



PLAN DE NEGOCIO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA TRABAJO DE GRADO

TITULO DE LA PROPUESTA:

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLO SEMICRIOLLO EN PIE EN LOS MUNICIPIOS DE MOLAGAVITA Y MALAGA SANTANDER.

**CLAUDIA MILENA MAYORGA RAMIREZ
C.C 1101520759 DE MOLAGAVITA**

ASESORES

LUDY AMIRA FLOREZ MONTAÑEZ
UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

JOSE HUMBERTO BELTRAN S.
CENTRO AGROEMPRESARIAL Y TURISTICO DE LOS ANDES SENA- MALAGA

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
2018



Tabla de contenido

1. PROPUESTA DE ESTRUCTURA PLAN DE NEGOCIO FONDO EMPRENDER Orientación para la formulación.....	2
1.1 ¿QUIÉN ES EL PROTAGONISTA?.....	2
1.1.1 Describa el perfil de su cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección: ..	2
1.1.2 ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes/ consumidores?.....	11
1.2 ¿EXISTE OPORTUNIDAD EN EL MERCADO?	13
1.2.1 ¿Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio?.....	13
1.2.2 Realice un análisis de la competencia, alrededor de los criterios más relevantes para su negocio: 16	
1.3 ¿CUAL ES MI SOLUCION?	23
1.3.1 Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta 2.	23
1.3.2 ¿Cómo validó la aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)?	24
1.3.2 Describa el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha de su proyecto, en los aspectos: técnico - productivo, comercial y legal.....	30
1.3.4 Elabore la ficha técnica para cada uno de los productos (bienes o servicios) que componen su portafolio:	32
1.4 ¿CÓMO DESARROLLO MI SOLUCIÓN?	33
1.4.1 ¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su Proyecto?	33
1.4.2 Describa las condiciones comerciales que aplican para el portafolio de sus productos: .	34
1.4.3 Realice la proyección de cantidades y precios de venta.....	36
1.4.4 Describa las condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio.....	59
1.4.5 Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos.	72
1.4.5.1 ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI/ NO, justificación).....	72
1.4.5.2 Identifique los requerimientos de inversión:.....	72
1.4.5.3 Detalle las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios.....	75



1.4.5.4 ¿Para la adquisición de algún activo, se tiene contemplado realizar importación? (SI/ NO, justificación).....	77
1.4.5.4.1 Detalle los activos, países proveedores y tiempos estimados:.....	77
1.4.6 ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?	78
1.4.7 ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa?	80
1.4.8 Equipo de trabajo.....	80
1.4.8.1 ¿Cuál es el perfil del emprendedor, el rol que tendría dentro de la empresa y su dedicación?	80
1.4.8.2 ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación?	80
1.5 ¿CUÁL ES EL FUTURO DE MI NEGOCIO?.....	86
1.5.1 ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas, y cuál es su presupuesto?	86
1.5.2 ¿Cual es el periodo de arranque del Proyecto (meses)?	89
1.5.3 ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?	89
1.5.4 Proyección de ingresos	89
1.5.5 Proyección de costos.....	89
1.5.6 Proyección de gastos.	89
1.5.7 Inversiones.....	90
1.5.8 Capital de trabajo.....	90
1.6 ¿QUÉ RIESGOS ENFRENTO?	90
1.6.1 Riesgos	90
1.7 RESUMEN EJECUTIVO	92



LISTA DE TABLAS

Table 1: Analisis de los competidores.....	17
Table 2: Analisis competencia productos sustitutos.....	18
Table 3: Estrategias DOFA.....	22
Table 4: MATRIZ FODA.....	22
Table 5: Componente innovador.....	24
Table 6: Avance logrado para puesta en marcha.....	31
Table 7: Ficha tecnica del producto.....	33
Table 8: Condiciones comerciales para el cliente.....	35
Table 9: Condiciones comerciales para el consumidor.....	36
Table 10: Proyeccion de cantidades y precios de venta.....	36
Table 11: Requerimientos de inversion.....	74
Table 12: Costos de producción.....	75
Table 13: Insumos y medicamentos.....	75
Table 14: Proceso de producción en operario.....	78
Table 15: Tipo de contratación.....	84
Table 16: Estrategias de promoción.....	86
Table 17: Estrategias de comunicación.....	87
Table 18: Estrategias de distribución.....	88
Table 19: Proyección de ingresos.....	89
Table 20: Proyeccion de costos.....	89
Table 21: Proyección de gastos operacionales.....	89
Table 22: Proyeccion de inversiones.....	90
Table 23: Capital de trabajo.....	90
Table 24: Riesgos.....	91



LISTA DE FIGURAS.

Figure 1: Constitución empresa.....	37
Figure 2: Diseño plano galpon.	76
Figure 3: Diagrama flujo de procesos.	79



INTRODUCCIÓN

Así como las oportunidades no pasan es como nació la idea de formular el plan de negocio de la avícola AVESGAR dedicada a la producción y comercialización de pollo semicriollo en pie.

Mediante la recopilación de información que integra las fases de quien es el protagonista, existe oportunidad en el Mercado, cual es mi solución, como desarrollo mi solución, cual es el futuro de mi negocio y que riesgos enfrento es como valoro lo que deseo emprender así como mediante el Estudio de Mercado se interpreta la aceptación del producto, como también las características del Consumidor, y las Estrategias de Comercialización que mantiene nuestra competencia, como aspectos relevantes para la implementación de una buena producción y comercialización de carne de pollo en pie.

El plan de negocio se desea ejecutar a nivel de los municipios de Molagavita y Málaga manteniendo las instalaciones de la avícola en la vereda Jaimes del municipio de Molagavita Santander.

Permitiendo satisfacer a las empresas dedicadas al sacrificio y comercialización de pollo en canal a nivel de Málaga y Molagavita destacando su calidad y modalidad de crianza característico por ser semicriollo además de generar empleo mediante el desarrollo de la actividad económica. Se proyecta su ejecución a partir del 2019 destacando la adecuación de la infraestructura logística de la producción y la comercialización, determinando el tamaño del Plan de Negocio, localización y Aspectos Organizacionales.

Se desea emprender mediante el aprendizaje adquirido en la Universidad, en cada etapa formativa, experiencia real en el sector agropecuario y empresarial motivada a la puesta en marcha de este plan de negocio con el fin de presentar alternativas de desarrollo para la región y la economía de Molagavita y Málaga, además de ser un generador de excedentes económicos para los inversionistas.



RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio analiza la viabilidad del proyecto empresarial de AVESGAR.

Una empresa dedicada a la producción y comercialización de pollo semicriollo en pie en los municipios de Molagavita y Málaga Santander; presentando una caracterización en la modalidad de crianza en las aves ya que será semiestabulada permitiéndoles permanecer en campo abierto y alimentarse de forrajes y así mejorar su rendimiento y calidad de la carne.

El proyecto surge de la experiencia personal y profesional de los promotores en el sector agropecuario y empresarial combinadas con la oportunidad de negocio.

Queremos satisfacer en un 20% la demanda del mercado de nuestros clientes en las presentaciones del pollo semicriollo en pie a nivel de la población de Molagavita y Málaga logrando ser competitivos y pioneros en la producción de pollo saludable en la provincia de García Rovira.

Nuestros clientes necesitan producción de pollo en pie que les permitan suplir sus mercados a nivel de la provincia granatizando su aceptabilidad, reconocimiento en el mercado siendo adsequible para el consumidor.

Para conseguir nuestros beneficios necesitamos mantener un equipo de trabajo comprometido, integro y responsable con iniciativas emprendedoras que presente actitud y aptitud para el logro de los objetivos, es así como mediante lo anterior y el análisis de nuestro mercado, conociendo todos los aspectos contables para nuestra empresa y formulando estrategias que permitan penetrar nuestro mercado lograremos ser exitosos.



1. PROPUESTA DE ESTRUCTURA PLAN DE NEGOCIO FONDO EMPRENDER Orientación para la formulación

Grupo de trabajo SENA -
FONADE

DATOS GENERALES:

¿En dónde se localizará la empresa (Ciudad donde se ubicará la sede principal de la empresa)?

El Plan de Negocio de nuestra empresa avícola AVESGAR consiste en la constitución y montaje en la zona rural del municipio de Molagavita- Santander, vereda Jaimes, finca El Gigante, de una granja avícola ubicada a una altura de 2196 m s n m; con clima calido y templado.

Se busca como meta desarrollar la explotación de pollos semicriollos en cantidades que oscilan entre 700 y 1500 aves, ya que en la familia desde hace un tiempo se produce en pequeñas cantidades. La función principal será la cría, levante, engorde, y comercialización de pollos semicriollos en pie; con el fin de abastecer en calidad y cantidad a empresas, comerciantes, expendios de carne y familias en general de la provincia de Garcia rovara, permitiendo ofrecer un producto saludable; participando en el sector economico de cria de aves de corral CUII (0145).

La empresa se encuentra en el sector bajo el codigo 0145 que corresponde a cria de aves de corral.

1.1 ¿QUIÉN ES EL PROTAGONISTA?

1.1.1 Describa el perfil de su cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección:

CLIENTE

La carne de pollo como una de las proteínas preferidas entre las carnes que consumen los colombianos. Estudios de mercado han ratificado el éxito de la producción de aves de corral, según la Federación Nacional de Avicultores de Colombia (FENAVI) a la industria avícola, la cual tuvo un crecimiento de 3,6% en relación con el mismo periodo del año pasado. El gremio destacó que la producción de carne de pollo entre Enero y Marzo del 2018 sumó 601.365 toneladas, lo que al compararse con el mismo periodo del año 2017, haya un incremento de 21,037 toneladas.

Se destaca según FENAVI, que el consumo percapita de pollo es de 32.8 kilos de pollo por persona; 110 plantas de beneficio en todo el país; 817 millones de aves alojadas en granjas, se generan más de 400.000 empleos directos; la producción del sector registró un crecimiento del 6.4% en el 2018.

Cada día los colombianos consumen más carne de pollo, convirtiendo esta proteína en la base fundamental de su alimentación según los datos ofrecidos por FENAVI. En Colombia todavía hay un margen amplio de crecimiento en cuanto al consumo de pollo debido a que en países como Chile o



Brasil el consumo per cápita supera los 40 kilos por persona siendo superior al mercado colombiano en un 18% que sería un buen margen de desarrollo de Mercado presentado una gran oportunidad en el mercado.

La campaña “Me gusta el Pollo a toda Hora” y en todos los estratos socioeconómicos el pollo, es la carne preferida”, puntualizó Andrés Valencia, Presidente de Fenavi, mejora la cifra de consumo de carne de pollo.

Sin embargo, la avicultura se ha convertido en la piedra angular para impulsar la economía agropecuaria en el país, generar mejores condiciones de calidad para el campo, ofrecer oportunidades laborales y entregar a los colombianos dos productos como son la carne de pollo y el huevo, de excelente calidad y precios accesibles; con la intención de ser la industria que alimenta a Colombia. (FENAVI)

Para el caso puntual de AVESGAR, el enfoque de comercialización está dirigido a canales de distribución y usuarios finales, ya que haremos ventas a través de intermediarios como mayoristas, semimayoristas y ventas directas a usuarios finales.

El mercado del pollo semicriollo que se va a ofertar está dirigido a los municipios de Molagavita y Malaga más específicamente en los siguientes canales de distribución y usuarios:

CANAL MAYORISTA:

Dentro de estos clientes tenemos como meta comercializar a:

a) AVICOLA EL MADROÑO S.A.

AVICOLA EL MADROÑO S.A es una empresa avícola dedicada al cliente, que suministra productos de excelente calidad con normas y estándares internacionales, con base en una gestión humana participativa, productiva y rentable; mediante un trabajo en equipo de todos sus empleados.

Su razón social es AVICOLA EL MADROÑO S.A con número de NIT: 9000128146-2; forma jurídica, sociedad anónima, sector cría especializada de aves. La sociedad fue constituida en la ciudad de Bucaramanga, Departamento de Santander el 24 de febrero de 1987 inscrita en la Cámara de Comercio en el Folio del libro 09. Su duración está determinada hasta el 31 de diciembre del año 2050. Su objeto social, según Escritura Pública No. 1867 del 24 febrero de 1987 es: La producción, industrialización y comercialización de la avicultura y ganadería. así como la producción y comercialización de insumos y demás productos necesarios para cumplir su objeto principal en desarrollo de su objeto social.

Avicola madroño tiene puntos de venta en las ciudades de Bucaramanga, Cucuta y Barranquilla. Y en los municipios de Piedecuesta, Barrancabermeja y Floridablanca. Además, su planta de procesamiento está ubicada en Lebrija Santander. A nivel de del departamento de Santander cuenta con 29 puntos de venta. Uno de sus puntos está ubicado en Lebrija Santander en la calle 12 N° 10-72 (097) 6567801 dedicada a la producción y comercialización de la avicultura y ganadería, así como la producción y comercialización de insumos y demás productos necesarios para cumplir su objetivo principal en el desarrollo de su objeto social.



Avícola Madroño S.A posee diferentes frentes de distribución a nivel de nacional, pero con mayor cobertura en el departamento de Santander con tres canales que son la planta Villa Virginia, las dos bodegas, y los puntos de venta (PDV) ubicados en Bucaramanga, Piedecuesta, Girón y Barrancabermeja. Maneja la línea de AVICAMPO con sus propios puntos de venta y tiene apalancamiento vertical donde así mismo se surte en sus propias granjas de pollos, pollitas; realiza su propia comercialización y realiza proceso de compra a maquiladores como AVESGAR, quien tiene como meta ser uno de sus proveedores.

Su misión es satisfacer las necesidades de sus clientes en los sectores de pollo congelado y fresco, despresado y en la comercialización de los demás productos y subproductos de alta calidad, seguros e inofensivos también suministrar los derivados del procedimiento de ave, pollo en pie, huevo fértil y comercial, pollitos y pollitas; servicios de sacrificio y de incubación, utilizando materias primas, infraestructura y tecnología altamente competitiva, para junto con un recurso humano calificado, establecer un claro liderazgo en el mercado, en un ambiente de respeto, confianza y beneficio integral de los clientes, empleados y socios de la compañía.

