el rango de edad de 51 a 60 años, el 24% se encuentran entre los 41 a 50 años y el 12% en el rango de edad de 61 a 75 años.

Figura 3

Utilización de Canales Digitales para Realizar Compras Online

Ha utilizado canales digitales para realizar compras Online?
50 respuestas

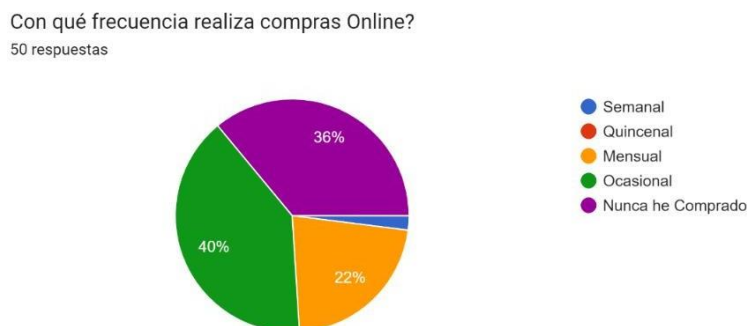


Nota. En la figura 3 se presentan los resultados de la encuesta en torno a la experiencia en las compras online por medio de canales digitales. *Fuente.* Autor

Análisis de resultado: Se evidencia que el 64% de los clientes han utilizado canales digitales para realizar compras Online, mientras el 36% restante manifiesta no haber utilizado este medio.

Figura 4

Frecuencia de Compras Online

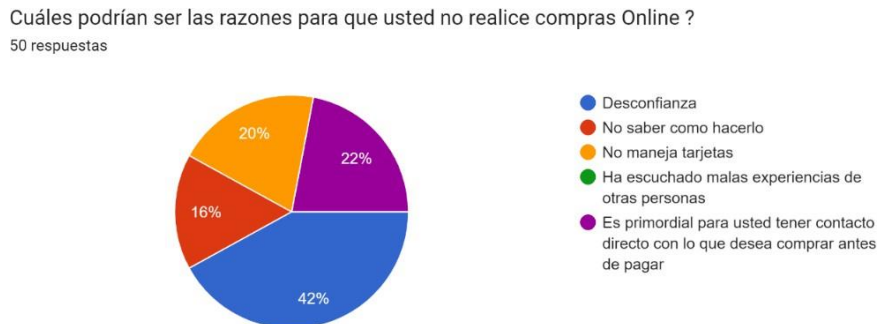


Nota. En la figura 4 se presentan los resultados de la encuesta en torno a la frecuencia de compras online. *Fuente.* Autor

Análisis de resultado: Se evidencia que el 40% de los clientes realizan compras Online con una frecuencia ocasional, el 36% manifiestan nunca haber comprado por este medio, el 22% con una frecuencia mensual y el 2% semanal.

Figura 5

Razones para no Realizar Compras Online



Nota. En la figura 5 se presentan los resultados de la encuesta en torno a las razones que tienen para no realizar compras online. *Fuente.* Autor

Análisis de resultado: El 42% de los clientes manifiestan que una de las principales razones para no realizar compras Online es la desconfianza, el 22% revelan la importancia de tener

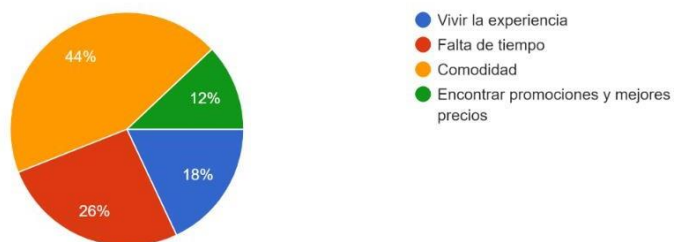
contacto con lo que desean comprar antes de pagar, el 20% por motivo de el no manejo de tarjetas y el 16% de encuestados no saben cómo hacerlo.

Figura 6

Motivaciones para Realizar Compras Online

Cuál podría ser una de sus motivaciones para realizar compras Online?

50 respuestas



Nota. En la figura 6 se presentan los resultados de la encuesta en torno a las motivaciones que tienen para realizar compras online. *Fuente.* Autor

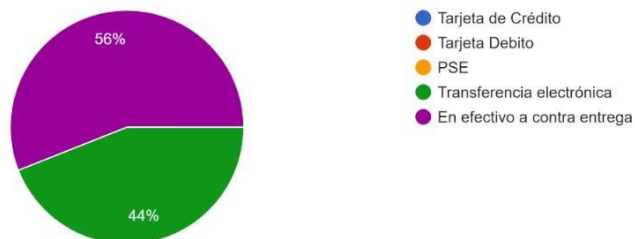
Análisis de resultado: El 44% de los clientes realizan compras online por comodidad, el 26% por falta de tiempo, el 18% se motivan para vivir la experiencia y el 12% restante para encontrar promociones y mejores precios.

Figura 7

Forma de Pago más Utilizada Online

Qué forma de pago es la que más utiliza, al momento de la compra Online?

50 respuestas

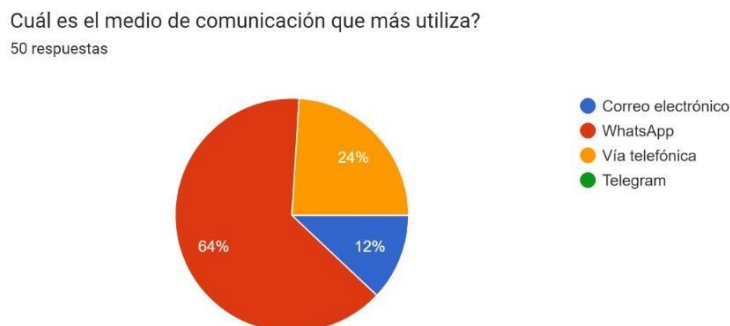


Nota. En la figura 7 se presentan los resultados de la encuesta en torno a los pagos más utilizados en las compras online. *Fuente.* Autor

Análisis de resultado: El 56% de los clientes manifiestan que la forma de pago más utilizada al momento de realizar compras Online es el pago contra entrega y el 44% por transferencia electrónica.

Figura 8

Medio de Comunicación Empleado en las Compras Online

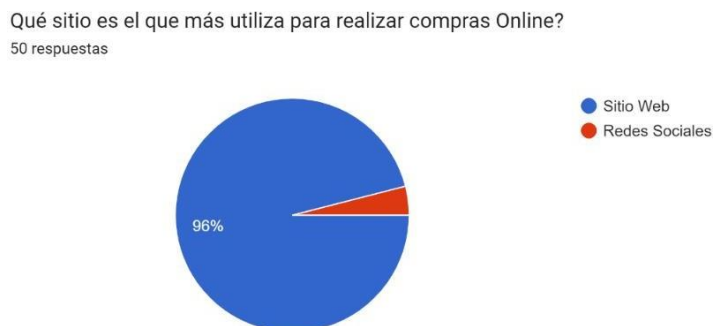


Nota. En la figura 8 se presentan los resultados de la encuesta en torno a los medios más utilizados en las compras online. *Fuente.* Autor

Análisis de resultado: Se evidencia que el 64% de los clientes manifiestan utilizar como medio de comunicación el WhatsApp, el 24% medios de comunicación telefónica y el 12% vía correo electrónico.

Figura 9

Sitios más Utilizados para Realizar Compras Online



Nota. En la figura 9 se presentan los resultados de la encuesta en torno a los sitios más utilizados en las compras online. *Fuente.* Autor

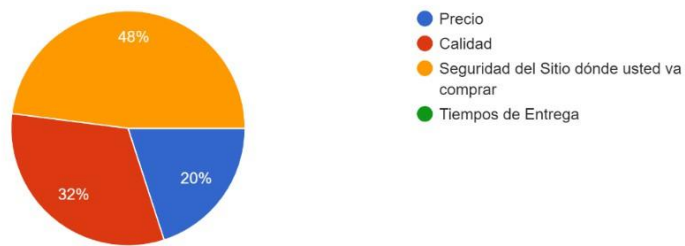
Análisis de resultado: Se evidencia que el sitio que más utilizan para realizar compras Online son los Sitios Web obteniendo un 96% de preferencia.

Figura 10

Características Importantes de los Productos en las Compras Online

Cuáles son las características más importantes para usted a la hora de comprar un producto vía Online?

50 respuestas



Nota. En la figura 10 se presentan los resultados de la encuesta en torno a las características más importantes de los productos en las compras online. *Fuente.* Autor

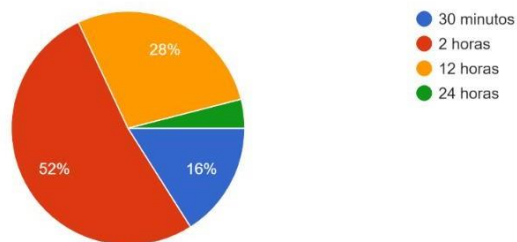
Análisis de resultado: Se evidencia que el 48% de los clientes prefieren la seguridad del sitio donde se va a realizar la compra Online, el 32% prefieren la calidad del producto y el 20% el precio.

Figura 11

Tiempo de Espera del Producto en las Compras Online

Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar para recibir el producto adquirido vía Online?

50 respuestas

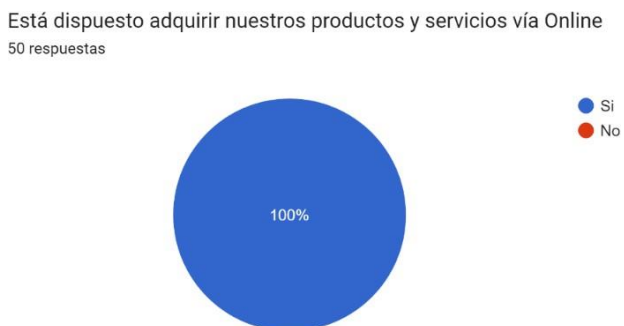


Nota. En la figura 11 se presentan los resultados de la encuesta en torno al tiempo de espera de los productos en las compras online. *Fuente.* Autor

Análisis de resultado: Se evidencia que el 52% de los clientes estarían dispuestos a esperar en un rango de 2 horas el producto adquirido vía Online, el 28% esperarían hasta 12 horas, el 16% 30 minutos y el 4% hasta 24 horas.

Figura 12

Disposición para Adquirir los Productos del Comité de Ganaderos del Huila Vía Online



Nota. En la figura 12 se presentan los resultados de la encuesta en torno a la disposición de los encuestados para adquirir los productos del Comité de Ganaderos del Huila, mediante compras online. *Fuente.* Autor

Análisis de resultado: Se evidencia que el 100% de los clientes estarían dispuestos a adquirir nuestros productos vía Online por medio de nuestra página Web.

