



Conferencista



Juan Alejandro Gutiérrez

**IA en los modelos de negociación:
revolucionando la comercialización de
la carne de cerdo colombiana**

Experto en estrategias de mercadeo, pricing y ventas en sectores altamente competitivos.

Enfocado en generar valor a través de soluciones comerciales orientadas a resultados.

Amplia trayectoria en consultoría y planeación estratégica de mercado.





**INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS
MODELOS DE NEGOCIACIÓN:
REVOLUCIONANDO LA CARNE DE
CERDO**

Juan Alejandro Gutierrez Hurtado

DBA(C) – MBA – MKT SP. – MKT PROF.

Año	Producción (Toneladas)	Consumo per Cápita (kg/hab/año)	Ventas (Millones USD / Participación en el mercado)	Notas y Tendencias
2018	~410.000 - 440.000	10.0 - 10.3	Crecimiento sostenido de las ventas.	Se consolida el crecimiento en la producción porcina. Aumento en el beneficio de cabezas.
2019	~448.000 - 450.000	11.1	Antioquia lidera la producción y el beneficio.	Continuación de la tendencia alcista en producción y consumo.
2020	~468.000 - 468.429	10.8	A pesar de la pandemia, se registra crecimiento en ventas y consumo.	La producción nacional cubre un alto porcentaje del consumo local (87%).
2021	~500.000 - 520.000	12.2	La demanda interna sigue siendo fuerte.	Recuperación y aceleración del crecimiento post-pandemia.
2022	~540.000 - 550.000	13.0	Mayor tecnificación en el sector impulsa la eficiencia.	La carne de cerdo gana más terreno en la preferencia del consumidor.
2023	~564.000 - 564.780	13.4 - 13.5	Crecimiento del 24.18% en producción entre 2019 y 2023.	Consumo per cápita ha triplicado en los últimos 16 años (respecto a 2008).
2024	~608.752	14.7 - 21.8 (proyecciones variables)	Incremento del 7.8% en producción respecto a 2023. Importaciones crecen.	Récord histórico en producción. Proyecciones de consumo varían, pero todas indican crecimiento. Aumento de importaciones, especialmente de EE.UU.

Fuentes de datos: Las cifras presentadas son compiladas de informes y comunicados de prensa de Porkcolombia, Fedegán, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, BBVA Research y otros análisis del sector. Las proyecciones para 2024, especialmente en el consumo per cápita, pueden variar entre fuentes debido a diferentes metodologías de cálculo y momentos de la estimación.

¿HA SIDO FACIL CUMPLIR CON LAS METAS DEL VENTAS DEL 2025?



INCERTIDUMBRE PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2025

OBJETIVOS ORGANIZACIONALES



COMPETITIVIDAD



FACTORES DE COMPETITIVIDAD



PRODUCTOS

- CORTES DIFERENCIADOS: PORCIONADOS –MARINADOS – PRECOCIDOS ETC
- DESARROLLOS SALUDABLES: BAJOS EN SODIO – SIN ANTIBIOTICOS – LIBRES DE HORMONAS – CON CERTIFICACIONES ORGANICAS
- DERIVADOS: SNACKS PROTEICOS – JAMONES – CHORIZOS ETC
- EMPAQUES: AL VACIO – RECICLABLES – BIODEGRADABLES – CON ETIQUETAS INTELIGENTES (CAMBIAN DE COLOR SEGÚN LA FRESCURA) – CONSERVACION CRIOGENICA – ATMOSFERAS MODIFICADAS

FACTORES DE COMPETITIVIDAD



PROCESOS

- AUTOMATIZACION DEL PROCESAMIENTO: INOCUIDAD – EFICIENCIA
- TRAZABILIDAD DIGITAL **BLOCKCHAIN** EN TODA LA CADENA DE VALOR DESDE LA GRANJA HASTA EL CONSUMIDOR FINAL
- BIENESTAR ANIMAL: CERTIFICACIONES DE MANEJO ETICO
- ECONOMIA CIRCULAR: APROVECHAR LOS SUBGRUPOS (GRASA – PIEL – HUESO)

FACTORES DE COMPETITIVIDAD



MODELOS DE NEGOCIO

- CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: VENTAS ONLINE – SUSCRIPCIONES A PRODUCTOS PREMIUM – MARKETPLACE
- ALIANZAS ESTRATEGICAS: CADENAS DE RESTAURANTES – CHEFS – PROGRAMAS DE TV – PLATAFORMAS
- SEGMENTACIÓN: LINEAS GOURMET – PARA DEPORTISTAS – NIÑOS – ADULTOS MAYORES
- VISUAL MERCHANDISING
- DEGUSTACIONES EXPERIENCIALES

FACTORES DE COMPETITIVIDAD



SOSTENIBILIDAD

- HUELLA DE CARBONO: REDUCIRLAS EN TODA LA CADENA PRODUCTIVA
- USO RESPONSABLE DEL AGUA: REUTILIZACIÓN – TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES
- RESPONSABILIDAD SOCIAL: PROGRAMAS CON COMUNIDADES – PRODUCTOS ACCESIBLES A ESTRATOS BAJOS

FACTORES DE COMPETITIVIDAD



FACTORES DE COMPETITIVIDAD



MODELO DE NEGOCIACIÓN



MODELO DE NEGOCIACIACIÓN 3D

CONSULTIVO

Se fundamenta en indagar de manera inteligente, en todas las etapas de la negociación, para obtener información que permita generar procesos de negociación de valor, con los diferentes Stakeholders de **LA ORGANIZACIÓN**

RELACIONAL

Construir relaciones a largo plazo, a partir de la generación de la confianza y apoyada en los valores personales y los valores de **LA ORGANIZACIÓN**

EXPERIENCIAL

El compromiso en la cultura organizacional se orienta a lograr que generemos ambientes adecuados en los cuales se vivan experiencias únicas y positivas, que logren incrementar el sentido de pertenencia y de responsabilidad de todos los Stakeholders con **LA ORGANIZACIÓN**

MODELO DE NEGOCIACIÓN BASADA EN LA OFERTA DE VALOR



**SOLOS SOMOS UNA
GOTA. JUNTOS
SOMOS UN OCEANO**

RYUNOSUKE SATORO



IA para desarrollar negociaciones mas productivas



En los procesos de negociación de carne de cerdo, la IA puede aportar beneficios significativos al mejorar la transparencia, la eficiencia y la toma de decisiones.

Veamos algunos beneficios estratégicos

Simulación de Escenarios y Estrategias de Negociación:

La IA nos permitirá desarrollar modelos de simulación, que permitan revisar diferentes escenarios de negociación (por ejemplo, cambios en el precio de los piensos, aranceles, brotes de enfermedades) y evaluar el impacto de distintas estrategias de negociación antes de sentarse a la mesa.

Los negociadores pueden entrenarse y optimizar sus tácticas, anticipar las respuestas de la contraparte y desarrollar planes de contingencia. Esto conduce a negociaciones más preparadas, eficientes y con mayores probabilidades de éxito, permitiendo un enfoque estratégico en lugar de reactivo.

Herramientas de IA que deberías conocer y utilizar en procesos de negociación:

LinkedIn®

Gracias