Deben ser reconocidos en el 2020 como la empresa avícola más admirada de Colombia. Su visión es trabajar con el corazón para construir un mejor AVICAMPO, deleitando a sus clientes con un servicio superior con productos de calidad.

Los valores corporativos que avícola Madroño implementa son la comunicación, la honestidad, la perseverancia, la productividad y el servicio.

PRESENTACIONES DEL POLLO:

- Los productos que actualmente comercializa son el pollo y presa en los que tienen: ala de pollo, muslo de pollo, pechuga de pollo con piel, pechuga de pollo sin piel, pierna de pollo, pierna pernil de pollo, pierna pernil mixto de pollo y pollo entero.
El pollo entero presenta características específicas de peso y tamaño, se vende a mayoristas en costales plásticos o al detal por unidades las cuales varían según su peso.
El pollo por presas son por lo general las partes del pollo tales como pechuga, pernils mixtos corietes, alas, rabadilla. Así mismo se atienden ventas por unidades o por peso según las necesidades del cliente en el momento de la compra.
Las menudencias son los órganos internos como el Corazón, hígado, la molleja y en algunas ocasiones las patas y cabeza son pescuezo, las cuales se distribuyen en bandejas y bolsas por unidad.
- Productos de salami: alitas picantes de pollo, chorizo de pollo, butifarra de pollo, hamburguesa de pollo, jamón de pollo, mortadela de pollo, salchicha de pollo, salchichón de pollo.
- Productos precocidos. Papa francesa, papa precocida.
- Productos navideños: Jamón navideño, pollo relleno.

PROMOCIONES:

Festival del pollo colombiano, descuentos en las líneas de pollo en general con diferentes tarifas.



COMERCIALIZAN:

A nivel de Santander mantiene puntos de venta en Bucaramanga, Floridablanca, girón, Lebrija, Barrancabermeja, Piedecuesta.

INGRESOS OPERACIONALES en el año anterior (2017) fue de \$277'180.878=

ESTRUCTURA DE AVICOLA EL MADROÑO

- Área de incubación
- Área de levante (galpones)
- Área de Recursos Humanos
- Área de sacrificio y producción
- Área Financiera
- Área de sistemas e información
- Área de Mercadeo
- Área Comercial
- Área de Logística y distribución.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE AVICOLA EL MADROÑO

- Tiendas propias
- Canal t.a.t
- Canal Distribuidor
- Canal Mayorista
- Canal Institucional
- Canal Moderno

TIPO DE DISTRIBUCIÓN DE AVICOLA EL MADROÑO

- Distribución con personal de entrega y fuerza de ventas propia.
- Parque automotor tercerizado.
- Ventas netamente de contado en t.a.t y crédito en el canal moderno e institucional.
- Sistema de ventas en preventa, televenta y plataforma EDI.
- Entrega de mercancía 24 horas.

AVICOLA EL MADROÑO, realiza para el canal Institucional una vez al año una inversión a los Chefs de los hoteles más representativos en donde no tienen participación, invitándolos a los galpones y luego a la planta de sacrificio y producción con el ánimo de presentarles de qué forma se realiza el levante, clasificación y producción de los mejores pollos para el consumo de las personas. Tienen claro que los Chef pesan un gran porcentaje al momento de tomar la decisión de la compra de los productos para la elaboración de sus comidas, pesando mucho más en algunos casos su concepto que el de los mismos jefes de compra y el voz a voz en el que son participes al momento de reunirse este gremio.

Los vendedores de t.a.t. reciben capacitaciones muy esporádicamente en algunos casos con el fin de que no se pongan en la posición de visitar a un cliente para tomarle un pedido, si no, que lleve la



"Intención" de ser el amigo, el confidente, el socio comercial que le asesora a que su negocio sea productivo y estable durante el tiempo, con el fin de garantizar una fidelización para crear relaciones a largo plazo. Es esto lo que le confirma que de lograrlo llegara a desarrollar una zona con clientes estables y leales a su producto.

Las acciones y estrategias para los distintos tipos de clientes están dadas y aprobadas por la alta gerencia.

Su Mercado se enfoca a pequeños y medianos expendios de comercialización de pollo entero y por presas, además de los consumidores finales los cuales son atendidos en los diferentes canales de distribución de acuerdo a sus características:

- CONSUMIDORES FINALES: son clientes directos de los PDV atendidos directamente en el mostrador donde adquieren en su mayoría compras de menor cuantía llevando su productos de entrega inmediata. Se caracterizan por ser generalmente amas de casa o pequeños restaurantes.
- CLIENTES INSTITUCIONALES: se caracterizan por compras de mayor cuantía donde los clientes tienen preferencia por el tamaño, peso o precio y generalmente es atendido por la administradora de PDV quien posteriormente se encarga del servicio a domicilio y la asesoría posterior a la venta.

DISTRIBUIDORES AL DETAL: compuesto por los llamados revendedores como supermercados de barrio, avícolas al menor tamaño, hipermercados donde se despacha directamente desde bodega con unos precios más competitivos de los cuales se ven beneficiados al revender el producto. (AVICOLA MADROÑO).

CONTACTO:

AVICOLA EL MADROÑO S.A: Km 6 vía Girón Planta 2 Itacol. Cr 12 57-88 Bucaramanga -Colombia.
Teléfonos: (57) 7 6533338 (57) 7 6444419 (57) 7 6550239

- <http://http://www.avicolaelmadrono.com>
- comercial@avicolaelmadroño.com AREA COMERCIAL.
- avicampo@avicolaelmadroño.com AREA ADMINISTRATIVA
- calidad@avicolaelmadroño.com CALIDAD.

Le quiero vender AVICOLA EL MADROÑO S.A por que es una empresa competitiva a nivel nacional y además por la modalidad de maquila me permite conocer el mercado, acondicionar las políticas de comercialización, mejorar los ingresos de autosostenibilidad de mi mercado y con eso poder desarrollar mi marca.

B) PLANTA DE SACRIFICIO DISTRIBUIDORA FABIPOLLO S A S.

Dirección: Finca zapamanga vereda zapamanga P2 frente a la bomba Villaluz- Floridablanca – Santander.

Teléfono: (57) 3156287613 (57)76580081 (57)3165239711.



Teléfono de la planta de sacrificio Fabipollo S.A.S 3165239711.

ACTIVIDAD ECONOMICA: Procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos.

FORMA JURIDICA: Sociedad por acciones simplificadas.

ICI 1700384830400000

Nit 9007943101

D-U-N-S® 885320314

Matrícula Mercantil 310952-05

Razón Social PLANTA DE SACRIFICIO FABIPOLLO S A S

Dirección Actual FINCA ZAPAMANGA VDA ZAPAMANGA P 2 FRENTE A LA BOMBA VILLALUZ, FLORIDABLANCA, SANTANDER

Domicilio anterior: FLORIDABLANCA, SANTANDER

Teléfono 3165239711

Correo electrónico plantafabipollo1@hotmail.com

Código Forma Jurídica SAS

Forma Jurídica SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

Actividad CIU C1011 - PROCESAMIENTO Y CONSERVACION DE CARNE Y PRODUCTOS CARNICOS

Código Actividad 1010

REPRESENTANTE LEGAL HERNANDEZ GARCIA, JAIME.

PRESENTACIONES DEL POLLO: Los productos que actualmente comercializa está el pollo y presa en los que tienen: ala de pollo, muslo de pollo, pechuga de pollo con piel, pechuga de pollo sin piel, pierna de pollo, pierna pernil de pollo, pierna pernil mixto de pollo y pollo entero.

Su misión es Garantizar con calidad y eficiencia la producción y comercialización de carne de pollo, logrando la preferencia de compradores y consumidores por ser la mejor opción de compra en el mercado, en función de satisfacer las necesidades del consumo de la población y fortalecer el sector avícola.

Su visión es Consolidarnos como una de las empresas más importantes en la producción de lácteos y cárnicos a nivel nacional, contando con personas altamente calificadas que ofrezcan la mejor atención a los clientes, y comprometiéndonos a mejorar continuamente nuestros productos.

Para lograr las metas planteadas en la misión tendremos en cuenta los siguientes valores: Responsabilidad, Honestidad, Compromiso, Respeto, Trabajo en equipo, Calidad de servicio, Calidez.

Su comercialización está principalmente en la ciudad de Bucaramanga, tienen 8 puntos de venta, así como un asadero ubicado en Calle 11 21-03 San Francisco Bucaramanga (Santander – Colombia. Teléfono (57)(7)6716542.

Su distribución comercial es:

- a) Distribuidores al detal: Quienes comercializan cada una de las presentaciones del pollo a nivel de las tiendas y pequeños supermercados.
- b) Distribuidores al mayor: (semimayoristas) ofertando sus presentaciones a mayor cuantía donde los clientes adquieren con preferencia por tamaño, peso y precio para ser



aprovechadas dentro de una cadena de transformación o comercialización en grande.
(FABIPOLLO S.A.S)

Le quiero vender a la distribuidora y comercializadora de pollo FABIPOLLO S.A.S; porque a través de su modalidad de comercialización nos permiten ser autosostenibles y conocer el mercado real a nivel mayoritario.

CANAL MINORISTA

Dentro de estos clientes minoristas meta de Malaga se tenemos:

- a) Empresa de Cesar Florez – Hilda Torres, personas naturales independientes no formalizadas que tienen economías familiares de subsistencia (no mantiene marca); dedicada a la producción y comercialización de pollo semicriollo en canal de Malaga Santander, mantiene su planta de sacrificio en la vereda Calichal, su contacto es 3114530535. El sacrificio de aves para su comercialización oxila en 1400 pollos semanal. Actualmente cuentan con 5 empleados directos.

La razón de su Mercado es producir pollo de excelente calidad teniendo en cuenta la alimentación del pollo desde sus inicios así como el proceso de inocuidad y sanidad en el sacrificio y su comercialización en el mercado.

- b) Empresa de Gregorio Sandoval persona natural independiente no formalizada que tienen economías familiares de subsistencia (no mantiene marca); dedicada a la producción y comercialización de pollo semicriollo en canal a nivel de Malaga Santander, mantiene sus galpones y planta de sacrificio en la vereda Calichal, su contacto es 3123120705. El sacrificio de aves para su comercialización es de 1000 pollos semanal, actualmente cuentan con 7 empleados.

Su Mercado está dirigido principalmente a comerciantes independientes, pequeños restaurantes de Malaga Santander teniendo en cuenta la variedad en sus presentaciones en general a solicitud del mismo.

Se puede destacar que estas empresas no mantienen reconocimiento a nivel de marca ya que conservan su nombre referencial bajo el nombre de su administrador(ora).

Las presentaciones que manejan cada una de ellas son: pollo entero, bandeja de alas por 6 unidades, bandeja de perrito por 4 unidades y 6 unidades, bandeja de pechuga, bandeja de recortes, bandeja de picadas, bandeja de corazones, bolsa de menudencias, sus precios varían de acuerdo al peso y cantidad.

Se pretende con estos clientes tener oportunidad de expandir el mercado de nuestro pollo mediante la modalidad de maquila destacando la comercialización que actualmente mantienen a nivel de Malaga.

- c) Asadero kokoriko está ubicada en la calle 13 7-21 de la Malaga, su propietario es Juan Bautista Parra Orduz, su contacto es 3105639288, actualmente su mercado está dirigido a la venta de pollo en diferentes presentaciones destacando la actividad económica del asadero, los pollos que adquieren en su mayoría son presentaciones de 1.7 y 1.8 kilos, sus principales proveedores son Pimpollo y Macpollo, el precio con el que adquiere el pollo



para el desarrollo de su actividad económica es de \$5400 cada uno; así mismo la entrega del pollo la realizan los días martes, en promedio semanalmente adquiere 300 pollos, actualmente cuentan con 8 empleados para el desarrollo de su actividad económica.

- d) Comerciantes independientes de los locales 30D su propietaria Diana Calderon y 31D su propietaria Maria Helena Medina de la plaza de Mercado de Malaga quienes son comerciantes de pollo en canal la cual les abastece la productora independiente Hilda Torres quienes son uno de nuestros clientes del canal minorista; sus contactos son del local 31D (3123054123) y del local 30D (3102823821); actualmente en promedio comercializan 50 bandejas de pollo cada una semanalmente en las diferentes presentaciones ofertadas por sus proveedores con un peso promedio de 4 libras con precio de 3200 la libra teniendo variaciones la misma en relación con los costos que se generan en cada etapa de producción y comercialización.

Los clientes minoristas meta de Molagavita son:

- A) Restaurante y Hotel Jireth Beraca: Esta ubicado en la calle 5 # 3-43 del municipio de Molagavita- Santander, su propietaria es Blanca Hernandez actualmente en su Mercado adquiere pollo con presentaciones de 3 a 4 libras aproximadamente con un precio estimado de \$12000. Los pedidos son quincenales con una estimación promedio de 20 unidades dependiendo su variación si hay eventos o fechas especiales de celebración aumentando o disminuyendo su mercado, sus proveedores son productores independientes; actualmente cuentan con 2 empleados en el desarrollo de su actividad económica.
- B) Restaurante Flota Cachira: Esta ubicado en la calle 5 3-47 del municipio de Molagavita- Santander, Su propietario es Luis Alberto Hernandez actualmente adquieren 12 pollos en promedio con peso estimado de 3 y 4 libras; el precio estimado con el que adquiere un pollo por parte de sus proveedores (Campollo y Macpollo) es de \$11000, actualmente cuentan con 2 empleados para el desarrollo de su actividad económica.

Mi interés por ofertarle el pollo semicriollo que producimos a las empresas anteriores es porque a través del desarrollo de su actividad económica nos va a permitir darle a conocer al consumidor final un pollo más apetecido y a la vez garantizar su consumo, permitiendo mejorar su aceptabilidad en el Mercado y garantizar mediante el abastecimiento del pollo semicriollo la autosostenibilidad de nuestra empresa.

CANAL DEPENDIENTES:

Dentro de estos clientes dependientes meta de Molagavita tenemos:

Se puede destacar que el mercado del pollo que comercializan los siguientes clientes está dirigido a toda la población en general sin importar su estrato socioeconómico.