Definición del portafolio de Productos

Se realizó la selección de los productos de mayor rotación para proceder con su descripción, presentación, categorías, subcategorías e información complementaria, brindándole al sitio web un carácter amigable y de fácil uso para el usuario. Para ello, se inició por realizar una clasificación de los productos según su jerarquía (ganadería, mascotas, agrícola, cerca eléctrica, herramientas y equipos). De igual modo se hizo, la identificación de los productos en relación con los diferentes laboratorios (California, Carval, Vecol, Kyrovet, Ourofino, Pharvet, Virbac, Erma...), asignando de tal forma las respectivas etiquetas y los atributos de cada

producto, donde se relacionaron las diferentes presentaciones (mililitros, litros, kilos, metros...).

Una vez culminada la ejecución de estas acciones, quedó registrado en el comercio electrónico, en la página web del Comité de Ganaderos del Huila, un total de 250 productos, tal y como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2

Número de Productos Registrados en el Comercio Electrónico en la Página Web

Nombre	SKU	Inventario	Precio	Categorías	Etiquetas	Fecha
SINCROFORTE X 20 ML	-	Hay existencias	-	Ganadería, Hormonal	OUROFINO	Publicada 28/12/2022 a las 00:06
SINCRODIOL X 50 ML	-	Hay existencias	-	Ganadería, Hormonal	OUROFINO	Publicada 28/12/2022 a las 00:03
SINCRODCIO	-	Hay existencias	-	Ganadería, Hormonal	OUROFINO	Publicada 28/12/2022 a las 00:01
SINCRO ECG 6000 UI	-	Hay existencias	-	Ganadería, Hormonal	OUROFINO	Publicada 27/12/2022 a las 23:58
SINCRO CP X 50 ML	-	Hay existencias	-	Ganadería, Hormonal	OUROFINO	Publicada 27/12/2022 a las 23:57
PIROFORT X 30 ML	-	Hay existencias	-	Ganadería, Hemoparásitida	OUROFINO	Publicada 27/12/2022 a las 23:54








Nota. En la tabla 2 se presenta el número de productos que fueron registrados y clasificados en el comercio electrónico en la página web del Comité de Ganaderos del Huila. *Fuente.* Autor










A continuación, se resume la base de datos del consolidado del portafolio de productos según sus categorías:

Figura 13

Ganadería

PRODUCTO	PRESENTACION	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	DESCRIPCION	MARCA	IMAGEN
ERMAFOS X 500 ML		GANADERIA	SUEROS	<p>COMPOSICION: Cada 100 ml. contiene: Calcio gluconato 12.5g. (Equivalente a 1.787 g. de calcio) Acido hipofosforoso 6.8 g. (Equivalente a 1 g. de fósforo) Magnesio cloruro, 8.3g. (Equivalente a 1 g. de magnesio) Agua destilada, c.s.p.</p> <p>Indicaciones: Para el tratamiento de deficiencias de calcio, fósforo y magnesio; acetemia, fiebre de leche, eclampsia en bovinos y equinos.</p> <p>Dosis y Administración: Aplicar 100 ml. por cada 100 kg. de peso vivo vía intravenosa. La frecuencia y duración del tratamiento a criterio del médico veterinario.</p>	ERMA	
ERMASID X 120 ML		GANADERIA	GASTROINTESTINAL	<p>COMPOSICION: Subsulfato de Blomulo 1.75 g Excipientes c.s.p. 100mL</p> <p>Indicaciones: En perros, terneros, lechones y pascos como coadyuvante en el control y tratamiento de las diarreas y enteritis inespecíficas. Coadyuante en el tratamiento de infecciones ocasionadas por Helicobacter sp.</p> <p>Dosis y Administración: En general, administrar por vía oral 1mL/kg de peso, cada 6 a 8 horas durante 2 días seguidos (equivalente a 20-25 mg/kg de peso). Perros: 20 ml/5 kg cada 8 horas; Perros y Terneros (de peso aproximado 100 kg): 75 mL cada 8 horas; Lechones: 1 a 3 mL cada 8 horas; Cerdos adultos: 20 a 30 mL cada 8 horas durante 2 días seguidos.</p> <p>Precauciones: La duración del tratamiento depende de la severidad de la enfermedad y del criterio del Médico Veterinario.</p>	ERMA	
FENCLOB 25%	12 y 500 ml.	GANADERIA	ANTIPARASITARIO INTERNO	<p>COMPOSICION: Cada 100 ml. de suspensión oral contiene: Fenbendazol 25 g Excipientes c.s.p. 100 ML</p> <p>Indicaciones: En bovinos, ovinos, caprinos, porcinos y equinos para el control y tratamiento de parásitos gastrointestinales y pulmonares.</p> <p>Dosis y Administración: Vía Oral 1mL/50Kg de peso.</p> <p>Tiempo de Retiro: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 14 días después de finalizado el tratamiento. No des residuos en leche.</p>	ERMA	
GLOBULIN SALES DE HIERRO Y COBRE X 250 ML		GANADERIA	VITAMINAS Y SUPLEMENTOS	<p>COMPOSICION: Cada ml. contiene: Cianocobalamina 400 mcg. Excipientes, c.s.p.</p> <p>Indicaciones: Coadyuante en el tratamiento de anemias macrocíticas agudas y crónicas.</p> <p>Dosis y Administración: Vía Intramuscular: En bovinos, equinos, porcinos y ovinos aplicar 1ml. de GLOBULIN®-B por cada 100 kg. de peso (equivalente a 4 mcg. de Cianocobalamina por cada kilogramo de peso) durante 5 días consecutivos o a criterio del médico veterinario.</p>	ERMA	
GUAYACOLATO DE GLICERILO X 500 ML		GANADERIA	ANESTESICOS/ PREANESTESICOS/ ANTIOTO	<p>COMPOSICION: Cada 100 ml. contiene: Guayacolato de Glicerilo 50 mg Destrosa 50 mg Agua destilada c.s.p.</p> <p>Indicaciones: Relajante muscular de acción central, coadyuvante en anestesia para equinos y bovinos; Aumenta la potencia de agentes preanestésicos y barbitúricos; Agente bloqueador interneuronal.</p> <p>Dosis y Administración: Intravenosa rápida. Utilice agua No. 14 ó 15. Equinos y bovinos: 10 mg/kg., equivalente a, 2,2 mL por kg de peso vivo (se recomienda dosis a efecto bajo la supervisión del Médico Veterinario, ya que se pueden presentar susceptibilidades individuales).</p>	ERMA	
IVERMECTINA TC	50,200 y 500 ml.	GANADERIA	ANTIPARASITARIO INTERNO/ EXTERNO	<p>COMPOSICION: Cada 100 mL. contiene: Ivermectina 3,15 g. Excipientes c.s.</p> <p>Indicaciones: En Bovinos, para el control y tratamiento de parásitos internos y externos.</p> <p>Dosis y Administración: Vía Subcutánea 1mL/50Kg de peso.</p> <p>Precauciones: No administrar vía endovenosa ni intramuscular, no usar en vacas productoras de leche, ni dentro de los 122 días anteriores al parto. Los bovinos tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 122 días posteriores al tratamiento.</p>	ERMA	
ANKOFEN 10% X 50 ML		GANADERIA	ANALGESICO/ANTIINFLAMATORIO/FLAMATORIO/DIURETICO	<p>COMPOSICION: Cada mL. contiene: Ketoprofeno 100 mg Excipientes c.s.p.</p> <p>Indicaciones: Ejerce un efecto antiinflamatorio y analgésico esta recomendado en artritis, tendinitis, bursitis, contusiones, cojeras, esguinces, y en inflamaciones ocasionadas por heridas, o traumatismos.</p> <p>Dosis y Administración: -En bovinos aplicar vía intravenosa o intramuscular 3 mL por cada 100 kg de peso. -En equinos aplicar vía intravenosa 1mL por cada 45 kg de peso. -En porcinos 1mL por cada 33 kg vía intramuscular. -En caninos y gatos aplicar vía intramuscular o subcutánea 0.5 mL por cada 25 kg de peso.</p>	KYROVET	
DORAMEC PROLONGER	50,250 y 500 ml.	GANADERIA	ANTIPARASITARIO INTERNO/ EXTERNO	<p>COMPOSICION: Cada mL. contiene: Doramectina 10 mg</p> <p>Indicaciones: Control de parásitos internos y externos en Bovinos y porcinos, con alto margen de seguridad. Especial acción en parásitos como garrapatas de un solo huésped, gusanera y ruche.</p> <p>Dosis y Administración: -En Bovinos aplicar 1mL/50 kg vía intramuscular y subcutánea. -En Porcinos 1mL/33 kg vía intramuscular.</p> <p>Tiempo de Retiro: Bovinos: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano, hasta 35 días después de finalizado el tratamiento. No administrar a vacas en periodo de lactancia, cuya leche sea destinada para el consumo humano. Porcinos: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano, hasta 28 días después de finalizado el tratamiento.</p>	KYROVET	