- A) Tienda de abarrotes el GranD: Esta ubicada en la calle 5 # 3-33 del municipio de Molagavita- Santander su propietario es Domingo A Anaya B actualmente su Mercado adquiere pollo en su mayoría con peso estimado de 3 libras teniendo en cuenta la solicitud de sus clientes



para su comercialización en canal, el precio estimado del pollo que adquiere de surtiavisan es de \$ 10000 y \$12000, actualmente solo es un solo empleado en el desarrollo de su actividad económica.

- B) Autoservicio Molagavita: Esta ubicada en la calle 5 # 3-51 del municipio de Molagavita - santander su propietaria es Ana Leidy Blanco; su mercado principal es a nivel de la localidad urbana y rural del municipio en general, el pollo que actualmente comercializa es de la empresa surtiavisan con un peso promedio de 4 libras y un precio de \$12000 unidad, actualmente solo es una empleada en el desarrollo de su actividad económica.

Los clientes meta de Malaga son:

- a) Tienda de abarrotes mi Placita ubicada en la Carrera 9 con calle 11 de la ciudad de Malaga, su propietaria es Dioselina Bello, su contacto es 3162977072, actualmente su Mercado esta basado en la comercialización de pollo en canal en el que presenta como un alternativa viable adquirir el pollo en pie para su comercilaización, sus pedidos son en promedio de 30 pollos semanal con un peso estimado de 3 libras aproximadamente, sus proveedora actual es la empresaria Hilda Torres, solo se cuenta con una empleada para el desarrollo de su actividad económica.
- b) Fruver Briseño esta ubicado en la calle 14 # 839 de Malaga, su propietaria Maria Briseño, su contacto es 3202492505; actualmente su mercado esta basado en la comercialización de pollo en canal, su proveedor es el señor Gregorio Sandoval, sus pedidos por lo general son de 25 pollos semanal, con peso estimado de 4 libras aproximadamente, actualmente cuenta con 2 empleados para el desarrollo de su actividad económica.
- c) Fruteria Frutiver esta ubicado en en la Carrera 8 # 10-05 de Málaga, su propietaria es Ana Libia Barrera Jaimes, su contacto es 3203448737, su proveedora es la empresaria Hilda Torres, su peso estimado para la venta es de 4 a 5 libras con un precio de \$11000 pollo entero, a nivel de su comercialización adquiere 100 pollos semanal; su mercado esta basado en la comercialización directa con el cliente del pollo en canal permitiendo adquirirlo en diferentes presentaciones.

CONSUMIDOR - CANAL USUARIO FINAL

Por ser considerado el pollo un producto básico en la canasta familiar de todos los estratos, con mayor relevancia en los estratos 1,2,3,4, 5 y por las bondades nutricionales y saludables que posee; las personas que podrían consumir este producto pueden identificarse como niños, adolescentes, jóvenes, adultos y ancianos.

En este canal destacamos principalmente a:

- Las familias de estratos de 1 en adelante.
- Las personas solteras, divorciadas, viudas.
- Toda la población (niños, jóvenes, adultos).
- Toda la población en general que mantenga ingresos minimos ya que nuestro producto es adsequible para cualquier persona.
- La población en general que opta por adquirir productos saludables.



- Personas que buscan sustituir las carnes en su alimentación.

Los clientes meta a nivel de Molagavita son:

- a) FAMILIA LIZARAZO ARGUELLO
- b) FAMILIA SANBRIA
- c) FAMILIA LEAL BARAJAS
- d) FAMILIA REY
- e) FAMILIA ACEROS MAYORGA
- f) FAMILIA MAYORGA VELANDIA
- g) FAMILIA ALMEYDA
- h) FAMILIA MARTINEZ

Se observa oportunidad en este canal de distribución ya que en su mayoría se busca cumplir con las expectativas de cada una de sus necesidades en general a nivel alimenticio y permitirles adquirir una proteína saludable, es así como nuestro pollo les aporta la solicitud de su necesidad permitiendo sustituir las carnes en general a nivel de su alimentación.

1.1.2 ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes/ consumidores?

Las necesidades que se esperan satisfacer son:

CANAL MAYORISTA

Avicola el Madroño S.A.S – Planta de sacrificio distribuidora Fabipollo S.A.S.

- Suplir 400 pollos semicriollos en pie como mínimo.
- Aves sin hematoma, moretones, con un color Amarillo destacando ser semicriollo según alimentación.
- El pollo debe estar con un nivel de proteína de 19- 20%.
- Nivel de grasa de total de 12.1%.
- Nivel de calorías 171 kcal.
- Pollo con características fisicoquímicas de 72% de humedad.
- Proteína mínima de 16%.
- Pollo con peso de 4 libras máximo.
- Crianza de 40 días aproximadamente.
- Realizar entrega el día jueves en su planta de sacrificio de Lebrija Santander, destacando que su transporte se realice en canastillas adaptables para el transporte de las aves con medio de transporte Turbo.

Me compra el pollo por que le puedo ofrecer un producto de excelente calidad teniendo en cuenta las especificaciones según las necesidades señaladas a nivel de la ficha técnica del pollo en pie. Se



acalara que el proceso de comercialización con esta empresa se toma como mira futura teniendo en cuenta capacidad de producción de nuestra empresa en el primer año.

CANAL MINORISTA

- a) Empresa independiente de la señora Hilda Torres
- b) Empresa independiente del señor Gregorio Sandoval.

Las necesidades que se esperan satisfacer a nivel de las empresas independientes señaladas son comunes siendo las siguientes:

- Ofrecerles un pollo con un peso de 3 y 4 libras en pie a solicitud de la demanda.
- La entrega del pollo se realizara los dias lunes en la mañana transportados en canastillas evitando el asinamiento o maltrato al momento de su transporte.
- Entregarles un pollo saludable con aspecto agradable evitando presenter ematomas, muy sano.
- Suministrarle un pollo con color caracteristico de semicriollo destacando su alimentación saludable.
- Ser un pollo con un nivel minimo de grasa de 12.1% aproximadamente evitando asi disminuir su peso o rendimiento de masa corporal al momento de su sacrificio.
- Se entregara un pollo con un tiempo maximo de crianza de 40 dias.

CANAL SEMIMAYORISTA

Las necesidades a satisfacer en el canal semimayoristas en la tienda de abarrotes el Grand, autoservicio Molagavita y los comerciantes independientes son:

- Se entregaran a en promedio 50 pollos cada quince dias.
- La entrega se realizara el dia miercoles cada quince dias.
- El pollo debe contener un peso estimado de 4 libras.
- Debe ser entregado en el punto de venta.
- Debe estar en buen estado con excelente presentacion.

Asi mismo a nivel del asadero kokoriko se esperan satisfacer las siguientes necesidades:

- Se entregaran los pollos con un peso de 1.8 libras segun solicitud del cliente.
- Realizarle la entrega del producto el dia martes.
- Ofertarle un pollo son un precio aproximado de 5400 teniendo en cuenta que es el precio actual con el que se provee.
- Ofertarle pollo asado y pollo broster segun las necesidades del cliente.
- Estos establecimientos nos presentan necesidades comunes con relación a la posibilidad de mantener la linea de credito a nivel de sus pedidos.



- Insentivar el consumo del pollo por medio de estrategias directas con sus clientes garnatizando la rotacion del producto permitiendoles mejorar sus ventas y a la vez la comercializacion del mismo en el Mercado en general.

CANAL USUARIO FINAL

Las necesidades que se decean satisfacer a nivel de las familias FAMILIA LIZARAZO ARGUELLO, FAMILIA SANBRIA, FAMILIA LEAL BARAJAS, FAMILIA REY, FAMILIA ACEROS MAYORGA, FAMILIA MAYORGA VELANDIA Y FAMILIA ALMEYDA al ser comunes son las siguientes:

- Entregar el dia Viernes de cada semana un pollo por cada familia.
- Se entregaran los pollos con un peso de 4 y 5 libras segun solicitud del cliente.
- Se entregara un pollo con 40 o 45 dias de crianza.

1.2 ¿EXISTE OPORTUNIDAD EN EL MERCADO?

1.2.1 ¿Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio?

De acuerdo con las proyecciones de la Federación Nacional de avicultores FENAVI, en el cierre de 2018 la industria avicola crecera 3.6% frente a un comportamiento historico de 6.4% en el año anterior. En Colombia, la avicultura desde hace 30 años no ha dejado de crecer. Esa dinamica esta apoyada en la producción de dos productos que son la proteina animal que se consigue a mas bajo precio en el Mercado nacional.

FENAVI prevee que la tasa de crecimiento de la producción de carne de pollo sera de 1.7% y se llegara a una produccion de 1.6% millones de toneladas.

Para FENAVI llegara a las granjas 783 millones de aves, lo que representara un crecimiento de 2% de los encasetamientos (pollitos que llegan a las granjas para engorde). Frente a los consumo per cápita, fenavi considera que el pollo sera de 32.8 kilos.

De acuerdo con Andres Valencia Pinzon, presidente ejecutivo de FENAVI, valor estimado de la avicultura en sus fases pecuaria y agroindustrial en 2017 fue de 1,5 billones de pesos, lo que ubica al sector como uno de los mas importantes de la dinamica en la producción agropecuaria del pais. **OPTIMISMO ANTE MARGEN DE CRECIMIENTO.**

En el 2017, el consumo per capita de carne de pollo fue historico; sin embargo, los analisis de FENAVI estiman que hay margen de crecimiento segun el comportamiento de paises cercanos. En Colombia el consumo per cápita de carne de pollo supera a la de res y de cerdo juntos. Hoy es de 32 kilogramos; el de res se ubica alrededor de 18 kilos, mientras en cerdo la cifra alcanza 8 kilos. La situación que vive el país con los focos de aftosa ponen a la industria avícola frente a otro escenario, pues si bien el consumo de carne de animales infectados por esta enfermedad no afecta la salud humana, a las personas les produce cierto temor consumirla, lo que se traduce en la posibilidad de



un aumento en la demanda de otro tipo de productos como el pollo y los huevos, Sin embargo, el tema de la aftosa también puede verse desde otra perspectiva y es lo que puede pasar con la carne de res que no se pueda exportar. Eventualmente podría registrarse una sobreoferta que se traduciría en menor precio, incentivando su consumo.

Por su parte, el consumo de carne de pollo también va en aumento, pues en 2017 se logró una cifra récord de 1'563.568 toneladas, que indica un crecimiento del 5,7 por ciento en el sector de pollo frente al año anterior. Según los datos de Fenavi Santander, la producción llega anualmente a las 356 mil toneladas de carne de pollo; es decir, diariamente en Santander se tienen en los refrigeradores 975 toneladas listas para ser comercializadas.

Frente a la dinámica de encasamientos (aves que ingresaron a las granjas para iniciar su ciclo productivo), el gremio reportó que fueron más de 817 millones, 20 millones más que en el 2017 con un crecimiento de 2,6 por ciento respecto al 2016. El encasamiento de pollo de engorde (para carne) ascendió a 774 millones de aves, con un crecimiento del 2,3 por ciento.

Mientras que la carne de res ha disminuido un 0,7% su consumo en cinco años. Santander es el departamento líder en producción avícola en Colombia con 23,55% del total de población aviar, esta zona del país concentra la mayor cantidad de animales de estas especies en sus diferentes ciclos y tipos de explotación: engorde, levante, postura y de material genético o reproductoras, incluidas las aves de traspatio. Cundinamarca (20,12%), Valle del Cauca (12,47%), Antioquia (7,61%) y Tolima (6,56%) completan el top 5 de departamentos con mayor vocación aviar pues, sumados a Santander, albergan 70,31% de la población de estas especies.

La dinámica de este sector, según las estadísticas de Fenavi Santander, es que representa el 77,8% del Producto Interno Bruto, PIB, Agropecuario del departamento, superando a sectores tradicionales como el café y la ganadería.

Teniendo en cuenta algunos datos aportados por FENAVI podemos destacar mediante la producción de pollo semicriollo que vamos a producir como meta inicial que es de 700 pollos con presentaciones estimadas de 4 lb cada uno, siendo una producción de 2800 libras mensual.

Lo que representa 33600 kilos anuales siendo esta cantidad de pollo 16.8 toneladas anuales siendo representativa según el consumo percapita en 51.219 personas; así mismo representa un 4.7% del total de la producción de pollo en Colombia anualmente. (EL TIEMPO, KATHERIN ALFONSO).

Teniendo en cuenta la relación entre la solicitud de compra y los resultados obtenidos en el método de investigación se tiene una posibilidad de compra de:

CANAL MAYORISTA

- a) AVICOLA EL MADROÑO S.A: 400 pollos semanalmente (Como meta del primer semestre).

Se aclara que nuestro cliente mayorista mantiene una solicitud de compra elevada con relación a nuestra capacidad de producción actual; es así como la oportunidad de venta de nuestro mercado se mantiene en mira futura a nuestra proyección en producción y ventas.



CANAL MINORISTA

- a) Empresa independiente de la señora Hilda Torres: 200 pollos semanal= 800 pollos mensual
- b) Empresa independiente del señor Gregorio Sandoval: 100 pollos semanal=400 pollos mensual.

CANAL SEMIMAYORISTA

- a) Restaurante y Hotel Jireth Beraca: 20 pollos quincenales =40 pollos mensual.
- b) Restaurante Flota Cachira: 10 pollos cada quincenales= 20 pollos mensuales.
- c) Asadero kokorriko: 50 semanal=200 pollos mensuales.
- d) Comerciantes independientes 30 y 31D: 30 pollos semanal cada una=240 pollos mensual.

CANAL DEPENDIENTE

- a) Tienda de abarrotes el GranD: 50 pollo quincenales=100 pollos mensual.
- b) Autoservicio Molagavita: 60 pollo quincenales= 120 pollos mensual.
- c) Tienda de abarrotes Mi placita: 15 pollos semanal=60 pollos mensual.
- d) Fruver Briseño: 10 pollos semanal=40 pollos mensual.
- e) Frutería frutiver: 25 pollos semanal= 100 pollos mensual.

CANAL USUARIO FINAL

- a) FAMILIA LIZARAZO ARGUELLO: 1 pollos semanal = 4 pollos mensual.
- b) FAMILIA SANABRIA: 2 pollos semanal = 8 pollos mensual.
- c) FAMILIA LEAL BARAJAS: 2 pollos semanal= 8 pollos mensual.
- d) FAMILIA REY: 1 pollos semanal= 4 pollos mensual.
- e) FAMILIA ACEROS MAYORGA: 2 pollos semanal= 8 pollos mensual.
- f) FAMILIA MAYORGA VELANDIA: 1 pollos semanal = 4 pollos mensual.
- g) FAMILIA ALMEYDA: 2 pollos semanal =8 pollos mensual.
- h) FAMILIA MARTINEZ: 2 pollos semanalmente= 8 pollos mensual.

El total de pollos que se estima vender a nivel de Molagavita es de 332 con un peso promedio de 3 y 4 libras cada uno.

El total de pollos que se estima vender a nivel de Malaga es de 1840 con un peso promedio de 3 y 4 libras cada uno.

Total: 2172 pollos mensual.

Se aclara que esta cantidad de pollos esta relacionada con respecto a la venta constante del mismo en cada uno de nuestros posibles clientes; es asi como la meta minima de producción que tenemos es de 700 Y MAXIMA PROMEDIO DE 1000 pollos mensual.

1.2.2 Realice un análisis de la competencia, alrededor de los criterios más relevantes para su negocio:

DESCRIPCIÓN	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2	COMPETIDOR 3	COMPETIDOR 5
Localización	CAMPOLLO (Bucaramanga) Cl. 55a #27-68 · (7) 6572206	DISTRAVES (Girón y Floridablanca- Santander) Calle 197 #Km 2.5, Floridablanca, Santander (7) 6797900	SURTIAVISAN (Bucaramanga) 11-99, Cl. 23 #11-1, Bucaramanga, Santander	PRODUCTORES INDEPENDIENTES DE LA PROVINCIA EN GENERAL
Productos y servicios (atributos)	Pollo en presas (picadas) Pollo entero	Picadas Menudencias Alitas	Picadas Pollo entero Menudencias Bolsa de patas	Pollo entero Menudencias
Precios	Picadas: \$3400 Pollo entero: \$12800	Picadas: \$3000 Menudencias: \$800. Alitas: \$4200.	Picadas: \$3200 Pollo entero: \$13400 Menudencias: \$700 Bolsa de patas: \$4500	Pollo entero: \$11000 Y \$ 12000.
Logística de distribución	Cuenta con granjas propias para la producción de pollo, planta de incubación, planta de concentrados, planta de harinas, planta de beneficio y planta de carnes frías apoyadas en una	Empresa especializada en la producción y comercialización de proteínas y derivados de pollo; incursionando en las proteínas de res y cerdo. Estamos presentes en las	Su comercialización es a través de mayoristas, minoristas, dependientes para llegar finalmente a los consumidores.	Su comercialización es a nivel de productor-dependiente-consumidor.

	<p>red propia de transporte acondicionado para cada etapa del proceso. Campollo pensando en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes posee una gran cadena de distribución de 100 Puntos de venta y Centros Urbanos de Servicio Inmediato distribuidos estratégicamente en las ciudades más importantes del territorio colombiano, diseñados y adecuados para una excelente manipulación de los productos, pensando siempre en el bienestar de todas las familias. Como empresa innovadora, Campollo actualmente produce, procesa y comercializa productos y subproductos a base de carne de pollo.</p>	<p>zonas más importantes del país con 87 puntos de venta propios y una amplia red de comercialización en diferentes canales.</p> <p>Somos más de 2.000 colaboradores que tenemos como propósito innovar y desarrollar productos para nutrir y mejorar la calidad de vida de nuestros consumidores.</p>		
--	--	--	--	--

Table 1: Analisis de los competidores.



ACLARACION: Teniendo en cuenta que nuestra empresa esta dedicada a la produccion y comercialización de pollo secriollo en pie dentro de nuestra competencia indirecta que afecta nuestro Mercado a nivel de clientes tenemos como principales competidores las empresas anteriores dedicadas a la produccin y comercialización de pollo en canal.

COMPETENCIA PRODUCTOS SUSTITUTOS

DESCRIPCIÓN	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2	COMPETIDOR 3
Localización	Comerciantes de venta de carne de res. (Famas en general de las plazas de Mercado de Molagavita y Malaga).	Comerciantes de venta de carne de cerdo. (Famas en general de las plazas de Mercado de Molagavita y Malaga).	Comerciantes de venta de pescado en los que encontramos los distribuidores de la plaza de Mercado de Malaga.
Productos y servicios (atributos)	Carne de res en diferentes presentaciones, en la que se tienen ene cuneta cortes y partes de la res en canal.	Carne de res en diferentes presentaciones, en la que se tienen ene cuneta cortes y partes del cerdo en canal.	Presentaciones de cada una de las variedades de pescados y productos de mar.
Precios	Libra de carne de res: \$ 7000 y \$ 8000 en el Mercado en general.	Libra de carne de cerdo: \$7000 y \$7500 en el Mercado en general.	Presentaciones de pescado a \$6000 - \$10000 dependiendo de la variedad. Camarones: \$5000 8 unidades con peso de 250 gr.
Logística de distribución	La logística principalmente es a través de compra independiente del animal a comercializar con proceso de sacrificio por empresa independiente y entrega del mismo en cada una de las famas para su respectiva refrigeración y comercialización.	La logística principalmente es a través de compra independiente del animal a comercializar con proceso de sacrificio por empresa independiente y entrega del mismo en cada una de las famas para su respectiva refrigeración y comercialización.	La logística es básicamente productor- minorista hasta llegar a cada uno de los comerciantes informales o puntos de venta para finalmente ser adquiridos por el consumidor final.
Otros ¿cual?			

Table 2: Analisis competencia productos sustitutos.



A continuación se sustenta mediante una DOFA aspectos importantes de nuestras debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas a nivel de nuestro Mercado.

Análisis DOFA

Debilidades:

- D1.** La población en general de los municipios de Molagavita y Málaga presentan preferencias por otras empresas reconocidas a nivel de sus mercados en presentaciones en canal.
- D2.** Entrar al mercado con un producto existente con características únicas en Molagavita y Málaga como lo es el pollo semicriollo en pie, ya que hay mucha competencia en este sector alimenticio.
- D3.** Industria altamente fragmentada.
- D4.** Bajos márgenes de rentabilidad.
- D5.** Precio del alimento (purina, maíz) variable.
- D6.** Escases en el alimento a nivel del Mercado.

Oportunidades:

- O1.** La empresa puede abrirse a nuevos segmentos de mercado en los diferentes municipios de la provincia de García Rovira, que le permitirán crecer y aumentar su nivel de rentabilidad a nivel de mercado en general.
- O2.** La demanda de nuestro producto es creciente, lo que implica el surgimiento de nuevos clientes que pueden estar interesados en un producto con características únicas.
- O3.** La empresa va a empezar con la línea de pollos semicriollos permitiéndose abrir en un futuro ampliar la oferta del producto en canal propio con valores agregados.
- O4.** Las oportunidades de crecimiento son altas por lo que inicialmente solo se venderá minoritas, seminaristas y canal usuario, en la que es tiene proyectado ingresar en los mercados mayoristas.
- O5.** La ubicación de nuestra granja avícola se encuentra en un sector de fácil acceso. Para toda la población de algunas veredas del municipio y el tránsito con el municipio San Andrés.
- O6.** Tendencia decreciente en el consumo de pollo – Programa A comer pollo.

Fortalezas:

- F1.** Se competirá con un producto que ofrece características diferentes a los que se encuentran en el mercado, por lo tanto, nuestra organización puede posicionarse con mayor facilidad.
- F2.** Nuestro producto es una buena alternativa para las personas que son veganas, ya que estas necesitan encontrar alimentos sustitutos de las carnes entre otras; el pollo semicriollo cumple con estas características permitiendo mejorar su alimentación y salud en general.
- F3.** El producto que ofertara nuestra empresa cuanta con cualidades únicas en el mercado.
- F4.** Se va a ofrecer a la población de Molagavita y Málaga la oportunidad de adquirir un producto saludable y con diferentes alternativas de consumo.
- F5.** Nuestra granja avícola queda cerca al casco urbano del municipio de Molagavita - Malaga, por ende, nuestro producto llegara más fresco y rápido.
- F6.** Nivel de productividad según el Mercado.



F7. Integración con grandes empresas.

F8. El pollo es un alimento básico en la canasta familiar de los colombianos es así como el Consumo per cápita creciente año tras año.

Amenazas:

A1. Empresas con más experiencia en el mercado como CAMPOLLO, DISTRAVES, SURTIAVISAN Y PRODUCTORES INDEPENDIENTES ingresen a nuestro mercado con la línea de pollo semicriollo (semiestabulado) y decidan entrar a competir con su producto.

En el mercado Molagavita- Malaga.

A2. Por ser un producto nuevo, pueden surgir competidores rápidamente, razón por la cual el posicionamiento de la marca debe ser fuerte para que los clientes prefieran el producto por encima de la competencia.

A3. Pueden existir barreras de entrada; la población en general puede ser que no acoja a nuestra empresa o no tome interés en nuestro ya que mantiene fidelidad o satisfacción con otras empresas.

A4. TLC.

A5. Incremento en el precio del Dólar.

A6. Ingreso de plagas por la gripe aviar.

A7. Productos sustitutos como la carne de res, cerdo y pescado.

Una vez analizadas las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del proyecto, es importante establecer una relación directa con las estrategias de mercado que se implementarán para su desarrollo; a continuación, se analizan los aspectos más importantes del análisis DOFA con las estrategias a implementar.

ESTRATEGIAS DOFA

	ESTRATEGIA	OBJETIVO
DEBILIDADES		
(D1, D2, D3, D4) Preferencia de la población por otras empresas que ofrecen productos sustitutos o similares.	Realizar un pre-lanzamiento del producto para crear curiosidad en el consumidor, mediante la oferta y promoción del mismo en las empresas dedicadas al sacrificio y comercialización de aves en canal.	Dar a conocer nuestra empresa por medio de publicidad con tarjetas, publicidad radial a nivel de la provincia en general garantizando abastecer el mercado de nuestros municipios meta.
(D5, D6) Producto con características nuevas en el mercado	Hacer publicidad directa con los posibles clientes destacando la calidad, innovación e impacto en el mercado que se puede ofrecer por medio de nuestro producto. Lanzamiento del producto en una feria empresarial organizada	

	<p>por el Sena Málaga en el que se dé a conocer el producto en pie, características de su alimentación, su presentación en canal y tics de cómo preparar recetas fáciles y rápidas con el producto.</p>	
<p>AMENAZAS</p> <p>(A1, A2, A4, A5, A6) Entrada al mercado de competidores con productos iguales y sustitutos.</p> <p>(A3, A7) Mínima acogida de los posibles clientes con nuestro producto.</p>	<p>Hacer propaganda e informar sobre las promociones por la compra de nuestro producto al por mayor.</p> <p>Promoción en radio, vos a vos, tarjetas de presentación. Hacer un pre-lanzamiento de la empresa para crear expectativas en el consumidor.</p>	<p>Fidelizar a los clientes con la empresa.</p>
<p>FORTALEZAS</p> <p>(F1,F2,F3,F4,F5,F6,F7,F8) Es un producto que se podrá diferenciar de los otros por su calidad, excelente aspecto saludable, su sabor y color.</p>	<p>Ofrecer la excelencia del pollo en las empresas de la provincia que comercializan el pollo en canal o lo desean adquirir en pie.</p> <p>Hacer un pre-lanzamiento del producto para crear expectativas en el consumidor.</p>	<p>Incentivar a la población en general a adquirir el pollo teniendo en cuenta la diferenciación de nuestro producto y los beneficios alimenticios en los consumidores de igual forma al adquirir nuestro producto en pie (descuentos, promociones).</p>

OPORTUNIDADES		
El mercado de nuestro producto va en ascenso.	Aumentar el marketing en sitios potenciales como pueblos cercanos, y en barrios periféricos de los municipios.	Evaluar la acogida del producto en diversos segmentos de mercado.
Facilidad de expansión a nuevos segmentos de mercado.		

Table 3: Estrategias DOFA.

ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<p>(F1F2, F3,F4-O1,O2,O3)Aprovechar al maximo la oportunidad que se brinda al permitir nos abrir a nuevos mercados con diferentes lineas.</p> <p>(F5, F6, F7, F8-O4, O5, O6) Brindar un pollo de excelente calidad segun los requerimientos de los clientes teniendo en cuenta el nivel de productividad que Podemos generar mediante la comercilaizacion que se mantenga con cada uno delos intermediariso de nuestro canal de distribucción.</p> <p>(F2, F3, F6-O4,O5) Acogerse a los programas de apoyo al empresario del campo, con el fin de obtener beneficios en impuestos, asi mismo incrementar gradual mente la productividad deacuerdo a la inflación, de esta forma aumentar las ventas abarcando cada planta de beneficio.</p>	<p>(F1,F2,F3,F4-A1,A2,A3) Aprovechar al máximo la alternativa de nuestro Mercado por ser un pollo saludable y de excelente alcance para nuestros clientes en precio y acceso siedno necesario realizar benchmarking con nuestra competencia y asi garantizar la satisfaccion en nuestros clientes.</p> <p>(F6,F7,F8-A5,A6,A7) De acuerdo al comportamiento del Dolar, comprar un stock de inventario de insumos de tal forma que cuando baje el dolar y por ende los insumos (purina, maiz) se pueda comprar a mayor precio, disminuyendo el costo.</p> <p>Realizar un plan de manejo de plagas en los manuals suministrados por FENAVI.</p>
ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<p>(D1,D2,D3,D4,D5,D6- O1,O2,O3). Ofrecerle a nuetros clientes suficiente pollo de excelente calidad para lograr saturar el Mercado y asi evitar que empresas que aun mantienen reconocimiento en el Mercado nos afecten.</p> <p>(D5-O4,O5) Abarcar, a traves del servicio al cliente la mayoría de los clientes. Aprovechar los subsidios y/o beneficios de los programas de apoyo al empresario para aumentar la rentabilidad.</p>	<p>(D2,D4,D5,D6-A1,A3,A4,A5)</p> <p>Llevar un control de la variacion de precios, del alza de la materia prima en general garantizando asi lal reduccion de costos identificando el momento oportuno para comprar con excelentes precios todo lo necesario para el desarrollo de la actividad economica.</p>

Table 4: MATRIZ FODA.