GARAFOS C	235 y 1000 ml	GANADERÍA	ANTIPARASITARIO EXTERNO	<p>Composición: Cada 100 mililitros de concentrado emulsionable contiene: Eltion 83 g</p> <p>Indicaciones: En bovinos para el control de las garrapatas <i>Rhipicephalus</i> (<i>Boophilus</i>) <i>microplus</i> y <i>Amblyomma</i> <i>caementense</i>, Piojos: <i>Haematopinus</i> sp., <i>Linognathus</i> sp. y <i>Trichodectes</i> sp.; Moscas: <i>Haematobia</i> sp. y <i>Stomoxys</i> sp.</p> <p>Dosis y Administración: Por aspersión Agregar 75 mL de Garafos® C por cada 20 litros de agua.</p> <p>Tiempo de Retiro: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 14 días después de finalizado el tratamiento. La leche producida durante el tratamiento y hasta 24 horas después de finalizado el mismo, no debe destinarse para el consumo humano.</p>	MSD	
PANACUR 10%	100,500 y 1000 ml	GANADERÍA	ANTIPARASITARIO INTERNO	<p>Composición: Cada mililitro de suspensión contiene: Fenbendazol 100 mg</p> <p>Indicaciones: En ganado bovino y ovino para el control de parásitos internos pulmonares y gastrointestinales.</p> <p>Dosis y Administración: Via Oral -Bovinos: 5 mL/100 Kg de peso. -Ovinos: 13 mL por cada 25 kilos de peso</p> <p>Tiempo de retiro: Los bovinos tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 11 días después de finalizado el tratamiento. La leche producida durante el tratamiento, y hasta 120 horas después de finalizado el tratamiento, no debe destinarse para el consumo humano.</p>	MSD	
RANGER LA 3.5% X 500 ML		GANADERÍA	ANTIPARASITARIO INTERNO/EXTERNO	<p>Composición: Cada 100 mL contienen Ivermectina: 3.50 g</p> <p>Indicaciones: Tratamiento y/o control de gusanos gastrointestinales y pulmonares, garrapatas y vermes en bovinos. Ayuda en el control preventivo de miasis (gusanera) y en heridas de castración.</p> <p>Dosis y Administración: via subcutánea 1mL para 50 Kg de peso corporal.</p> <p>Tiempo de retiro: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 126 días después de finalizado el tratamiento. No administrar en vacas en producción de leche para el consumo humano ni dentro de los 122 días anteriores al parto.</p>	MSD	
IMPACTO	25,100,250 y 1000 ml	GANADERÍA	ANTIPARASITARIO EXTERNO	<p>COMPOSICIÓN: Cipermetrina..... 75 g Clorpirifos..... 25 g</p> <p>Indicaciones: Uso en pulverización, para controlar garrapatas <i>Rhipicephalus</i> (<i>Boophilus</i>) <i>microplus</i> y moscas de los cuernos (<i>Haematobia irritans</i>).</p> <p>Dosis y Administración: Pulverización 25 ml para 20 litros de Agua. Utilice 1 litro de la mezcla para cada 100kg de peso vivo.</p> <p>Tiempo de Retiro: Carne: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 10 días después de finalizado el tratamiento. Leche: La leche producida durante el tratamiento y 72 horas después de finalizado el mismo no debe ser el consumo humano.</p>	OURFINDO	
IVER LA X 500 ML		GANADERÍA	ANTIPARASITARIO INTERNO/EXTERNO	<p>COMPOSICIÓN: Cada 100 mL contiene: Ivermectina..... 1 g*</p> <p>Indicaciones: Eliminación y control de parásitos internos y externos (parásitos redondos gastrointestinales y pulmonares, garrapatas, ruche, sarnas, piojos y ácaros) en el control de miasis.</p> <p>Dosis y Administración: Via subcutánea 1ml por cada 50 kg de peso vivo.</p> <p>Tiempo de Retiro: Carne: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 42 días después de finalizado el tratamiento. Leche: No administrar a vacas en producción de leche, ni en los 42 días antes del parto.</p>	OURFINDO	
MASTER LP 4%	50 y 500 ml	GANADERÍA	ANTIPARASITARIO INTERNO/EXTERNO	<p>COMPOSICIÓN: Cada 100 mL contiene: Ivermectina..... 4.0 g*</p> <p>Indicaciones: Master LP elimina y controla parásitos gastrointestinales y pulmonares, garrapatas, ruche, sarnas, piojos y la mosca de los cuernos.</p> <p>Dosis y Administración: Via Subcutánea 1ml por cada 50 kg de peso vivo.</p> <p>Tiempo de Retiro: Carne: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 133 días después de finalizado el tratamiento. Leche: No administrar a vacas en producción de leche destinada al consumo humano.</p>	OURFINDO	
HEMAPLUS	50,100 y 500 ml	GANADERÍA	HEMOPARASITICIDA	<p>COMPOSICIÓN: Cada mL contiene: Diacetato de diminazeno 35 mg Dioletactina 70 mg Anipiprina 180 mg Excipientes c.s.p.</p> <p>Indicaciones: En Bovinos, Equinos, Ovinos y Perros para el tratamiento de enfermedades causadas por hemoparásitos como Anelastomosis, Babesiosis y Tripanosomosis (ranilla blanca, ranilla roja y renquera).</p> <p>Dosis y Administración: Via intramuscular profunda 1ml /10g de peso.</p>	KYRDVET	
KYRDOGUSAN X 400 ML		GANADERÍA	ANTIPARASITARIO EXTERNO	<p>COMPOSICIÓN: Cada 100 mL contienen: Cipermetrina 0.6 g Aceite de Pino 3.0 g Cloruro de metilrosanilina 0.5 g</p> <p>Indicaciones: Lanición, repelente y cicatrizante de uso externo para el control de miasis (gusanera) y coadyuvante en el tratamiento de corte de embriagos, castraciones, pequeñas cirugías, descomas, moxicones, úlceras, heridas, lesiones podales, cortes de cola y lesiones de pezones. Poderosa acción repelente de moscas.</p> <p>Administración: Uso Tópico</p>	KYRDVET	
PREKOCID	1000 y 2500 ml	GANADERÍA	ANTIPARASITARIO EXTERNO	<p>COMPOSICIÓN: Cada 100 mL contienen Fluzaron 2.5 gr</p> <p>Indicaciones: En bovinos para el control estratégico de <i>Rhipicephalus</i> (<i>Boophilus</i>) <i>microplus</i>.</p> <p>Dosis y Administración: Via Tópico 1ml por cada 10 kg de peso en dos franjas, una a cada lado de la línea media dorsal, desde la cruz hasta la grupa.</p> <p>Tiempo de Retiro: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 42 días después de finalizado el tratamiento. No usar en vacas en producción de leche para el consumo humano. No utilizar dentro de las 6 semanas anteriores al parto. No sacrificar para el consumo humano terneros de menos de 10 meses de edad que estén siendo amamantados por vacas tratadas.</p>	KYRDVET	

PIROFORT X 30 ML		GANADERÍA	HEMOPARASITICIDA	<p>COMPOSICIÓN:</p> <p>Cada 100 mL contiene:</p> <p>Diacetato de diminazeno.....7g</p> <p>Vehículo c.s.p.....100 ML</p> <p>Indicaciones:</p> <p>Pirofort está indicado para bovinos, ovinos y caprinos para el tratamiento de infecciones por babesias (patostrómas) y tripanosomas.</p> <p>Dosis y Administración:</p> <p>Babesia: 3,5 mg o 1 ml por cada 20 kg de peso vivo, en dosis única.</p> <p>Tripanosomas: 7,0 mg o 1 ml por cada 10 kg de peso vivo en dosis única.</p> <p>Tiempo de Retiro:</p> <p>Carne: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 28 días después de finalizado el tratamiento.</p> <p>Leche: La leche producida durante el tratamiento y 5 días después de finalizado el mismo no debe darse al consumo humano.</p> <p>COMPOSICIÓN:</p> <p>Cada 100 mL contiene:</p> <p>Cipionato de estradiol.....100 mg</p> <p>Vehículo c.s.p.....100 ML</p> <p>Indicaciones:</p> <p>Protocolos reproductivos en IATF y TETF. Tratamiento de disturbios reproductivos.</p> <p>Dosis y Administración:</p> <p>Aplicación Intramuscular:</p> <p>-Bovinos: Programas reproductivos, 0,5 a 1,0 mL; Plómetra, retención de placenta, 5,0 mL.</p> <p>-Equinos: Anestros: 5,0 mL.</p> <p>Tiempo de Retiro:</p> <p>Carne: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 7 días después de finalizado el tratamiento.</p> <p>Leche: La leche producida durante el tratamiento no debe darse al consumo humano.</p>	OURCINO	
SINCRO CP X 50 ML		GANADERÍA	HORMONAL	<p>COMPOSICIÓN:</p> <p>Cada 100 mL contiene:</p> <p>Cipionato de estradiol.....100 mg</p> <p>Vehículo c.s.p.....100 ML</p> <p>Indicaciones:</p> <p>Protocolos reproductivos en IATF y TETF. Tratamiento de disturbios reproductivos.</p> <p>Dosis y Administración:</p> <p>Aplicación Intramuscular:</p> <p>-Bovinos: Programas reproductivos, 0,5 a 1,0 mL; Plómetra, retención de placenta, 5,0 mL.</p> <p>-Equinos: Anestros: 5,0 mL.</p> <p>Tiempo de Retiro:</p> <p>Carne: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 7 días después de finalizado el tratamiento.</p> <p>Leche: La leche producida durante el tratamiento no debe darse al consumo humano.</p>	OURCINO	
SINCRO ECG 6000 UI		GANADERÍA	HORMONAL	<p>COMPOSICIÓN:</p> <p>eCG (PM5G) liofilizado.....6.000 UI</p> <p>Excipiente.....0,052 g</p> <p>Frasco con diluyente (agua para inyección).....30 ML</p> <p>Indicaciones:</p> <p>Recomendado para la estimulación del crecimiento folicular, llevando así a una mayor capacidad ovulatoria de las hembras bovinas en protocolos de inseminación artificial en tiempo fijo (IATF) y transferencia de embrión en tiempo fijo (TETF). Puede ser utilizado para superovulación de hembras bovinas.</p> <p>Dosis y Administración:</p> <p>Añadir 2 a 3 mL del diluyente estéril en el frasco que contiene el liofilizado de 6.000 UI de eCG, homogeneizar y retornar el volumen con el liofilizado al frasco del diluyente.</p> <p>Nota: Consulte al médico veterinario para sugerencias de protocolos y alteraciones en dosificaciones.</p>	OURCINO	
ALERVEC X 50 ML		GANADERÍA	ANALGÉSICO/ANTINFLAMATORIO/ANTIEMÉTICO	<p>Indicaciones:</p> <p>Solución inyectable que contiene Clorhidrato de Difenhidramina indicado como antihistamínico y analgésico en todos los casos de reacciones alérgicas y shock, anafiláctico en bovinos y equinos. Dermatitis, urticaria y conjuntivitis en caninos y gatos.</p> <p>Dosis y Administración:</p> <p>-Bovinos y equinos: es de 1 mg/kg de peso vivo. En la práctica aplicar 1 ml de ALERVEC/25 kg de peso vivo vía intramuscular en las especies indicadas a excepción de los bovinos, en los que se puede aplicar además por la vía intravenosa.</p> <p>-Caninos y gatos: aplicar 0,2 ml de ALERVEC® por cada 10 kg de peso vivo. Se aplica por vía intramuscular o intravenosa.</p> <p>No requiere tiempo de retiro.</p>	VECOL	
DORAGAN X 500 ML		GANADERÍA	ANTIPARASITARIO INTERNO/EXTERNO	<p>Indicaciones:</p> <p>DORAGAN® es una solución inyectable estéril que contiene Doramectina al 1%, indicado en bovinos, ovinos y porcinos para el tratamiento y control de parásitos internos y externos –parásitos gastrointestinales y pulmonares, muelle, garrapalao, acaros de la crania, piojos y moscas o "gusanera".</p> <p>Dosis y Administración:</p> <p>-Bovinos: ovinos: 1 ml/50 kg de peso vivo vía subcutánea o intramuscular.</p> <p>-Porcinos: 1 ml/33 kg de peso vivo vía intramuscular.</p> <p>Tiempo de Retiro:</p> <p>Bovinos y ovinos: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 35 días después de finalizado el tratamiento.</p> <p>Porcinos: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 28 días después de finalizado el tratamiento.</p> <p>No administrar a vacas u ovejas en producción láctea con destino a consumo humano o la industria láctea.</p>	VECOL	
FENBENDAZOL 25%	500 y 2000 ml	GANADERÍA	ANTIPARASITARIO INTERNO	<p>Indicaciones:</p> <p>Antiparasitario en suspensión oral de amplio espectro indicado en Bovinos, ovinos y caprinos para el tratamiento de parásitos gastrointestinales y pulmonares.</p> <p>Dosis y Administración:</p> <p>Vía oral</p> <p>-Bovinos, ovinos y caprinos: 1 ml/50 kg de peso vivo.</p> <p>-Porcinos: 15 ml/50 kg de peso vivo.</p> <p>-Equinos: 1 ml/33 kg de peso vivo.</p> <p>-Caninos: 1 ml/5 kg de peso vivo.</p> <p>Tiempo de Retiro:</p> <p>Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 11 días de finalizado el tratamiento.</p> <p>La leche producida durante el tratamiento y 96 horas después de finalizado el mismo no debe darse al consumo humano.</p> <p>Precauciones:</p> <p>Vacuna para la inmunización activa de bovinos, equinos, ovinos y porcinos sanos de 6 meses en adelante contra el carbón bacteriano, ántrax o "Peste Rayo".</p> <p>Dosis y Administración:</p> <p>-Bovinos: aplicar 2 ml por vía subcutánea en la tabla del cuello.</p> <p>-Equinos y ovinos: aplicar 1 ml en la tabla del cuello.</p> <p>-Porcinos: aplicar 1 ml en la parte posterior o base de la oreja.</p> <p>Revacunación anual.</p> <p>Precauciones:</p> <p>Conservar y transportar refrigerado (entre 2°C y 8°C).</p>	VECOL	
VACUNA RAYOVACUNA		GANADERÍA	BICLÓGICO	<p>Indicaciones:</p> <p>La vacuna Triple HA está indicada para la inmunización activa de bovinos y ovinos sanos contra: carbón sintomático, edema maligno o gangrena gaseosa y pasteurelisis bovina.</p> <p>Dosis y Administración:</p> <p>Aplicar exclusivamente a bovinos y ovinos sanos, 5 ml por vía subcutánea. Se recomienda vacunar animales desde los (3) tres meses de edad. Aplicar refuerzo a las 2 semanas después.</p> <p>Revacunación anual.</p> <p>Precauciones:</p> <p>Conservar y transportar refrigerado (entre 2°C y 8°C).</p>	VECOL	
VACUNA TRIPLE HA	20 y 50 dosis	GANADERÍA	BICLÓGICO	<p>Indicaciones:</p> <p>La vacuna Triple HA está indicada para la inmunización activa de bovinos y ovinos sanos contra: carbón sintomático, edema maligno o gangrena gaseosa y pasteurelisis bovina.</p> <p>Dosis y Administración:</p> <p>Aplicar exclusivamente a bovinos y ovinos sanos, 5 ml por vía subcutánea. Se recomienda vacunar animales desde los (3) tres meses de edad. Aplicar refuerzo a las 2 semanas después.</p> <p>Revacunación anual.</p> <p>Precauciones:</p> <p>Conservar y transportar refrigerado (entre 2°C y 8°C).</p>	VECOL	
VITARSAN X 500 ML		GANADERÍA	SUEROS	<p>Indicaciones:</p> <p>Solución de dextrosa, aminoácidos, vitaminas y minerales indicado en bovinos, equinos, ovinos, caprinos, porcinos, perros y gatos.</p> <p>Dosis y Administración:</p> <p>-Bovinos, equinos, ovinos, caprinos y porcinos: aplicar 0,5 ml/Kg de peso vivo vía intravenosa. Esta dosis puede repetirse 1-2 veces al día dependiendo de la severidad de la condición y a criterio del Médico Veterinario tratante.</p> <p>-Perros y gatos: 0,2 – 0,5 ml/Kg. de peso vivo.</p> <p>Vía subcutánea inyectar un máximo de 15ml por punto de aplicación.</p> <p>Precauciones:</p> <p>Si el producto es administrado muy rápido el animal puede presentar náuseas y malestar. En este caso, suspender la administración y permitir su recuperación. Reanudar la administración a una menor velocidad.</p> <p>No mezclar VITARSAN® con otros productos en el momento de su aplicación.</p>	VECOL	