1.3 ¿ CUAL ES MI SOLUCION?

1.3.1 Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta 2.

COMPONENTE INNOVADOR:

Nuestra empresa AVESGAR estara dedicada a la producción y comercialización de pollo semicriollo en pie de excelente calidad; cumpliendo con las expectativas del Mercado y permitiendo abastecer algunas empresas que van a adquirir nuestro producto para su proceso de sacrificio, empaque y comercialización en canal.

Nuestro pollo se diferencia por que va a ser criado con la tecnica de semiestablacion, alimentación con concentrado, forrajes y maiz logrando que la carne tenga baja proporción de grasa en la piel y un alto porcentaje de proteínas de carne.

Ademas la forma de cria sera mediante un Sistema extensivo en gallinero permitiendo una salida libre y una cria en libertad durante el dia permitiendo asi conservar la calidad del pollo.

A nivel de todos los canales de distribución y usuario final se tendran beneficios en comun teniendo en cuenta el factor innovador:

CARACTERISTICA	VENTAJAS	BENEFICIOS
Dar la posibilidad de adquirir creditos por las compras del pollo al por mayor con tiempo maximo de pago de 20 dias.	Disminuir costos a nivel de comercializacion y permitirle generar un porcentaje adicional por la venta de cada pollo.	Permitirle adquirir beneficios a corto plazo siempre uy cuando se efectue el pago en un tiempo minimo al establecido como credito.
Ofrecer la posibilidad de abastecerle pollo de excelente calidad teniendo en cuenta los estandares de produccion y comercializacion que mantienen actualmente los dias que les sean de mejor interes.	Aumentar su Mercado teniendo en cuenta la capacidad de venta y alcance en el Mercado cubriendo la demanda existente.	Permitirles ofertar un pollo en canal de excelente calidad sin afectar las lineas actuales de su Mercado sin distorcionar su peso o costos de venta en canal.
Asistencia personalizada acerca de temas realcionados con mercadeo y ventas del mismo.	Implementar estrategias que les permitan tener informacion de primera instancia del producto ofertado.	Contribuir al posicionamiento de su empresa.
Contribuir a la divulgación y posicionamiento de las marcas aliadas a nivel regional.	Generar alianzas concretas que permitan que el producto sea comercializado a nivel de los mercados regionales.	Ampliar su Mercado y generar mas empleo permitiendo aumentar ingresos.

<p>Garantizar la calidad en la producción del pollo semicriollo mediante la modalidad de semiestabulación en la que se observe el rendimiento del mismo en cada fase de su producción.</p>	<p>Permite ofrecer un pollo mas atractivo en el Mercado, garantizando su aceptabilidad y rendimiento en canal.</p>	<p>Disminuye mermas en su sacrificio en alto indice, ademas aporta mayor contenido nutricional a sus consumidores finales al ser un pollo bajo en grasa y con excelentes niveles nutricionales.</p>
<p>Implementación de las normas aplicables para pequeñas y medianas empresas como el Decreto 1500 de 2007. Ministerio de la Protección Social. Titulo I, Articulo 1 y 2, Titulo II, Capitulo I Artículos 3, Capitulo II. Artículos 4, 6 y 7, Capitulo III Artículos 11,12 13, 14, 15, 16 y 17, Titulo III, Capitulo IV, Articulo 98. La Resolución 2896. Octubre de 2005. ICA. Las Normas Internacionales de Sanidad Animal IOE. Las Normas de Bioseguridad.</p>	<p>Nos permite ser competitivos y garantizar el bienestar de las aves y el personal en general.</p>	<p>Garantizar la inocuidad alimentaria, la sanidad y el bienestar animal, la seguridad de los trabajadores y el cuidado del medio ambiente.</p>

Table 5: *Componente innovador.*

1.3.2 ¿Cómo validó la aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)?

La aceptación de mi mercado se validó mediante la aplicación del método de investigación cualitativo como lo es la entrevista que consiste en realizar comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto en la que se puede obtener información oral por parte de una persona (entrevistado) logrando que el entrevistador directamente, en una situación de cara a cara, transmita información en varios sentidos, por lo tanto se responde a preguntas orientadas a obtener información exigida por los objetivos específicos del estudio.

Se aplicó la modalidad de entrevista estructurada que se caracteriza por plantear preguntas en un mismo orden que se le aplican a cada uno de los participantes, al utilizar este tipo de entrevistas el investigador tiene limitada libertad para formular preguntas independientes generadas por la interacción personal, la entrevista se le aplicó a posibles clientes de cada uno de nuestros canales de distribución con la que pudimos adquirir información importante acerca del mercado actual del pollo, conocer nuestra competencia, precios del pollo y la oferta de valor de nuestra competencia.

Teniendo en cuenta el total de la población de Molagavita (5193) y Malaga (18738) habitantes que es nuestro Mercado meta se saco una pequeña muestra (30%) de los principales puntos de venta, distribuidores, usuarios finales del pollo en general destacando aspectos importantes.

A continuación se describen los dos modelos de entrevista aplicadas al canal semimayorista y canales dependientes y la entrevista aplicada a usuario final del pollo semicriollo en Molagavita y Malaga, con los que se obtuvieron resultados importantes para la validación de la aceptación del Mercado; es así como podemos valorar los siguientes resultados.

MODELO ENTREVISTA APLICADA A SEMIMAYORISTAS- CANALES DEPENDIENTES.

ENTREVISTA: SEMIMAYORISTAS - CANALES DEPENDIENTES.

1. ¿Cual es el nombre de su establecimiento comercial?
2. Nombre del propietario.
3. ¿Cuales son las presentaciones de pollo más comercializadas a nivel de su Mercado?
4. ¿Con que peso adquiere el pollo para su utilidad. (comercializar- transformación)?
5. ¿Cuáles son sus proveedores (Nombre de la empresa)?
6. ¿Donde esta ubicada su empresa distribuidora. (ciudad)?
7. ¿Cuáles son las características con la que usted adquiere el producto que le suministra su proveedor?
8. ¿Cual es la modalidad de pago que actualmente mantiene con sus proveedores y como le gustaría mantenerla?
9. La entrega de sus pedidos es oportuna y como le gustaría que se realizara / que días.
10. En que precio adquiere el pollo que le abastecen sus proveedores. (cada uno)
11. ¿Que día le realiza la entrega del producto cada proveedor y donde.?
12. ¿Cuanto pollo adquiere para su comercialización o transformación semanalmente.?
13. ¿Que es lo que mas le motiva a comprarle de su proveedor.?
14. Su proveedor le permite adquirir el producto a crédito/ plazo máximo.

MODELO ENTREVISTA APLICADA A USUARIO FINAL

ENTREVISTA – USUARIO FINAL

1. Nombre de la familia.
2. ¿Cuánto es el consumo de pollo semanalmente en su familia – independiente?
3. En qué precio adquiere un pollo en el mercado
4. ¿Cuál sería el peso ideal del pollo que usted desea adquirir en el mercado?
5. ¿Que otro tipo de carne adquiere con mayor frecuencia para su consumo?
6. ¿Cuántos miembros integran su hogar?
7. En el momento de adquirir un pollo busca que sea alimentado saludablemente o no tiene en cuenta este aspecto.
8. ¿Cuál es su proveedor principal del pollo que usted adquiere?

9. ¿Donde compra este pollo?
10. En el momento de adquirirlo le ofrecen la posibilidad de crédito si desea adquirir al por mayor.

RESPUESTAS OBTENIDAS POR LOS ENTREVISTADOS DEL MODELO DE ENCUESTA APLICADA A SEMIMAYORISTAS – CANALES DEPENDIENTES.

1. El nombre de los establecimientos comerciales encuestados son:

En Molagavita se encuestaron los siguientes establecimientos comerciales:

1. Hotel y restaurante Jireth Beraca.
2. Tienda de abarrotes el Grand.
3. Restaurante cachira.
4. Autoservicio Molagavita.

En Málaga se encuestaron los siguientes establecimientos comerciales:

1. Tienda de abarrotes mi Placita.
2. Asadero kokoriko
3. Supermercado la avenida.
4. Tienda de abarrotes Fruver Briceño.
5. Comerciante independiente de la plaza de mercado local 31D.
6. Comerciante independiente de la plaza de mercado local 31D.
7. Comerciante independiente de la plaza de mercado local 31D.
8. Comerciante independiente de la plaza de mercado local 31D.
9. Comerciante independiente de la plaza de mercado local 31D.
10. Comerciante independiente de la plaza de mercado local 31D.
11. Frutería frutiver.

2. El nombre de su propietario es:

Establecimientos comerciales de Molagavita.

1. Blanca Hernández.
2. Domingo A Anaya.
3. Luis Alberto Hernández.
4. Ana Leidy Blanco.

Establecimientos comerciales de Malaga.

1. Diocelina Bello.
2. Nancy Quintero.
3. Avel Sandoval.
4. Maria Briceño.
5. Maria Helena Medina.
6. Diana Calderon.

7. Mercedes Daza.
8. Placida Medina.
9. Blanca Chaparro.
10. Carmen Campos.
11. Ana Libia Barrera.

3. ¿Cuáles son las presentaciones de pollo más comercializadas a nivel de su mercado.?

En los establecimientos comerciales de Molagavita destacaron en general las presentaciones de picadas, bandejas de pechuga, bandeja de pernils y menudencias.

En los establecimientos comerciales en general a excepción del asadero kokorriko las presentaciones de pollo más comercializadas a nivel de estos mercados son las bandejas de pechuga, bandejas de pernils, bandejas de picadas, bandejas de alas, bandejas de corazones, bolsa de patas, bolsa de menudencias y en relación con el asadero kokorriko las presentaciones de pollo más comercializadas son pollo asado pollo broster.

Estos resultados nos permiten obtener información veraz acerca de la calidad y características de las presentaciones del pollo en general para su comercialización en canal.

4. ¿Con que peso adquiere el pollo para su utilidad. (comercializar- transformación).?

En general los establecimientos comerciales de Molagavita y Málaga adquieren el pollo con un peso promedio de 3 libras a excepción del asadero kokorriko que es de 1.8 kilos

5. ¿Cuáles son sus proveedores (Nombre de la empresa).?

A nivel de los establecimientos comerciales de Molagavita sus principales proveedores son avícola surtiavisan y Campollo.

A nivel de los establecimientos comerciales de Málaga sus principales proveedores son Campollo, Distraves, Surtiavisan y productores independientes de la provincia.

6. ¿Donde está ubicada su empresa distribuidora. (ciudad).?

Las empresas distribuidoras Campollo, Distraves, Surtiavisan se encuentran ubicadas en la ciudad de Bucaramanga y los productores independientes en las veredas de Málaga como calichal, así como en municipios como la Concia, Enciso, Capitanejo.

7. ¿Cuáles son las características con la que usted adquiere el producto que le suministra su proveedor.?

Destacan los encuestados que las características con la que adquieren el producto es principalmente la presentación, la calidad, el cumplimiento y la inocuidad en el transporte y sacrificio.

8. ¿Cual es la modalidad de pago que actualmente mantiene con sus proveedores y como le gustaría mantenerla.?

Todos los encuestados destacan que la modalidad de pago que mantiene con cada uno de sus proveedores es de contado, tras entrega del pedido.

9. La entrega de sus pedidos es oportuna y como le gustaría que se realizara / que días.

La entrega de sus pedidos si consideran que es oportuna por parte de sus proveedores y les gustaría que se realizara los fines de semana en ciertas ocasiones principalmente en temporadas.

10. ¿En qué precio adquiere el pollo que le abastecen sus proveedores. (cada uno)?

Con relación a los encuestados mantienen como proveedor a Campollo, Distraves y surtiavisan presentan un promedio en el precio de la presentación de pollo entero de \$12000 con un peso de 3 libras aproximadamente, así como la presentación que adquiere el asadero esta en un precio de \$5300 pollo broster, de igual forma las presentaciones de pollo de algunos de los productores independientes es de un precio de \$20000 con un peso estimado de 5 libras así como también manejan las presentaciones de 3 libras en \$12000.

11. ¿Que día le realiza la entrega del producto cada proveedor y donde.?

La entrega del producto se realiza en Molagavita:

Distribuidora avisan: Los días de entrega son los miércoles cada quince días.

Distribuidora Campollo: Los días de entrega son los martes cada quince días.

La entrega del producto se realiza en Molagavita:

Distribuidora avisan: los días de entrega son los días miércoles y viernes.

Distribuidora Campollo: los días de entrega son los días de entrega son lo lunes, miércoles y viernes.

Los productores independientes: realizan entregas de los pedidos en algunos puntos todos los días en pequeños pedidos, pero la entrega general son los días martes y viernes.

12. ¿Cuanto pollo adquiere para su comercialización o transformación semanalmente.?

A nivel de los establecimientos comerciales de Molagavita son:

En relación con los restaurantes es de 15 y 20 pollos aproximadamente cada 15 días.

En el supermercado y tienda de abarrotes es de 60 pollos cada quince días aproximadamente.

En relación con el canal usuario final se mantiene una estimación en pedido de 2 pollos semanal.

A nivel de los establecimientos comerciales de Málaga son:

A nivel de las tiendas de abarrotes y Fruver se mantiene un promedio de 25 pollos semanal.

A nivel de las empresas independientes que son productoras y comercializadoras se estima un promedio de 150 pollos semanalmente.

En relación con el asadero se estima un pedido de 50 pollos semanal.

13. ¿Que es lo que más le motiva a comprarle de su proveedor.?

Del total de la muestra encuestada respondieron que lo que mas les motiva a comprarle a sus proveedores es la calidad con la que entregan el producto, la presentación del mismo, la atención oportuna.

14. Su proveedor le permite adquirir el producto a crédito/ plazo máximo.

Los encuestados nos informan de que su proveedor en su mayoría no permite manejar línea de crédito, así como los mismos clientes prefieren cancelar de contado sus pedidos.

RESPUESTAS OBTENIDAS POR LOS ENTREVISTADOS DEL MODELO DE ENCUESTA APLICADA A USUARIO FINAL.

1. Nombre de la familia.

1. MILTA LIZARAZO ARGUELLO
2. SONIA SANABRIA.
3. LUZ MYRIAN LEAL
4. CRISTIAN CAMILO REY.
5. PEDRO ANTONIO ALMEYDA
6. MARIA MERCEDES MAYORGA.

2. ¿Cuánto es el consumo de pollo semanal en su familia – independiente?

En promedio según los resultados obtenidos es de 2 pollos semanal.

3. ¿En qué precio adquiere un pollo en el Mercado?

Según las respuestas obtenidas las familias adquieren pollo con un precio de \$12000 con un peso estimado de 3 libras así como a nivel de los productores independientes o informales adquieren pollo de 5 libras en un precio de \$22000.

4. ¿Cuál sería el peso ideal del pollo que usted desea adquirir en el mercado?

El peso ideal en los consumidores finales es de 4 y 5 libras aproximadamente.

5. ¿Que otro tipo de carne adquiere con mayor frecuencia para su consumo?

La carne que adquiere con mayor frecuencia para su consumo es la de cerdo, res y en ciertas ocasiones el pescado.

6. ¿Cuántos miembros integran su hogar?

Según el rango de los datos obtenidos es de 4 miembros.

7. En el momento de adquirir un pollo busca que sea alimentado saludablemente o no tiene en cuenta este aspecto.

Según las respuestas obtenidas las familias siempre buscan adquirir un producto saludable evitando así adquirir proteínas con hormonas y demás.

8. ¿Cuál es su proveedor principal del pollo que usted adquiere?

Teniendo en cuenta la compra constante en los supermercados o puntos de venta, así como en ocasiones lo adquieren de productores independientes.

9. ¿Dónde compra este pollo?

Principalmente en puntos de venta o supermercados y salsamentarías.

10. En el momento de adquirirlo le ofrecen la posibilidad de crédito si desea adquirir al por mayor.

Por lo general no mantienen la posibilidad de adquirirlo a crédito en ninguna modalidad.

1.3.2 Describa el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha de su proyecto, en los aspectos: técnico - productivo, comercial y legal.

ASPECTO	AVANCE
TECNICO – PRODUCTIVO	A nivel tecnico actualmente desarrollo pruebas piloto en relación con la producción de pollo en pie, teniendo en cuenta que actualmente mantengo producción de 50 pollos que se ofertan con un peso de 4 y 5 libras aproximadamente para su venta, alimentado con una pequeña parte de concentrado, maiz, hierba, desperdicios garantizando la calidad del pollo semicriollo.

	<p>Es así como las instalaciones del galpón actual son edificadas con productos rústicos como es madera, maya plástica, polisombra, plástico, teja de zinc, un bebedero, dos comederos. Sus dimensiones son de 8m², con un clima promedio de 18°C, está ubicado en el municipio de Molagavita en la vereda Jaimes.</p>
<p>COMERCIAL</p>	<p>Los avances que mantengo a nivel comercial están basados en la comercialización del pollo producido en los lotes anteriores manteniendo como clientes principales algunas familias del municipio de Molagavita.</p> <p>Así mismo he podido conocer las preferencias algunas de las familias destacando que tienen muy en cuenta la presentación del pollo en canal, la calidad del pollo, el aspecto físico del ave en relación con el color, la preferencia en cuanto a peso, así como su venta en pie o canal.</p> <p>Además se han conocido aspectos importantes acerca de la competencia en relación con su comercialización, presentación del producto, precios en el Mercado, quienes son mis competidores informales a nivel del Mercado de Molagavita.</p>
<p>LEGAL</p>	<p>En aspectos legales no he mantenido avances ya que los adelantos ejecutados a nivel de producción y mercadeo se han efectuado por la prueba piloto que actualmente desarrollo.</p>

Table 6: Avance logrado para puesta en marcha.

1.3.4 Elabore la ficha técnica para cada uno de los productos (bienes o servicios) que componen su portafolio:

AVESGAR	FICHA TECNICA DEL PRODUCTO
---------	----------------------------

DENOMINACIÓN DEL PRODUCTO	Pollo semicriollo en pie
CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO SEGÚN LA LEGISLACIÓN VIGENTE (según Resolución 719 de 2015)	Carne y derivados cárnicos.
CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO SEGÚN PROPIA INDUSTRIA.	Pollo semicriollo en pie con peso ideal para su sacrificio.
DESCRIPCIÓN	Pollo semicriollo en pie; alimentado a base de pequeñas porciones de concentrado, maíz y forrajes que permiten aportar altos niveles de proteína, buscando mejorar la alimentación de la población en general.
ORIGEN DEL POLLO	Explotaciones registradas integradas o no.
PRESENTACION	Los pollos serán entregados en pie, en canastillas permitiendo mantener su comodidad en el transporte; serán entregados con un peso de 4 libras aproximadamente.
ENVASADO	<ul style="list-style-type: none"> • Se presentan en cajas de 12 unidades de pollos en pie por cada canastilla. • Son de venta en su mayoría para clientes seminaristas, canales dependientes y canales usuarios. • Se entrega con control alimenticio.
PESO NETO	Según canal
COMPOSICION NUTRICIONAL	Agua 70,3 Energia (kcal) 167 Proteina (g) 20 Grasa total 9.7% Colesterol (mg) 110 Calcio (mg) 13 Hierro (mg) 1.1 Yodo (mg) 0,4 Magnesio (mg) 22 Cinc (mg) 1.0 Selenio (ug) 6.0 Sodio (mg) 64 Potasio (mg) 248 Fosforo (mg) 147 VITAMINAS Vitamina B 1 (mg) 0.1 Vitamina B2 (mg) 0.15 Eg niacina (mg) 10.4


	Vitamina B6 (mg)0.30 Biotina (ug) 2 Acido folico (ug) 10 Vitamina B12 (ug)0.4.
DESTINO FINAL	Población en general
IMAGEN	

Table 7: Ficha tecnica del producto.

1.4 ¿CÓMO DESARROLLO MI SOLUCIÓN?

1.4.1 ¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su Proyecto?

Se obtendran ingresos mediante el desarrollo de la actividad economica que consiste en la producción y comercialización de pollo semicriollo en pie en el municipio de Molagavita en la que se comercializara el producto a nivel del mismo municipio y Malaga teniendo como posible cliente futuro avicola Madroño de la ciudad de Bucaramanga.

Es asi como se han diseñado algunas estrategias a ejecutar que nos permitiran generar ingresos y ser reconocidos a nivel del Mercado, garantizando asi la aceptabilidad del mismo y ser autosostenibles y competentes.

ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO:

- Ofrecer un producto de excelente presentación con características saludables y con un peso optimo para las necesidades del cliente.
- Disminuir los costos de producción para ofrecer un producto de excelente calidad y asequible en el mercado.
- Innovar a nivel de la alimentación y bienestar de las aves permitiendo mejorar su rendimiento y la calidad del mismo.
- Desarrollar nuevas líneas de producto garantizando el aumento de ventas y aceptabilidad de producto en el mercado.
- Presentar novedad en el mercado mediante la práctica de producción de semiestabulación.

ESTRATEGIA PARA EL PRECIO

- Reducir los precios por debajo de la competencia, para que de este modo se pueda bloquear y ganarle al mercado.

- Implementar la táctica de descuento por lanzamiento teniendo en cuenta compras al por mayor.
- Ofrecer en el Mercado objetivo el pollo con precio especial de lanzamiento, logrando así la penetración más rápida en el Mercado.

ESTRATEGIAS DE PLAZA Y DISTRIBUCIÓN:

- Realizar la distribución del producto en forma directa, el encargado recogerá las aves desde la planta de producción y de ahí se llevarán directamente a la planta de sacrificio los días acordados para su entrega.
- Crear una base de datos en la que se llevara un registro controlado de los clientes y demás personas que harán parte de nuestros clientes objetivos.
- Utilizar el canal de distribución y usuarios finales, ya que haremos ventas a través de intermediarios como mayoristas, semimayoristas y ventas directas a usuarios finales.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN:

- Ofrecer descuentos por cantidades de pollos que dispongan comprar al por mayor.
- Se tendrán tarjetas de presentación con el nombre de la empresa, dirección y teléfono para pedidos.
- Se distribuirán volantes y catálogos en donde se mostrarán las ventajas de nuestro producto en cuanto a calidad, precio, y presentación del mismo.
- Se implementará cuñas radiales, en donde se proporcionará el producto y sus ventajas nutricionales.

1.4.2 Describa las condiciones comerciales que aplican para el portafolio de sus productos:

CLIENTE

¿Cuales son los volúmenes y frecuencias de compra?	Los volúmenes de ventas son en promedio de 20 a 50 pollos semanal teniendo en cuenta la solicitud del cliente, la rotación del producto en el Mercado, las temporadas bajas, medias y altas del mismo; así como su frecuencia de compra será una vez por semana destacando que con algunos clientes se hace necesario hacerle entrega del producto dos veces por semana.
¿ Que características se exigen para la compra (calidades, presentación-empaque)	Las características que se exigen para la compra son principalmente el cumplimiento de la ficha técnica del pollo en pie para entrega a nuestros clientes, garantizando estar sano y en óptimas condiciones para su sacrificio.
Sitio de compra	Adquiere el pollo semicriollo en el galpón AVESGAR, ya que su comercialización es en pie

	para luego ser transportado a la planta de sacrificio y continuar su ciclo de comercialización en canal.
Forma de pago	La forma de pago que se plantea manejar es de contado a excepción con los clientes que adquieran compras superiores a 80 pollos semanal que tendrán un plazo máximo de pago de ocho días, así como los clientes que paguen de contado tendrán beneficios a nivel de sus pedidos.
Precio	El precio estimado para la venta del pollo en pie con un peso promedio de 3 libras será de \$11000 y de 4 libras de \$15000.
Requisitos post venta	Conocer la solicitud del cliente en lo referente a peso de las aves requeridas, cantidad, día y hora de entrega, condiciones de entrega, condiciones de transporte, medio de transporte.
Garantías	Se entrega un ave en excelentes condiciones en pie para su sacrificio o fin comercial destacando que los demás procesos que se efectúen luego de la entrega del ave no mantiene ninguna responsabilidad a nivel de sanidad, inocuidad y daños en la materia prima por parte de AVESGAR.
Margen de comercialización	<p>Teniendo en cuenta los dos márgenes de comercialización se tendrá en cuenta aspectos relacionados con la rentabilidad de las dos partes.</p> <ul style="list-style-type: none"> Margen bruto de comercialización que es la relación con el precio pagado por el último consumidor y se expresa en porcentajes, es así como este precio con el que se ofertará el pollo en pie varía de acuerdo a la cantidad solicitada y su modalidad de pago. <p>$MBC = \frac{\text{Precio del consumidor} - \text{Precio del agricultor}}{\text{Precio del consumidor}} \times 100$.</p> <ul style="list-style-type: none"> Margen neto de comercialización: Es el porcentaje sobre el precio final que percibe la intermediación como beneficio neto. Al deducir los costos del Mercado. <p>$MNC = \frac{\text{Margen Bruto} - \text{costos de mercadeo}}{\text{precio pagado por el consumidor}} \times 100$.</p> <p>Mediante estos dos márgenes de comercialización se puede identificar los recursos utilizados y su respectivo beneficio comercial o económico.</p>

Table 8: Condiciones comerciales para el cliente.

CONSUMIDOR

¿Dónde compra?	En la avícola AVESGAR directamente tomado bajo pedido, teniendo en cuenta especificaciones del día de entrega.
¿Que características se exigen para la compra?	Ser un pollo saludable, tener el peso deseado para su consumo con relación al peso establecido para la venta, cantidad solicitada, día solicitado.
¿Cual es la frecuencia de compra?	Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la entrevista aplicada y el conocimiento mínimo del Mercado se estima de dos pollos semanal.
Precio	El precio estimado de cada pollo con un peso de 4 libras es de \$15000.

Table 9: Condiciones comerciales para el consumidor.

1.4.3 Realice la proyección de cantidades y precios de venta.

Proyeccion en cantidades: La proyeccion en producción mensual se estima para el primer año luego de la puesta en marcha de 700 pollos semicriollos.
Proyeccion en precios de venta: La proyeccion en precios de venta se estima en \$ 11000.
Forma de pago (contado/ credito) *: La forma de pago que se mantendra sera de contado y en ciertas ocasiones a credito por compras constantes y superiores a 80 pollos mensual teniendo como plazo maximo de pago ocho dias luego de la entrega del pedido.

Table 10: Proyeccion de cantidades y precios de venta.

4.4 Describa la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.

NORMATIVIDAD EMPRESARIAL (CONSTITUCION EMPRESA):

ACTA DE CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS DE
" AVICOLA AVESGAR"

ACTO CONSTITUTIVO

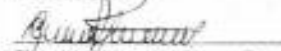
Cláudia Milena Mayorga Ramirez y Pedro Antonio Almeyda, de nacionalidad COLOMBIANA, identificados como aparece al pie de las firmas, domiciliados en el Municipio de Molagavita, declara previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada (SOCIEDAD Productora y comercializadora de pollo semicriollo en pie "AVESGAR" S.A.S.)

Para realizar cualquier actividad civil comercial licita en la prestación de servicios, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de (\$12.000.000), dividido en (1 cuota) de acciones ordinarias de valor nominal de (\$4.000.000) cada uno, que han sido liberadas en su totalidad o en el porcentaje correspondiente, previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

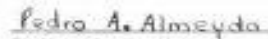
Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la asociación por acciones simplificadas que por el presente acto se crea.