BETAFEROL E	50,100 y 500 ml.	GANADERÍA	VITAMINAS Y SUPLEMENTOS	Indicaciones: Multivitáminica que mejora la fertilidad y los índices reproductivos gracias a la presentación de los celos postparto. En veranos intensos e inviernos prolongados, restituye carencias de carotenos y restaura la inmunidad para prevenir mastitis y metritis. Dosis y Administración: Vía intramuscular o subcutánea: Bovinos: 15-20 mL, repetir a los 45 días. Sin tiempo de Retiro.	PHARVET	
COBREX	10,50,100 y 250 ml.	GANADERÍA	VITAMINAS Y SUPLEMENTOS	Indicaciones: - Mejora las ganancias de peso diarias y disminuye los días de ceba. - Incrementa el desarrollo óseo y muscular en terneros. - Potencializa el rendimiento productivo de los animales de levante y ceba. - Estimula la reproducción, aumenta los niveles de fertilidad. - Líder en el tratamiento de la Papilomatosis. Dosis y Administración: Por vía intramuscular o subcutánea: - Terneros destetos a partir de 100 Kg: 5 mL - Vacas y toros adultos: 10 mL, cada 30 días Otras indicaciones: Consulte al Médico Veterinario (o zootecnista)	PHARVET	
COMPLEX 55	20,50,100,250 y 500 ml.	GANADERÍA	VITAMINAS Y SUPLEMENTOS	Indicaciones: En un antianémico que ejerce una acción estimulante sobre el metabolismo enzimático y la actividad muscular, permitiendo una mejor oxigenación, disminuyendo el cansancio y la fatiga en los animales débiles y en proceso de recuperación. Dosis y Administración: Por vía subcutánea, intramuscular o intravenosa. Bovinos, equinos y porcinos: 1ml/10kg de peso - 5ml por animal adulto (Bovino). Otras indicaciones: Consulte al Médico Veterinario (o zootecnista). Sin tiempo de Retiro	PHARVET	
CALSYN SUSP	30 Y 500 ML.	GANADERÍA	VITAMINAS Y SUPLEMENTOS	Indicaciones: CalSyn, es una suspensión oral compuesta por calcio, fósforo, vitamina D3, A, B1, B2, B6, B12 y nicotinamida. Útil en el tratamiento de trastornos del metabolismo fosforocálcico como: raquitismo, osteomalacia, osteoporosis, infertilidad, anorexia, gestación, retardos en crecimiento, espasmos, tetanias, alergias, dermatosis y retardos en la dentición. Dosis y Administración: Vía Oral Terneros y potros: 150 ml/45 kg Lechones: 100 ml/30 kg	VIRBAC	
CURACEF DUO X 100 ML.		GANADERÍA	ANTIBIÓTICO	Indicaciones: Antibiótico a base de cefotifur HCl y ketoprofeno, de amplio espectro, con efecto bactericida y analgésico en suspensión inyectable para el tratamiento de enfermedades podales y respiratorias en Bovinos. Dosis y Administración: Vía intramuscular profunda. 1ml/50 Kg de peso, cada 24 horas durante 3 a 5 días. Tiempo de Retiro: No destinar para consumo humano la carne de animales tratados hasta 8 días después de la última aplicación.	VIRBAC	
FOSFOSAN	100 y 500 ml.	GANADERÍA	VITAMINAS Y SUPLEMENTOS	Indicaciones: FOSFOSAN® está indicado en bovinos (doble propósito) y porcinos (carne y pie de cfa) para la prevención y tratamiento de deficiencias de fósforo, selenio, magnesio, cobre y potasio, y sus consecuencias tales como osteomalacia, raquitismo, síndrome de infertilidad coronal, distrofia muscular, retención placentaria, destrócnos nerviosos, tetania hipomagnésica. Dosis y Administración: Vía Subcutánea o intramuscular. Terneros recién nacidos: 3 mL Terneros hasta 200 kg: 5 mL Bovinos adultos: 10 mL Administrar como dosis única. Puede repetirse el tratamiento a los 15 días dependiendo del estado nutricional del animal. La duración del tratamiento será a recomendación del Médico Veterinario.	VIRBAC	
BORGAL X 100 ml		GANADERÍA	ANTIBIÓTICO	Composición: Cada mL de solución inyectable contiene: Sulfadiazina 200 mg Trimetoprim 40 mg Indicaciones: En bovinos, equinos, porcinos y ovinos para el tratamiento de infecciones producidas por <i>Haemophilus</i> sp, <i>Pasteurella</i> sp, <i>Escherichia coli</i> , <i>Fusobacterium</i> sp, <i>Shigella</i> sp, <i>Proteus</i> sp, <i>Aerobacillus</i> sp, <i>Aerobacter</i> sp, <i>Campylobacter</i> sp, <i>Klebsiella</i> sp, <i>Corynebacterium</i> sp, <i>Streptococcus</i> sp, y <i>Bordetella</i> sp. Dosis y Administración: La dosis corresponde a 15 mg por kg, lo que equivale a: Animales adultos: 6 ml por cada 100 kg. Animales medianos: 3ml por cada 50 kg. Animales pequeños: 1.5 ml por cada 25 kg.	MSD	
COOPERSOL X 500 ML.		GANADERÍA	ANTI PARÁSITARIO INTERNO	Composición: Cada 100 mL de solución inyectable contienen: Fosfato de Levamisol 22,3 g Indicaciones: En bovinos, ovinos y porcinos para el tratamiento del parasitismo gastrointestinal y pulmonar por: <i>Dictyocaulus</i> sp, <i>Haemonchus</i> sp, <i>Trichostrongylus</i> sp, <i>Bunostomum</i> sp, <i>Cloasma</i> sp, <i>Gesophagostomum</i> sp, <i>Chabertia</i> sp, <i>Nematodius</i> sp, <i>Dicyocaulus</i> spp y <i>Melastromylopus</i> sp. Dosis y Administración: Aplicar por inyección subcutánea o intramuscular 1 mL por cada 50 kilos de peso vivo. Tiempo de Retiro: Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 7 días después de finalizado el tratamiento. La leche producida durante el tratamiento, y 4 días después de finalizado el mismo, no debe destinarse para el consumo humano.	MSD	
ESPECIFICO COOPERS	120,330,1000 y 3800 ml	GANADERÍA	ANTI SEPTICO/ DESINFECTANTE	Composición: Cada 100 mL contienen: Fenol (Creosol SBT 30R/L) 16 g Indicaciones: Desinfectante para uso en instalaciones pecuarias. Dosis y Administración: Prepárese una solución de ESPECIFICO COOPERS diluido al 12% (12 mL en 100 mL de agua o 120 mL en un litro de agua). Esta dilución al 12% es un contenido final de fenol del 18%.	MSD	