Anexo: Lista de Socios y firmas

SOCIOS



Cláudia Milena Mayorga R.
C.C.1101520759 DE MOLAGAVITA.



Pedro Antonio Almeyda
C.C.1104184286 DE SAN JOAQUIN.

Figure 1: Constitución empresa.



ESTRUCTURA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS (S.A.S).

En el municipio de Molagavita, comparecieron los señores CLAUDIA MILENA MAYORGA RAMIREZ, PEDRO ANTONIO ALMEYDA ORTIZ de nacionalidad colombiana. Identificados con las cédulas de ciudadanía número CC. 1101520759, C.C 1104184286 mayores de edad los cuales manifestaron:

PRIMERO. - CONSTITUCIÓN: Que actuando en sus propios nombres e interés; acordaron en reunirse para constituir una compañía comercial por acciones simplificada S.A.S, que por esta escritura se constituye, y que girará bajo la razón social de GRANJA AVICOLA S.A.S cuyo domicilio será en la provincia de Molagavita.

SEGUNDA.- OBJETO SOCIAL: El objeto principal de la sociedad será realizar las siguientes actividades:

COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE POLLOS SEMICRIOLLOS EN CANAL.

TERCERA.- CAPITAL: El capital social de la empresa es de \$24.000.000.

Este capital ha sido suscrito y pagado íntegramente por los socios fundadores así:

Socio:	Acciones	Valor
A. CLAUDIA MILENA MAYORGA	15	\$12.000.000
B PEDRO ANTONIO ALEYDA	15	\$12.000.000

La responsabilidad de los socios queda limitada al valor de sus aportes.

CUARTA.- FORMALIDAD: La sociedad llevará un libro de registro de socios, registrado en la Cámara de Comercio, en el que se anotarán el nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación y número de cuotas que cada uno posea, así como los embargos, gravámenes y cesiones que se hubieren efectuado, aun por vía de remate.

QUINTA.- Administración: La dirección y administración de la sociedad estarán a cargo de los siguientes órganos: a) La junta general de socios, y b) el gerente. La sociedad también podrá tener un revisor fiscal, cuando así lo dispusiere cualquier número de socios excluidos de la administración que representen no menos del veinte por ciento (20%) del capital. La junta general de socios la integran los socios reunidos con el quórum y en las demás condiciones establecidas en estos estatutos.

SEXTA.- Representación: Todos los socios y cada uno de ellos delega la representación a un gerente y un suplente, de libre nombramiento y remoción por la Junta de socios, para periodos de un año para el ejercicio de sus funciones, contados a partir de la fecha de la firma de la presenta acta. El gerente será el representante legal de la sociedad, y el suplente de Gerente tendrá la función de reemplazar al gerente en sus faltas absolutas, temporales y accidentales con las mismas atribuciones. De común acuerdo, se designa a la señora,



CLAUDIA MILENA MAYORGA RAMIREZ, como Gerente, y al señor **PEDRO ANTONIO ALMEYDA ORTIZ** como suplente del gerente, para el primer periodo que inicia en esta fecha.

SEPTIMA: Atribuciones: El Gerente tendrá las facultades para ejecutar todos los actos y contratos acordes con la naturaleza de su encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios sociales. En especial, el gerente tendrá las siguientes funciones:

- a) Uso de la firma o razón social
 - b) Designar al secretario de la compañía, que será también secretario de la junta general de socios. Designar los demás empleados que requiera para el normal funcionamiento de la compañía y fijarles su remuneración, excepto cuando se trate de aquellos que por ley o por estos estatutos deban ser designados por la junta general de socios. Corresponderá al secretario llevar los libros de registro de socios y de actas de la junta general de socios y de actas de la junta general de socios y tendrá, además, las funciones adicionales que le encomienden la misma junta y el gerente.
 - c) Presentar un informe de su gestión a la junta general de socios en sus reuniones ordinarias y el balance general de fin de ejercicio con un proyecto de distribución de utilidades;
 - e) Convocar a la junta general de socios a reuniones ordinarias y extraordinarias;
 - f) Nombrar los árbitros que correspondan a la sociedad en virtud de compromisos, cuando así lo autorice la junta general de socios, y de la cláusula compromisoria que en estos estatutos se pacta.
 - g) Constituir los apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses sociales.
- PARRAGRAFO** - El gerente requerirá autorización previa de la junta general de socios para la ejecución de todo acto o contrato que exceda de DIEZ MILLONES DE PESOS. (\$10.000.000).

NOVENA. Reuniones de la Junta de Socios: Sus reuniones serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dentro de los tres primeros meses siguientes al vencimiento del ejercicio social, por convocatoria del gerente, hecha mediante comunicación por escrito dirigida a cada uno de los socios con quince (15) días hábiles de anticipación, por lo menos. Si convocada la junta ésta no se reúne, o si la convocatoria no se hiciera con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes de abril, a las 10 a.m., en las oficinas de la administración del domicilio principal. Las reuniones ordinarias tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía, considerar las cuentas y balances del último ejercicio, resolver sobre la distribución de utilidades y acordar todas las providencias necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social. Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la compañía así lo exijan, por convocatoria del



gerente (y del revisor fiscal, si lo hubiere) o a solicitud de un número de socios representantes de la cuarta parte por lo menos del capital social. La convocatoria para las reuniones extraordinarias se hará en la misma forma que para las ordinarias, pero con una anticipación de cinco (5) días comunes a menos que en ellas hayan de aprobarse cuentas y balances generales de fin de ejercicio, pues entonces la convocatoria se hará con la misma anticipación prevista para las ordinarias. Las reuniones de la junta general de socios se efectuarán en el domicilio social. Sin embargo, podrá reunirse válidamente cualquier día y en cualquier lugar sin previa convocatoria, cuando se hallare representada la totalidad de las cuotas que integran el capital social.

DECIMA. FUNCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS: son las siguientes:

- a) Estudiar y aprobar las reformas de estatutos.
- b) Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deben rendir los administradores
- c) Disponer de las utilidades sociales conforme a lo previsto en estos estatutos y en la ley.
- d) Elegir y remover libremente al gerente y a su suplente, así como fijar la remuneración del primero.
- e) Elegir, remover libremente y fijar la remuneración que corresponda a los demás funcionarios de su elección.
- f) Considerar los informes que debe presentar el gerente en las reuniones ordinarias y cuando la misma junta se los solicite.
- g) Constituir las reservas que deba hacer la sociedad e indicar su inversión provisional.
- h) Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como a la admisión de nuevos socios.
- i) Decidir sobre el registro y exclusión de socios.
- j) Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores de los bienes sociales, el representante legal, el revisor fiscal (si lo hubiere), o contra cualquiera otra persona que hubiere incumplido sus obligaciones u ocasionado daños o perjuicios a la sociedad.
- k) Autorizar la solicitud de celebración de concordato preventivo potestativo;
- l) Constituir apoderados extrajudiciales, precisándoles sus facultades y las demás que le asignen a las leyes y estos estatutos.

DECIMA PRIMERA. RESERVA LEGAL: La sociedad formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital social. En caso de que este último porcentaje disminuya por cualquier causa, la sociedad deberá seguir apropiando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado. La junta general de socios podrá constituir reservas ocasionales, siempre que tengan una destinación específica y estén debidamente justificadas. Antes de formar cualquier reserva, se harán las apropiaciones necesarias para atender el pago de impuestos. Hechas las deducciones por este concepto y las reservas que



acuerde la junta general de socios, incluida la reserva legal, el remanente de las utilidades líquidas se repartirá entre los socios en proporción a las cuotas que poseen.

DECIMA SEGUNDA: Corte de Cuentas: - Anualmente, el 31 de diciembre, se cortarán las cuentas y se harán el inventario y el balance generales de fin de ejercicio que, junto con el respectivo estado de pérdidas y ganancias, el informe del gerente y un proyecto de distribución de utilidades, se presentará por éste a la consideración de la junta general de socios. Para determinar los resultados definitivos de las operaciones realizadas en el correspondiente ejercicio será necesario que se hayan apropiado previamente, de acuerdo con las leyes y con las normas de contabilidad, las partidas necesarias para atender el deprecio, desvalorización y garantía del patrimonio social (9).

DECIMA TERCERA: CESIÓN DE CUOTAS: Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas, lo que implicará una reforma estatutaria y de consiguiente se hará por escritura pública, previa aprobación de la junta de socios (y autorización de la Superintendencia de Sociedades, si la sociedad va a estar o está sometida a su vigilancia). La escritura será otorgada por el representante legal de la compañía, el cedente y el cesionario. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito para que dentro de los siguientes quince (15) días hábiles, manifiesten si tienen interés en adquirirlas, según el precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta. Transcurrido este lapso los socios que acepten la oferta tendrán derecho a tomarlas a prorrata de las cuotas que posean. En caso de que alguno o algunos no las tomen, su derecho acrecerá a los demás, también a prorrata. Si los socios interesados en adquirir las cuotas no estuviesen de acuerdo respecto del precio o plazo; se designarán peritos, para su fijación, conforme al procedimiento que indique la ley, y serán obligatorios para las partes.

DECIMA CUARTA.- TERMINO: La sociedad durará desde la fecha de esta escritura y se disolverá por las siguientes causales:

- a) Por vencimiento del término de su duración. Si antes no fuere prorrogado válidamente
- b) Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuya explotación constituye su objeto
- c) Por aumento del número de socios a más de veinticinco (25).
- d) Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria de la sociedad
- e) Por decisión de la junta general de socios, adoptada conforme a las reglas dadas para las reformas estatutarias y a las prescripciones de la ley.
- f) Por decisión de autoridad competente en los casos expresamente previstos en la ley.
- g) Por ocurrencia de pérdidas que reduzcan el capital por debajo del cincuenta por ciento (50%).
- h) Por las demás causales señaladas en la ley.

PARRAGRAFO.- La sociedad continuará (salvo estipulación en contrario) con los herederos del socio difunto en la forma como lo prescribe la ley.



En los casos previstos en el Código de Comercio, podrá evitarse la disolución de la sociedad adoptando las modificaciones que sean del caso, según la causal ocurrida, con observancia de las reglas establecidas para las reformas de estatutos, a condición de que el acuerdo se formalice dentro de los seis (6) meses siguientes a la ocurrencia de la causal.

Disuelta la sociedad, se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma indicada en la ley. En consecuencia, no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto y conservará su capacidad jurídica únicamente para los actos necesarios a la inmediata liquidación. El nombre de la sociedad (o su razón social, según el caso), una vez disuelta, se adicionará con la expresión “en liquidación”. Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatorio en las responsabilidades establecidas en la ley.


DECIMA QUINTA: - LIQUIDACIÓN - La liquidación del patrimonio social se hará por un liquidador o por varios liquidadores nombrados por la junta general de socios. Por cada liquidador se nombrará un suplente. El nombramiento se inscribirá en el registro público de comercio. Si la junta no nombra liquidador o liquidadores, la liquidación la hará la persona que figure inscrita como representante legal de la sociedad en el registro de comercio y será su suplente quien figure como tal en el mismo registro. No obstante lo anterior, podrá hacerse la liquidación por los mismos socios, si así lo acuerdan ellos unánimemente. Quien administre bienes de la sociedad y sea designado liquidador no podrá ejercer el cargo sin que previamente se aprueben las cuentas de su gestión por la junta general de socios. Por tanto, si transcurridos treinta (30) días hábiles desde la fecha en que se designó liquidador, no se hubieren aprobado las mencionadas cuentas, se procederá a nombrar nuevo liquidador. Los liquidadores deberán informar a los acreedores sociales del estado de liquidación en que se encuentra la sociedad, una vez disuelta, mediante aviso que se publicará en un periódico que circule regularmente en el lugar del domicilio social y que se fijará en lugar visible de las oficinas y establecimientos de comercio de la sociedad. Además, tendrán los deberes y funciones adicionales que determine la ley. Durante el período de liquidación la junta general de socios se reunirá en las fechas indicadas en los estatutos para las sesiones ordinarias y, así mismo, cuando sea convocada por los liquidadores (y por el revisor fiscal si lo hubiere). Mientras no se haya cancelado el pasivo externo de la sociedad, no podrá distribuirse suma alguna a los socios, pero podrá distribuirse entre ellos la parte de los activos que exceda el doble del pasivo inventariado y no cancelado al momento de hacerse la distribución. El pago de las obligaciones sociales se hará observando las disposiciones legales sobre prelación de créditos. Cuando haya obligaciones condicionales se hará una reserva adecuada en poder de los liquidadores para atender dichas obligaciones si llegaren a hacerse exigibles, la que se distribuirá entre los socios en caso contrario. Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá el remanente de los activos sociales entre los socios a prorrata de sus aportes. La distribución se hará constar en acta en que se exprese el nombre de los socios, el valor de sus correspondientes cuotas y la suma de dinero o los bienes que reciba cada uno a título de liquidación.



DECIMA SEXTA: - ARBITRAMENTO- Toda diferencia o controversia relativa a este contrato y a su ejecución y liquidación, se resolverá por un tribunal de arbitramento designado por la cámara de comercio de Malaga, mediante sorteo entre los árbitros inscritos en las listas que lleva dicha cámara. El tribunal así constituido se sujetará a lo dispuesto por el Decreto 2279 de 1989 y a las demás disposiciones legales que lo modifiquen o adicionen, de acuerdo con las siguientes reglas: a) El tribunal estará integrado por tres árbitros; b) La organización interna del tribunal se sujetará a las reglas previstas para el efecto por el centro de arbitraje de la cámara de comercio de Málaga c) El tribunal decidirá en derecho, y d) El tribunal funcionará en la ciudad de Malaga. El centro de arbitraje de la cámara de comercio de esta ciudad (10).

Firmas de los socios:


Claudia Milena Mayorga R.
C.C 1101520759 DE MOLAGAVITA.


Pedro Antonio Almeida
C.C 1104184286 DE SAN JOAQUIN.

Firma del notario: GERMAN OMAR CARDENAS OVIEDO.