EDIFOZ 22%	100 y 500 ml.	GANADERÍA	VITAMINAS Y SUPLEMENTOS	<p>Indicaciones: Es un medicamento para el tratamiento de las deficiencias de fósforo, yodo, zinc, selenio y magnesio. Es un mejorador de los procesos reproductivos en hembras y machos.</p> <p>Dosis y Administración: Por vía intramuscular profunda 1 mL por cada 20 kg de peso vivo en bovinos, equinos, bufalinos y porcinos durante 3 a 5 días. Otras indicaciones: Consulte al Médico Veterinario y/o zootecnista.</p>	PHARVET	
FORZEN B15	20,50,100 y 250 ml.	GANADERÍA	VITAMINAS Y SUPLEMENTOS	<p>Indicaciones: Medicamento que mediante el ácido aspártico activa la formación de energía, a través de fosfatos, especialmente ATP, dando por resultado más energía y más oxígeno a la sangre.</p> <p>Dosis y Administración: Por vía intramuscular o subcutánea: -Equinos: 1 ml por cada 30kg de peso. -Bovinos: 1 ml por cada 30kg de peso, 10 - 15 ml animal adulto. Otras indicaciones: Consulte al Médico Veterinario y/o zootecnista.</p> <p>Sin tiempo de Retiro</p>	PHARVET	
MODERGAN INYECTABLE X 500 ML.		GANADERÍA	VITAMINAS Y SUPLEMENTOS	<p>Indicaciones: - Animales de levante y ceba tanto hembras como machos. - Vacas en producción. - Estimulante proliótico y activador de la masa muscular. - Modificador enzimático, por sus aportes de Cobre, Zinc, Cianocobalamina y alfa-tocoferol. - Mayor producción a menor costo.</p> <p>Dosis y Administración: Por vía intramuscular o subcutánea. -Bovinos: 10 ml - 15 ml -Porcinos: 10 ml - 15 ml -Chinos y cabras: 5 ml</p>	PHARVET	
MULTIBIO X 100 ML.		GANADERÍA	ANTIBIÓTICO	<p>Indicaciones: Antibiótico inyectable de amplio espectro, indicado en el tratamiento de infecciones agudas (diarreas neonatales y urgencias veterinarias), infecciones respiratorias, digestivas, genitourinarias, mastitis y septicemias en bovinos, equinos, perros y gatos.</p> <p>Dosis y Administración: Vía intramuscular o subcutánea. Terminos, Potros, Chinos, Caprinos, Bovinos, Equinos adultos, Perros y Gatos: 1ml/10 Kg. El tratamiento debe realizarse durante 3 días.</p> <p>Tiempo de Retiro: -Los animales tratados no deben sacrificarse para consumo humano hasta 21 días después de finalizado el tratamiento. -La leche producida durante el tratamiento y 48 horas después de finalizado el mismo, no es apta para el consumo humano. -No usar en hembras gestantes.</p>	VIRBAC	
RICOBEN X 500 ML.		GANADERÍA	ANTI PARÁSITARIO INTERNO	<p>Indicaciones: Solución inyectable compuesta por Sulfóxido de Albendazol 15 g, para el tratamiento y control de nemátodos gastrointestinales en bovinos.</p> <p>Dosis y Administración: Vía subcutánea Administrar 1 mL/2 Kg de peso</p> <p>Tiempo de Retiro: -La leche producida durante el tratamiento y 72 horas después de finalizado el mismo, no debe darse al consumo humano. -Los animales tratados, no deben sacrificarse para consumo humano hasta 28 días después de finalizado el tratamiento.</p> <p>En volúmenes mayores a 10 mL, dividir la dosis en 2 y aplicar en sitios diferentes.</p>	VIRBAC	
VACUNA BOVISAN TOTAL	20 y 50 dosis	GANADERÍA	BIOLÓGICO	<p>Indicaciones: Bovisart® Total. Vacuna para prevenir la Rinotraqueitis infecciosa bovina, diarrea viral bovina, Leptospirosis y Campylobacteriosis en bovinos.</p> <p>Dosis y Administración: Vía subcutánea Bovinos: 5 mL.</p> <p>En los animales que se administra por primera vez (primovacunación), aplicar la vacuna a los 3 meses de edad y revacunarlos 21 días después de la primera dosis. Posteriormente los animales se deben vacunar anualmente.</p> <p>Precauciones: Mantener refrigerando entre 2 y 8 °C. No congelar.</p>	VIRBAC	

Nota. En la figura 13 se presentan los 179 productos que hacen parte del portafolio de ganadería. *Fuente.* Autor

Figura 14

Mascotas

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	COMPOSICIÓN	DESCRIPCIÓN	MARKA	IMAGEN
B-FEX x 60 ML	Frasco x 60 ml	MASCOTAS	VITAMINAS Y SUPLEMENTOS	COMPOSICIÓN: Cefalexina inyectable (Equivalente a 47,5 mg de cefalexina base) 50 mg Indicaciones: En perros y gatos para el tratamiento de皮dermas superficiales e infecciones del tracto respiratorio y tracto urogenital causadas por: <i>Staphylococcus</i> sp. Dosis y modo de empleo: Suministrar vía oral. Perros y gatos: 15 - 30 mg de cefalexina/kg de peso, por vía oral cada 6-8 horas.		CARVAL MASCOTAS	
MELODIPET	Gotero x 10 ml	MASCOTAS	ANALGESICOANTINFLAMATORIO	COMPOSICIÓN: Tolometina..... 15 mg Indicaciones: En perros como analgésico y antiinflamatorio en trastornos músculo-esqueléticos agudos y crónicos; Reducción del dolor y la inflamación pre y post quirúrgicos; luego de cirugía ortopédica y de tejidos blandos. En gatos para el tratamiento del dolor post operatorio después de cirugía de tejidos blandos (fo ortopédicos). Dosis y modo de empleo: Se debe administrar por vía oral, directamente o mezclado con el alimento. Durante el primer día realizar una administración única de 0.2 Perros; Durante el resto de la práctica 2 gotas/kg de peso (1 ml por cada 7.5 kg de peso). Precauciones: No usar en animales en gestación o lactando. No administrar en perros mayores de 6 (seis) semanas de edad o en gatos menores de 2 (dos) kilogramos de peso.		CARVAL MASCOTAS	
VIEX C PUPPY ADVANCED X 1 DS + DILUENTE	Frasco x 1 ml	MASCOTAS	BIOLOGICO	COMPOSICIÓN: Cada ml (líquido) contiene:..... 100.0 IU de TCD50* Parvovirus canino..... 104.5 - 106.0 TCD50* Indicaciones: Para la inmunización activa contra Distemper canino y Parvovirus canino, en perros a partir de la sexta semana de edad. Dosis y modo de empleo: Preparar la vacuna con el diluyente. Administrar la vacuna en 1 dosis (1 mL). La vacunación puede ser realizada por primera vez a partir de la sexta semana de edad.		CARVAL MASCOTAS	
VIEX F3 + RABIA X 1 DS	Frasco x 1 ml	MASCOTAS	BIOLOGICO	COMPOSICIÓN: Parvovirus contagiosa felina, virus inactivado Calicivirus felino, virus inactivado Herpesvirus felino, virus inactivado Virus de la rabia inactivado. Indicaciones: Para la inmunización activa de los gatos contra Parvovirus canino, Calicivirus y el virus de la rabia. Precauciones: Llevar a cabo las desparasitaciones al menos 10 días antes de la vacunación. Vía de administración: subcutánea.		CARVAL MASCOTAS	
VIEX F3 X 1 DS	Frasco x 1 ml	MASCOTAS	BIOLOGICO	COMPOSICIÓN: Parvovirus contagiosa felina, virus inactivado Calicivirus felino, virus inactivado Herpesvirus felino, virus inactivado Indicaciones: Para la inmunización activa de los gatos contra Parvovirus canino, Calicivirus y Herpesvirus en gatos a partir de la octava semana de edad. Precauciones: Llevar a cabo las desparasitaciones al menos 10 días antes de la vacunación. Vía de administración: subcutánea.		CARVAL MASCOTAS	
VIEX PARVO X 1 DS + DILUENTE	Frasco x 1 ml	MASCOTAS	BIOLOGICO	COMPOSICIÓN: Parvovirus canino..... ml Indicaciones: Para la inmunización activa contra Parvovirus canino, en perros a partir de la sexta semana de edad. Precauciones: Llevar a cabo las desparasitaciones al menos 10 días antes de la vacunación. Los animales vacunados no deben ser sometidos a entrenamiento o ejercicio una semana después de la vacunación. Vía de administración: subcutánea.		CARVAL MASCOTAS	
VERDEMINT TAFFRO GR	Frasco x 50 y 300 gr	MASCOTAS	OTROS	COMPOSICIÓN: Neomicina. Antibiótico aminoglicosídico que inhibe de la síntesis de proteína mediante unión y bloqueo de la subunidad 30 s del ribosoma bacteriano. Indicaciones: Tratamiento de infecciones externas post-traumáticas o post-operatorias; eczemas y piодermas producidos por <i>Staphylococcus</i> sp., <i>Streptococcus</i> sp., <i>Corynebacterium</i> sp. y <i>Proteus</i> sp. Dosis y vía de Administración: Aplicar de 2 a 5 veces al día en cantidad suficiente para cubrir la herida, hasta el cierre y la completa cicatrización. La frecuencia y duración del tratamiento quedan a criterio del Médico Veterinario.		ERMA MASCOTAS	
ALAPIEL X 36 GR	Tubox 36 gr	MASCOTAS	OTROS	COMPOSICIÓN: Cada 100 g de ALAPIEL crema contiene: Bismutona (Vetereo) 0.5g Clotrimazol 1g Neomicina (Lifalco) 0.5g Vehículo c. s. p. 100g Indicaciones: Dermatitis causadas por gérmenes sensibles al Clotrimazol y a la Neomicina. Dosis y vía de administración: Aplicar sobre el área afectada una capa generosa de crema 2 a 3 veces al día, durante 8 días en caso de dermatitis bacterianas y durante 60 días en caso de infecciones por hongos, con el objetivo de lograr una completa recuperación y sin repetición de la enfermedad.		ERMA MASCOTAS	
JABON PIELDERMA X 100 GR	Caja X 100 g	MASCOTAS	ANTIPARASITARIO EXTERNO	Composición: Cada 100 g contiene: Permetrina (62.5G) 1g Indicaciones: En perros y gatos para el tratamiento contra parásitos externos. Modo de Empleo: Uso externo únicamente. Mojar el pelo y la piel del animal, frotar en todo el cuerpo hasta formar abundante espuma, masajear a corripelo y dejar actuar 5 minutos. Enjuagar con abundante agua.		ERMA MASCOTAS	
PULFENIDOS JERINGA	Jeringa x 1 mL, Jeringa x 3.2 mL	MASCOTAS	ANTIPARASITARIO EXTERNO	LULFUGLILUN Cada mL de PULFENIDOS contiene: Fipronil..... 100 mg Indicaciones: Control y tratamiento contra pulgas (<i>Ctenocephalides</i> sp.), garrapatas (<i>Rhipicephalus sanguineus</i> , <i>Ixodes ricinus</i> y <i>Dermacentor reticulatus</i>) y piojos (<i>Trichodectes</i> sp., <i>Cheleptes cynotis</i>). Dosis y vía de Administración: Uso externo. Aplicar sobre la piel, cuidadosamente de 0.8 a 1.5 mL por cada 10 Kg de peso. La jeringa de 1 mL alcanza para el tratamiento de un perro de 12 Kg. La jeringa de 3.2 mL alcanza para el tratamiento de un perro de 40 Kg de peso.		ERMA MASCOTAS	
STOPPAR JERINGA X 5 ML	Jeringa x 5 gr	MASCOTAS	ANTIPARASITARIO INTERNO	COMPOSICIÓN: Praziquantel..... 50 mg Pantotato de Pirantel..... 45 mg Ivermectina..... 30 mg Febantel..... 100 mg Indicaciones: Tratamiento antiparasitario interno de amplio espectro que actúa contra nematodos gastrointestinales, parásitos pulmonares, cestodos y microfilarias. Dosis y vía de Administración: Administrar por vía oral a razón de 1 mL por cada 5 Kg de peso vivo.		ERMA MASCOTAS	

Nota. En la figura 14 se presentan los 38 productos que hacen parte del portafolio de mascotas.

Fuente. Autor

Figura 15

Agrícola

DESCRIPCION	PRESENTACION	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	DESCRIPCION	MARCA	IMAGEN
SEMILLA BRACHIARIA HUMIDICOLA X KILO		AGRICOLA	SEMILLAS	Indicaciones: Su principal característica es la tolerancia a los suelos con inundación temporal (lo empapado); se adapta bien a suelos de baja fertilidad natural. -Origen: Zimbabue - África -Habito de crecimiento: Postrado -Altura de la planta: 41 cm promedio -Intensidad de perfilado basal: Media -Arquitectura de las hojas: Erecta Utilidades: -Ganado de cebs -Caballos -Ovejas/cabras	SAFRASUL	
SEMILLA BRACHIARIA DECUUMBENS X KILO		AGRICOLA	SEMILLAS	Indicaciones: Buena productividad de materia seca, incluso sobre pasto intensivo; Persistente en suelos de baja fertilidad natural y alta acidez; Buena cobertura de suelo y cumple con invasores. -Origen: Uganda - África -Habito de crecimiento: Semi-postrado -Altura de la planta: Baja de 43 cm -Intensidad de perfilado basal: Alta -Arquitectura de las hojas: Geniculado Utilidades: -Ganado de cebs y leche. -Herrificación -Silo	SAFRASUL	
SEMILLA BRACHIARIA RUZIZIENSIS X KILO		AGRICOLA	SEMILLAS	Mejor valor nutritivo en relación a las otras cultivares de Brachiaria; Excelente opción para el acúmulo de paja en caso de siembra con mínima labranza. Fácil para quemar con herbicida; rápida formación de pastoreo y utilización por animales en condiciones de fertilidad adecuada. -Origen: Ruanda y burundi - África -Habito de crecimiento: Macolla intermedio -Altura de la planta: 47 cm promedio -Intensidad de perfilado basal: Media -Arquitectura de las hojas: Arqueado Utilidades: -Ganado de cebs y leche. -Ovejas/cabras -Herrificación -Silo	SAFRASUL	
ATTAMIX X 500 GRS		AGRICOLA	INSECTICIDA	Indicaciones: Cebos hormiguicida al rayante en forma de pellet, controla la hormiga cortadora de hojas (armer). Su matriz atrayente garantiza una rápida recolección, transporte y distribución dentro del hormiguero. Dosis y Administración: Calcular 10 g de Cebos por cada m2. Aplique en pequeñas dosis sin interrumpir senderos ni aplicar directamente sobre el orificio del hormiguero. Precauciones: Ligeramente peligroso	AURICOFARMA	
FISURON X 1KG		AGRICOLA	HERBICIDA	Indicaciones: Herbicida sistémico del grupo de las Sulfonilureas que puede ser absorbido por el follaje o por las raíces de las plantas a través de una solución presente en el suelo. Se utiliza en tratamientos de postemergencia, y como herbicida residual para que sea absorbido desde el suelo. FISURON 60 WG es fundamentalmente un latifolida (control a malezas de hojas anchas) Dosis y Administración: -Al preparar la solución o mezcla, se debe usar un tensioactivo no iónico para que funcione correctamente por la vía de absorción foliar. -Se recomienda una dosis de 10 gramos de producto por hectárea. -Aplicar cuando las malezas se encuentran entre los estados de plántula hasta 30 cm (3, 4 o 4 hojas); es decir en activo crecimiento. -Su acción por vía radical depende de la dosis aplicada y de la cobertura vegetal del suelo, en el momento de la aplicación. -No se debe aplicar junto con insecticidas organofosforados, debido a que afectan la capacidad del cultivo para degradar el herbicida.	CARVAL	
SEMILLA BRACHIARIA BRIZANTHA MARANDU X KILO		AGRICOLA	SEMILLAS	Indicaciones: Sus principales características son resistencia a la saltehojas, alta producción de forrajes, persistencia, buena capacidad de rebrote, tolerancia al frío, la sequía y el fuego. Pleguere suelos bien drenados, de fertilidad media a alta y responde muy bien a la fertilización. -Origen: Zimbabue - África -Habito de crecimiento: Macolla erecta cespitosa -Altura de la planta: 53 cm promedio -Intensidad de perfilado basal: Media -Arquitectura de las hojas: Arqueado Utilidades: -Ganado de cebs y leche. -Herrificación -Silo	SAFRASUL	
SEMILLA PANICUM MAXIMUM MOMBASA X KILO		AGRICOLA	SEMILLAS	Indicaciones: Alta productividad; alta calidad; sanidad animal y alta productividad animal. -Origen: Tanzania - África -Habito de crecimiento: Macolla erecta cespitosa -Altura de la planta: 125 a 165 m promedio -Intensidad de perfilado basal: Mediobajo -Arquitectura de las hojas: Geniculado Utilidades: -Ganado de cebs y leche. -Ovejas/cabras -Caballos -Ensilaje	SAFRASUL	

Nota. En la figura 15 se presentan los 7 productos que hacen parte del portafolio agrícola.

Fuente. Autor







Figura 16
Cerca Eléctrica

DESCRIPCION	PRESENTACION	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	DESCRIPCION	MARCA	IMAGEN
ENERGIZADOR B6000 X 150 KM		CERCA ELÉCTRICA	IMPULSOR ELÉCTRICO	Indicaciones: Energizador de alta potencia: -Alcance: 150 Km -Cobertura: 20 hectáreas -Alimentación: 110V -Voltaje de Salida: 10.000V -Pulsos por minuto: 55 -Incluye Doble pulso integrado - DFI®: aumento en la potencia de salida y alcance, debido a la generación de dos pulsos continuos que incrementan el voltaje de descarga. -Indicadores luminosos. -Diseño de bajo mantenimiento.	BALKRAN	
AISLADOR MANGUERA LISA ROLLO X 50 MT		CERCA ELÉCTRICA	ACCESORIOS CERCA ELECTRICA	Indicaciones: Aislador de paso para alambre: -Material Polietileno de media densidad -Materia 100% original -Filtro UV que protege de los rayos solares -Alta resistencia a la intemperie	SUPER FOX	
AISLADOR OVALADO ORIGINAL AMARILLO		CERCA ELÉCTRICA	ACCESORIOS CERCA ELECTRICA	Indicaciones: Se usa para comenzar y terminar una hilada de cerca eléctrica: -Materia 100% original -Filtro UV que protege de los rayos solares -Alta resistencia a la intemperie	SUPER FOX	
AISLADOR PUNTILLA		CERCA ELÉCTRICA	ACCESORIOS CERCA ELECTRICA	Indicaciones: Aislador de paso para alambre o cordón: -Material Polietileno -Materia 100% original -Filtro UV que protege de los rayos solares -Alta resistencia a la intemperie	SUPER FOX	
CUCHILLA DOBLE TIRO		CERCA ELÉCTRICA	ACCESORIOS CERCA ELECTRICA	Indicaciones: Indispensable para hacer la conexión entre, impulsor, tierra y cerca. -Material Policarbonato, Lamina Cold roll, Tiradera polietileno alta -Protector en caso de tormentas eléctricas -Filtro UV que protege de los rayos solares -Alta resistencia a la intemperie	SUPER FOX	
DESVIADOR DE RAYOS		CERCA ELÉCTRICA	ACCESORIOS CERCA ELECTRICA	Indicaciones: Protector contra descargas eléctricas que lleva el rayo a tierra: -Esencial en la instalación del impulsor como parte del equipo básico -Material Platinas Cold Roll, Chispero alto impacto, Tornillos y tuercas -Filtro UV que protege de los rayos solares -Alta resistencia a la intemperie	SUPER FOX	
KIT PORTILLO	3 y 5 mt	CERCA ELÉCTRICA	ACCESORIOS CERCA ELECTRICA	Indicaciones: Elementos necesarios para hacer un portillo: -Resorte interno galvanizado caliente -Mangueta en polietileno de alta 100% original -Filtro UV que protege de los rayos solares -Alta resistencia a la intemperie -Contiene 2 manguetas portillo, 2 resortes de 3 ó 5 mt, 4 recibidores de mangueta, tornillos.	SUPER FOX	
TENSOR PEQUEÑO MAX 500 X UNIDAD		CERCA ELÉCTRICA	ACCESORIOS CERCA ELECTRICA	Indicaciones: Se usa para tensionar una hilada de alambre: -Tensión Para 500 y 1000 metros -Galvanizado en caliente tiene alta resistencia a la intemperie -Material Lamina Cold roll, Trinquete en aluminio, Pesador en acero	SUPER FOX	
VARILLA COPPERWELD CON CONECTOR		CERCA ELÉCTRICA	ACCESORIOS CERCA ELECTRICA	Indicaciones: Sistema a tierra para mejorar la descarga y proteger el equipo: -Incluye abrazadera -Alma de acero 10 - 30 A 30 - 20 -Recubrimiento electro-lítico de cobre 99.9 de pureza -Grosor de capa de cobre 50 micras -Longitud de 100 cm. -Después de instalada la varilla su duración en buenas condiciones es de 5 años aproximadamente, es relativo dependiendo las características del suelo.	SUPER FOX	
VOLTIMETRO DE LUCES		CERCA ELÉCTRICA	ACCESORIOS CERCA ELECTRICA	Indicaciones: Medidor de voltaje con escalas de luces indispensable para medir el estado de la cerca. -Material Componentes electrónicos, Cubierta plástica polietileno, Puntas y láminas en acero inoxidable -Indispensable para medir, evaluar y detectar fugas a lo largo de la cerca eléctrica.	SUPER FOX	

Nota. En la figura 16 se presentan los 14 productos que hacen parte del portafolio de cerca eléctrica. *Fuente.* Autor

Figura 17
Herramientas y Equipos

DESCRIPCIÓN	PRESENTACIÓN	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	MARCA	IMAGEN
BALDE LECHEIRO/MUSA 11LITROS EN ALUMINIO		HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		Indicaciones: Balde Lechero MUSA De Aluminio con Aro de soporte, manija de acero, o capacidad de 11 Litros, resistente a impactos. Es un producto fabricado con material que no representan ningún riesgo para la salud y son aptos para contacto con alimentos.	MUSA	
CANTINA TAPA CAUCHO 40 LTS		HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		Indicaciones: Cantina con capacidad de 40 litros, elaborada en una sola pieza con: -Base de aluminio fundido, que da estabilidad y evita deformaciones. -Asas ergonómicas, fuertes y ultraresistentes para mayor seguridad y facilitar su transporte. -Paredes y base extra gruesa, para mayor resistencia y durabilidad en el trabajo pesado.	MUSA	
ARETE BOVINO LHAURA		HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		Indicaciones: Dispositivo plástico útil en la identificación de vacunos y otras especies similares. Atributos: -Consta de una sola pieza que evita rasgaduras en el orificio del pin. -El diseño del pin previene el ajuste excesivo en la oreja del animal evitando infecciones y rasgaduras. -Posee filtro UV que garantiza la duración de la marcación y del color del arete y maximiza su vida útil. -Su superficie permite la marcación con láser o con lápiz de tinta permanente. Recomendaciones de uso: Aplicar el arete únicamente con la Pinza TIFlex Lhaura.	LHAURA	
INSUFLADORA 15 KILOS		HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		Indicaciones: La bomba insufladora es una máquina para el insuflado de polvos insecticidas, de accionamiento manual. Es una opción eficaz y segura para la aplicación de hormigas en polvo. Atributos: -Cuenta con una cámara plástica que la hace duradera y resistente. -Posee una chupa auto lubricada que no permite taponamientos y nos da una mayor presión de salida. -Posee dos soportes donde el operador de ella puede apoyarse facilitando la aplicación. -Cuenta con una manguera que no se torsiona. Recomendaciones de Uso: -Lavar con agua y desinfectantes suave regularmente. -Lubricar la junta de compresión frecuentemente.	LHAURA	
JERINGA LHAURA FLEX	10, 20 y 50 ml	HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		Indicaciones: Jeringa de uso veterinario, reutilizable con un equilibrio perfecto y diseño ergonómico que le permite aplicar de forma segura dosis precisas a los animales. Ofrece facilidad de uso y confort al usuario, es de calidad superior y larga duración. Su material es resistente a los diferentes medicamentos aplicados. Recomendaciones de Uso: -Después de cada uso limpie bien su jeringa y lubriquéla con TENSILATO. Cambie los empaques con regularidad para garantizar el buen sello del equipo.	LHAURA	
JERINGA PISTOLA METAL-FLEX X 50 CC		HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		Indicaciones: Esta jeringa tipo pistola es de uso veterinario. No se recomienda su uso para dosificar herbicidas, fungicidas y solventes industriales que contengan compuestos clorados concentrados. Es recomendada para vacunaciones masivas. Su material es resistente a los diferentes medicamentos. Atributos: -Su diseño ergonómico permite vacunaciones masivas. -El sistema de sello Luer lock impide que se presenten desperdicios. -La escala dosificadora que va en el cilindro es en alto relieve, no tiene stiker ni tina que puedan contaminar el medicamento a aplicarse. Recomendaciones de Uso: -Después de cada uso limpie bien su jeringa y lubriquéla con TENSILATO. Cambie los empaques con regularidad para garantizar el buen sello del equipo.	LHAURA	

BALDE CAMPERO X 12 LITROS LHAURA		HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		<p>Indicaciones: Ideal para todo tipo de usos agroindustriales.</p> <p>Atributos: -Polietileno de alta densidad -Cuenta con un sistema de dosificación ideal para realizar mezclas de diferentes soluciones. -Capacidad de 12 litros.</p> <p>Recomendaciones de Uso: Lavar con agua y desinfectante.</p>	LHAURA	
FILTRO PARA LECHE LHAURA		HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		<p>Indicaciones: Permite eliminar de forma segura partículas contenidas en el líquido para mejorar su calidad e higiene.</p> <p>Atributos: -Aumenta la calidad de la leche. -Reduce la contaminación del líquido. -Contiene 3 mallas para una filtración óptima. -Práctico de utilizar. -Posee anillos para ajustarse a todo tipo de cantina. -Tiene pestaña en el recipiente para una mejor sujeción.</p> <p>Recomendaciones de Uso: Lavar el filtro después de cada trabajo.</p>	LHAURA	
FUMIGADORA MULLITA X 20 LT		HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		<p>Indicaciones: La fumigadora de espalda con capacidad de 20 litros, ha sido fabricada con los mejores materiales disponibles en el mercado para la aplicación de sustancias químicas en el control de plagas. Posee un tanque liviano resistente y con diseño ergonómico. En la boca de llenado va una taza filtro fina de llenado rápido. La tapa esta provista de una válvula de aire que impide la salida de líquido y un sistema de agarre para el transporte de la fumigadora. El sistema de accionamiento de la palanca es cómodo y suave, permitiendo un mayor aprovechamiento de la fuerza aplicada sobre la misma.</p> <p>Atributos: -Cámara Interna -Dosificación graduada. -Diseño ergonómico que se adapta fácilmente a la espalda del usuario. -Tanque liviano y totalmente compacto para un desempeño más eficiente. -Contestura plástica altamente resistente a los productos químicos e impactos.</p> <p>Recomendaciones de Uso: -La fumigadora a solo debe utilizarse en la aplicación de fungicidas, herbicidas e insecticidas o abonos foliares. -Muy importante lubricar la ranura del retenedor con grasa, dejándola completamente cubierta para su buen funcionamiento</p>	LHAURA	
LAZO GANADERO MATIZADO N°12	15,20 y 25 mt	HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		<p>Indicaciones: La soga matiz se caracteriza por su gran resistencia a la rotura y suavidad al tacto. Especialmente diseñada para el manejo de animales, pues su fina textura previene el maltrato. Fibra: Polipropileno</p>	LHAURA	
LAZO GANADERO NYLON N°10	15,20,25 y 30 mt	HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		<p>Indicaciones: La soga Nylon tiene una extraordinaria resistencia al roce, a la rotura, humedad y al deterioro por hongos y bacterias. Es perfecta por su suavidad y larga vida útil, además de su notable resistencia. Fibra: nylon</p>	LHAURA	
PINZA TATUADORA 4 DIGITOS X 3/8		HERRAMIENTAS Y EQUIPOS		<p>Indicaciones: Instrumento para tatuar Ovinos, Caprinos, Bovinos y Porcinos en la oreja. -Fabricada en aleación de aluminio -Digitos intercambiables -Para usar con tinta negra o verde para tatuar -Contiene pinza + Digitos del 0 al 9 -De fácil manipulación.</p>	LHAURA	

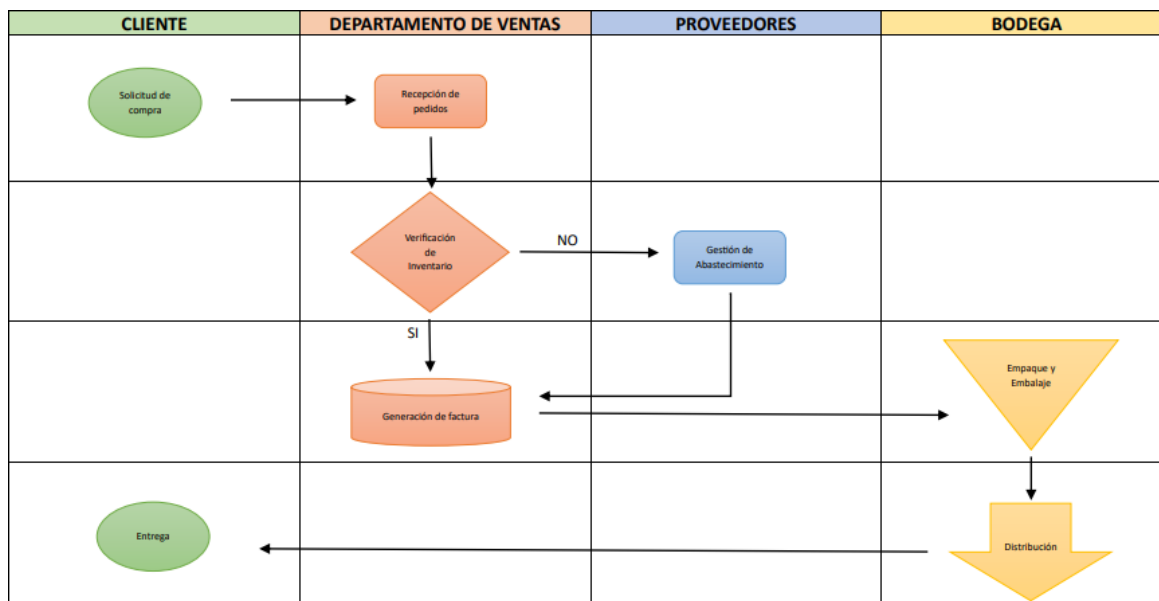
Nota. En la figura 17 se presentan los 12 productos que hacen parte del portafolio de herramientas y equipos. *Fuente.* Autor

Diseño del Modelo Logístico

El diseño del modelo logístico se presenta a través de un flujograma, como se evidencia en la figura 18.

Figura 18

Flujograma del Proceso Logístico



Nota. En la figura 18 se presenta el diseño del modelo logístico a través de un flujograma.

Fuente: Autor

El flujograma se encuentra clasificado en 4 aspectos importantes: clientes, departamento de ventas, proveedores y bodega. A continuación, se explicará cada aspecto:

En primera medida el cliente ingresa a la tienda virtual con una posible intención de compra o solicitud de servicio donde será necesario el chatbot para que el departamento de ventas interactúe con el cliente y realice la recepción del pedido.

El departamento de ventas es el equipo encargado de realizar las asesorías con respecto a productos, servicios, envíos, formas de pago y además de mantener los inventarios en los niveles

de stock necesarios para administrar eficientemente el sistema Justo a Tiempo. El equipo de ventas ante lo solicitado por el cliente verificará los saldos de inventario para proceder con la facturación, de lo contrario procederán a realizar la gestión de abastecimiento.

El proveedor como aliado comercial es quien proporciona el abastecimiento de productos agroveterinarios garantizando calidad y precios competitivos.

La bodega es el lugar de almacenamiento, empaque y embalaje de productos, donde se implementa el método de colocación FIFO (primero en entrar, primero en salir) para lograr una dinámica eficiente en la gestión operativa. La bodega es quien dará inicio a la gestión de envíos realizando notificación previa antes de proceder con la distribución que será de modelo centralizado ya que permite la entrega directa al cliente.

Implementación del Chatbot

Al identificar la evolución de los procesos logísticos se pudo constatar la fundamentalidad que en ellos posee el software Chatbot, puesto que le genera a la gestión empresarial un valor agregado que se encuentra íntimamente relacionado con el comercio electrónico, también conocido como E-Commerce. Y es que, mediante este importante software es posible una optimización del tiempo y esfuerzo que se requiere para gestionar pedidos, envíos, solicitar servicios técnicos, exponer quejas, reclamos, garantías y devoluciones, entre otras demandas. Es decir que, al incorporar el Chatbot en el comercio electrónico de una empresa, se le ahorra una gran cantidad del tiempo de espera a los clientes y/o consumidores, y se les agiliza las tareas a los colaboradores. Esto, gracias a que el Chatbot hace posible una interacción en tiempo real con el usuario realmente cercana, así ayudando a las empresas a construir mejores relaciones con sus clientes, a identificar oportunidades de negocio y fortalecer la lealtad de su marca.

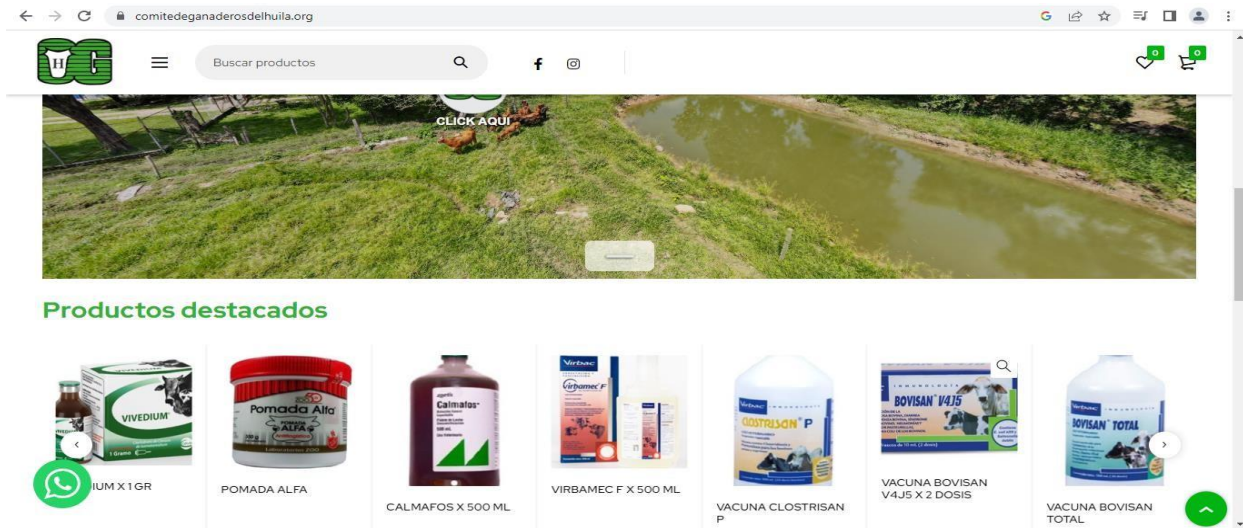
De hecho, una de las ventajas que tiene el Chatbot es que es un elemento híbrido, mediante el cual las personas cuentan de forma inmediata con la respuesta de preguntas frecuentes, pero también es un medio a través del cual hay una comunicación personal, en donde el cliente solicita un servicio u orientación, y el técnico encargado resuelve su petición de la forma más cordial posible. Esta es una de las razones por las que en el marco del presente proyecto se ha seleccionado el Chatbot como apoyo para el comercio electrónico de la empresa en estudio, puesto que permite una atención personalizada desde la distancia, al punto de que los usuarios se sienten satisfechos, porque además de que sus dudas y peticiones son solucionadas, no tienen la necesidad de salir de la comodidad de sus casas, ni siquiera para hacer una compra o para ser asesorados.

Otra de las razones que llevaron a su implementación se encuentra relacionada con el hecho de que, por sus incontables beneficios, un número significativo de empresas pertenecientes a los diferentes sectores de la economía están implementando en su comercio electrónico el Chatbot, con la intencionalidad de mejorar la experiencia de sus usuarios y así fidelizar a sus clientes. De acuerdo con Chatbot Business Framework (como se citó en De Jongh Computing System, 2022), la mitad de los consumidores ya utilizan el Chatbot, 8 de cada 10 empresas aseguran su importancia y un poco más de 6 de 10 empresas manifiestan la intención de implementar este destacado y efectivo software en su comercio electrónico.

Así pues, en la página web del Comité de Ganaderos del Huila se integró el software como valor agregado, con el propósito de interactuar con los usuarios donde se espera que en lo posible cada área cuente con un número de contacto para ser atendido por el profesional de acuerdo a sus necesidades.

Figura 19

Chatbot



Nota. En la figura 19 se evidencia la implementación del chatbot en la página web de la empresa.

Fuente. Autor

Conclusiones

La realización del presente proyecto generó un importante aporte a nivel corporativo, así como profesional. Primero, porque permitió identificar el modelo logístico de comercio electrónico más apropiado para el Comité de Ganaderos del Huila, corporativo que fue escenario de esta intervención; con ello posibilitando la selección de un sistema de gestión logística que ha aportado enormes beneficios al desempeño de la empresa. Donde se integró la gestión de pedidos, la gestión de envíos, la gestión de almacenamiento, la gestión de distribución y entrega.

Además, el trabajo realizado permitió la creación de una base de datos que almacena el amplio conjunto de productos que están a disposición de los consumidores, lo cual contienen su respectiva descripción, presentación, categoría, subcategoría e información complementaria, facilitando el proceso de integración y registro en la página web.

Y finalmente, fue posible hacer realidad el anhelo que se tenía de lograr una mejor y más cercana interacción con el cliente; y ello se hizo a través de la implementación del Chatbot, que, si bien ha generado una importante evolución en los procesos de ventas de la empresa, en ese sentido es que se requiere que todas las dudas y necesidades de los clientes puedan ser resueltas por los profesionales de cada área, desde un mismo lugar: el chatbot.

Bibliografía

- Ahoy, C. (2010). Administración de operaciones con enfoque en el cliente: cómo alinear los procesos de negocios y las herramientas de calidad para alcanzar la efectividad operativa. McGraw-Hill Interamericana, (pág. 214-233).
- Angel Maldonado, J. (2012). Gestión de procesos (o gestión por procesos). B - EUMED. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/51718?page=2>
- Angelica Rettberg-Jul 2020, “Violencia en América Latina hoy. (s.f.).
- Asamblea General en su resolución 217 A (III). (s.f.).
- Barrera Siabato, A. I. (2020). Las visitas empresariales como oportunidad de fortalecimiento al perfil del ingeniero industrial. *Ingenio Magno*, 10(1), 131-151.
- Bataller, A. (2016). La gestión de proyectos. Editorial UOC: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/57720?page=1>
- CIDOB Barcelona centre for international affairs. (s.f.).
- Contreras, M. H. (19, junio, 2003). El conflicto armado en Colombia, pp. 119-125. <https://www.redalyc.org/pdf/851/85101907.pdf>
- Contreras, Miguel Humberto Jaime, pp. 119-125. (s.f.).
- De Jongh Computing System. (13 de septiembre de 2022). DJCS: djcs.com.ve/blog/2209-tendencias-el-futuro-de-los-chatbots
- Freund, C. (5 de noviembre de 2020). Banco Mundial Blogs: <https://blogs.worldbank.org/es/voces/las-empresas-luchan-por-mantenerse-flote-despues-de-perder-la-mitad-de-las-ventas>
- García Vidal, J. M., & Solé, M. L. (24 de julio de 2012). Building Talent. <https://www.il3.ub.edu/blog/impacto-de-las-nuevas-tecnologias-en-el-comportamiento-de-los-consumidores/>
- La Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). 6° Informe Especial Covid-10. CEPAL.
- La República. (24 de febrero de 2021): <https://www.larepublica.co/economia/en-medio-de-la-pandemia-por-covid-19-cerraron-509-370-micronegocios-en-colombia-3130382>

- Lozano Torres, B. V., Toro Espinoza, M. F., & Calderón Argoti, D. J. (2021). El marketing digital: herramientas y tendencias actuales. *Dom. Cien.*, ISSN: 2477-8818 Vol. 7, núm. 6, Octubre-diciembre 2021, pp. 907-921.
- López Rodríguez, A. (2015-02-26). Delitos contra la industria de los hidrocarburos en el estado social y democrático de derecho:
<https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/9267>
- López Rodríguez, Alfonso. (s.f.).
- Marcelino, A. M. (2015). Administración de la calidad: nuevas perspectivas.
- Mojica Noreña, M. (2, julio-diciembre, 2011). LAS FARC-EP, ¿DEGRADACION DE LA LUCHA?, pp. 297-319:
<https://www.redalyc.org/pdf/4077/407748991003.pdf>
- Mojica Noreña, Michelle, pp. 297-319. (s.f.).
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2019). Panorama del comercio electrónico. Políticas, tendencias y modelos de negocio.
- Principios voluntarios sobre seguridad y derechos humanos. (s.f.).
- Redacción BBC Mundo/2016, “Seis Países de Latinoamérica dentro de los 13 con mayor índice de Criminalidad”. (s.f.).
- Ruiz Larraguivel, E. (2004). Ingenieros en la industria manufacturera: formación, profesión y actividad laboral. Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Scerpella Cevallos, C. A. (2013-07-02). Empresa y derechos humanos: la iniciativa de los principios voluntarios de seguridad y los derechos humanos:
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/4632>
- Scerpella Cevallos, Carlos A. (s.f.).
- Wadhwa, D., & Blake, P. (14 de diciembre de 2020). World Bank:
<https://blogs.worldbank.org/team/paul-blake>