NORMATIVIDAD TRIBUTARIA:

ASPECTOS TRIBUTARIOS PARA EL SECTOR AGROPECUARIO

Para determinar si la actividad agrícola esta incluida de las actividades mercantiles, es necesario definir comerciantes y establecer los actos no mercantiles:

DEFINICION DE COMERCIANTE (Art. 10 Código de comercio)

Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna en las actividades que la ley considera mercantiles.

La cantidad de comerciantes se adquiere, aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.

Conviene inicialmente recordar, que el artículo 468-2 del Estatuto Tributario, adicionado por el artículo 108 de la Ley 788 de 2002, dispone que en la comercialización de animales vivos el Impuesto sobre las Ventas se causa en el momento en que el animal sea sacrificado o procesado por el mismo responsable, o entregado a terceros para su sacrificio o procesamiento. Situación sustancialmente diferente al servicio de levante y engorde de pollos que es el tema que motiva la consulta.

Ahora bien, respecto de la noción de asistencia técnica en el sector agropecuario, igualmente el Concepto Unificado del Impuesto sobre las Ventas No. 00001 de 2003, aludiendo a la Ley 607 de 2003 manifestó:

"La Ley 607 de 2000, «Por medio de la cual se modifica la creación, funcionamiento y operación de las unidades municipales de asistencia técnica agropecuaria, Umata, y se reglamenta la asistencia técnica directa rural en consonancia con el sistema nacional de ciencia y tecnología», en su artículo 3 O . dispone: « El servicio de asistencia técnica directa rural comprende la atención regular y continua a los productores agrícolas, pecuarios, forestales y pesqueros, en la asesoría de los siguientes asuntos: en la aptitud de los suelos, en la selección del tipo de actividad a desarrollar y en la planificación de las explotaciones; en la aplicación y uso de tecnologías y recursos adecuados a la naturaleza de la actividad productiva; ...»".

Así mismo, el artículo 2° del Decreto 2123 de 1975 contiene la siguiente noción de asistencia: "Artículo 2°.- Entiéndese por asistencia técnica la asesoría dada mediante contrato de servicios incorporeales, para la utilización de conocimientos tecnológicos aplicados por medio del ejercicio de un arte o técnica.

Dicha asistencia comprende también el adiestramiento de personas para la aplicación de los expresados conocimientos". Como se aprecia, respecto del servicio de levante y engorde de pollos no puede decirse que corresponde a la prestación del servicio de asistencia técnica, razón por la cual es forzoso concluir, que es improcedente la aplicación del literal (i) del numeral 12 del artículo 476 del Estatuto Tributario en tratándose de la prestación del servicio en comento.



No obstante lo anterior, debe señalarse, que en el concepto 0001 de 2003, en su Título VII numeral 1.6, relativo a la causación en la comercialización de animales vivos, este Despacho indicó:

"1.6. CAUSACION EN LA COMERCIALIZACION DE ANIMALES VIVOS

El artículo 468-2 del Estatuto Tributario, adicionado por el artículo 108 de la Ley 788 de 2002, dispone que en la comercialización de animales vivos de que trata el artículo señalado, el Impuesto sobre las Ventas se causa en el momento en que el animal sea sacrificado o procesado por el mismo responsable, o entregado a terceros para su sacrificio o procesamiento. Para este efecto se requiere que el dueño de los animales sea responsable del régimen común.

El artículo 12 del Decreto 522 de 2003, señala que el impuesto debe ser liquidado por el dueño de los animales que sea responsable del régimen común en la fecha en que los sacrifique o procese, o los entregue para su sacrificio o procesamiento.

De acuerdo con las disposiciones anteriores, en la comercialización de animales vivos, la causación del Impuesto sobre las Ventas es especial, ya que el gravamen no se causa por la venta, sino en el momento en que el animal sea sacrificado o procesado por el dueño o entregado a terceros para sufrir los mismos procesos. Por lo tanto, la simple venta de animales vivos, sin que se efectúe sacrificio o procesamiento alguno, no genera el impuesto.

Tampoco se genera el impuesto en la cría de animales para terceros ni en la entrega de ganado en consignación para futuro reparto de utilidades. Para estos efectos, no puede perderse de vista que el Impuesto sobre las Ventas en Colombia es plurifásico sobre valor agregado, lo cual implica que deben atenderse todas las fases previas para la obtención de un bien final gravado o exento, sin que sea dable para efectos de su determinación tomar en cuenta las diferentes etapas productivas dentro de una misma cadena económica que involucran bienes o servicios gravados o exentos cuando la ley tributaria les otorga un tratamiento independiente..../" (Se subraya)

Deriva de lo expresado en el aparte anteriormente transcrito y específicamente de la parte subrayada, que cuando allí se manifiesta que "Tampoco se genera el impuesto en la cría de animales para terceros, . . ./" en su contexto ha de entenderse, que cuando allí se expresa "cría", quiere significarse la labor relativa al desarrollo de los animales (levante y ceba) respecto de los cuales de presta el servicio, razón por la cual corresponde manifestar, que de acuerdo con las previsiones del artículo 264 de la Ley 223 de 1995, los contribuyentes que hayan actuado con base en conceptos escritos proferidos por la Oficina jurídica de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales podrán sustentar sus actuaciones en la vía gubernativa y en la jurisdiccional con base en los mismos. Y durante el tiempo en que tales conceptos se encuentren vigentes, las actuaciones tributarias realizadas a su amparo no podrán ser objetadas por las autoridades tributarias; preceptúa además, que cuando la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales cambie la posición asumida en un concepto deberá publicarlo.

En atención a lo expuesto y según se señaló en forma impropia en el Concepto Unificado 0001, la "cría" de animales para terceros (entendida allí como el levante y engorde de animales), es actividad que no causa el impuesto sobre las ventas.



Precisa manifestar en esta oportunidad a efectos de fundamentar lo expresado, que en la normatividad que regula la actividad pecuaria, existe noción legal de lo que para efectos fiscales se entiende como negocio de ganadería y dentro de ella, atendiendo la acepción impositiva, la cría de animales comporta su reproducción, en cuanto el levante o desarrollo y la ceba o engorde de ganado mayor o menor son actividades diferentes a la cría, según se establece del artículo 92 de Estatuto Tributario.

Ahora bien, como del régimen relativo al impuesto sobre las ventas respecto del servicio de cría (levante y engorde de animales) se hace expresa mención en el Título VII numeral 1.6 del Concepto 0001 de 2003 en el aparte antes transcrito, en las actuaciones adelantadas por los contribuyentes en tiempo anterior al presente Concepto, habrá de estarse a lo que allí se indica.

No obstante lo anterior, como el servicio de levante y engorde de animales no está previsto como servicio excluido en el artículo 476 del Estatuto Tributario, es forzoso concluir que se trata de un servicio gravado, razón por la cual se confirma en todas sus partes el Concepto N° 49339 de 2004 de esta Oficina; Concepto que de manera conjunta con el presente deberán ser publicados en observancia del artículo 264 de la Ley 223 de 1995. (INGRY ELIZA MORE ALVINES)

NORMATIVIDAD TECNICA

Reglamento sobre Granjas Avícolas Artículo 1º—Objetivo.

El presente reglamento tiene como objetivo regular y controlar todo lugar, edificio, local, instalaciones y anexos cubierto o descubierto en el que se tienen o permanezcan aves. Así como los trámites pertinentes para la obtención del respectivo permiso de funcionamiento.

Artículo 2º—Ámbito de aplicación. Estas disposiciones reglamentarias se aplicarán en todo el territorio nacional a la ubicación, construcción y permiso de funcionamiento de granjas avícolas.

Artículo 3º—Definiciones. Para los efectos del presente reglamento se entiende por: - Cuarentena: Conjunto de medidas sanitarias basadas en el aislamiento, restricción de la movilización de animales, insumos, materiales, equipo producto y subproductos sospechosos o afectados por una enfermedad de Declaración Obligatoria aplicable durante un periodo variable dependiendo de la transmisibilidad de la enfermedad de que se trate, así como también de la magnitud y riesgo de transmisión de la enfermedad en la zona. - Enfermedad de Declaración Obligatoria: Enfermedad inscrita en una lista dada por la Administración Veterinaria y cuya presencia debe ser señalada a la Autoridad Veterinaria en cuanto se detecta o se sospecha. Las mismas son consideradas en la lista "A" del Código Zoonosológico Internacional de la Organización Internacional de Epizootias. - Gallinaza: Excretas de aves ponedoras, en etapas de producción, solas o mezcladas con otros materiales. - Granja Avícola: Todo lugar, edificio, local o instalación y anexos a cubierto o descubierto, en los que se tienen o permanezcan aves en una cantidad mayor o igual a cien (100) picos, con fines de reproducción, crianza, cuidado, engorde, venta, recolección y aprovechamiento de sus productos y subproductos. - Granja Avícola de Subsistencia: Todo lugar, edificio, local o instalaciones y anexos encubierto o descubierto en los que se tengan o permanezcan aves en una cantidad menor a cien (100) picos. - Granja Avícola Grupo A: Granja con capacidad para albergar



más de cien mil (100.000) picos. - Granja Avícola Grupo B-1: Granja con capacidad para albergar de cincuenta mil uno a cien mil (50.001 a 100.000) picos.

- Granja Avícola Grupo B-2: Granja con capacidad para albergar de cinco mil uno a cincuenta mil (5.001 a 50.000) picos.

- Granja Avícola Grupo C: Granja con capacidad para albergar de cien a cinco mil (100 a 5.000) picos.

- Instalaciones: Toda infraestructura que se construya o utilice para albergar aves, almacenar producto alimenticio para las aves, almacenar productos químicos utilizados para la limpieza y mantenimiento de la granja, productos veterinarios, sistemas sanitarios y cualquier otro local necesario para satisfacer las necesidades de toda actividad que allí se realice. - MAG: Ministerio de Agricultura y Ganadería. - MS: Ministerio de Salud. - Plan de Manejo de Desechos: Proceso que abarca el almacenamiento, tratamiento, transporte y mercadeo de la pollinaza o gallinaza y su uso o disposición final. - Pollinaza: Excretas de aves de engorde u otras aves en etapas de cría o desarrollo, solas o mezcladas con otros materiales. - Sistema de Tratamiento: Toda infraestructura instalada donde se efectúen operaciones o procesos físicos, químicos o biológicos o bien una combinación de ellos con la finalidad de dar tratamiento a la pollinaza o gallinaza de tal manera que esta pueda ser posteriormente utilizada como fuente de energía, fertilizante, enmienda o mejorador de suelos, como sustrato de cultivos agrícolas o bien se utilice en dietas de animales.

Artículo 4º—De la idoneidad para el manejo de granjas avícolas y afines. Todo propietario, empleado o trabajador de granjas avícolas está obligado a recibir la capacitación que lo faculte para el manejo de este tipo de actividad.

Artículo 5º—De los productores. Todo propietario o poseedor de aves en granjas, está obligado a aplicar las medidas sanitarias, para evitar que lugares o instalaciones de la granja se conviertan o constituyan en focos de infección, insalubridad, infestación de moscas, artrópodos y roedores u otro vector que sea nocivo para la salud humana o de contaminación ambiental. Además deberán acatar y dar estricto cumplimiento a las disposiciones y sana práctica que sobre manejo, campañas y programas preventivos o de control de enfermedades tanto para las aves como para los humanos, en especial zoonóticas, sean dictadas por el MS por sí mismo o conjuntamente con el MAG.

Artículo 6º—De la ubicación. Las Granjas Avícolas solo podrán ubicarse, construirse o ampliar sus instalaciones en zonas o sitios previamente aprobados por la Dirección Regional del MS o por la Dirección del Área Rectora de Salud respectiva del MS según corresponda.

Artículo 7º—De la construcción. Toda construcción o ampliación de las instalaciones a que se refiere el artículo 6º anterior deberá contar para su aprobación con los requisitos siguientes: a) Permiso de ubicación extendido por la Dirección Regional del MS o por la Dirección de Área Rectora del MS, según corresponda. b) Certificado del uso del suelo, otorgado por la Municipalidad respectiva. c) Plano catastro de la propiedad, finca o lote donde se ubicarán las instalaciones. d) Planos constructivos aprobados de las instalaciones y de los sistemas sanitarios que se requieren. Los planos deberán ajustarse a lo señalado en el Decreto Ejecutivo Nº 27967-MPMIVAH-S-MEIC del 6 de julio de 1999, publicado en el Alcance Nº 49 a La Gaceta Nº 130 del 6 de julio de 1999.

Artículo 8º—De las distancias. Las instalaciones de las granjas avícolas deberán guardar las distancias mínimas siguientes: - No menos de quince (15) metros respecto a las líneas de colindancia con propiedades vecinas y vías públicas, medidos horizontalmente. - No menos de cien (100) metros de sus linderos de propiedad respecto a Establecimientos de Salud, Establecimientos Educativos y



Establecimientos para el Adulto Mayor, medidos horizontalmente. - Respecto a fuentes o cuerpos de agua todas deberán registrarse por el artículo 33 de la Ley Forestal N° 7575, del 5 de febrero de 1996. Artículo 9º—Áreas protegidas. En áreas protegidas se estará a lo dispuesto en la Ley N° 7575 "Ley Forestal" del 5 de febrero de 1996. Artículo 10.—Clasificación de la actividad. De acuerdo con el Reglamento sobre Higiene Industrial, Decreto Ejecutivo N° 11492-S del 22 de abril de 1980 y su reforma Decreto N° 18209-5 del 23 de junio de 1988, las granjas avícolas se clasifican como actividad incómoda.

Artículo 13.—Los propietarios, administradores o encargados de una granja avícola quedan obligados a cumplir con las disposiciones y directrices consignadas en el presente reglamento y en la legislación vigente sobre el manejo y control de la pollinaza y gallinaza.

Artículo 14.—Controles periódicos. Estos establecimientos serán controlados periódicamente por las autoridades de salud o inspectores oficiales acreditados por el MS y se les renovará o conservará el permiso de funcionamiento siempre y cuando el número de aves, el manejo y control de la pollinaza y gallinaza no hayan variado.

Artículo 15.—Para efectos de llevar un control adecuado de la gallinaza y pollinaza, y de las inspecciones de las instituciones correspondientes, se crea la bitácora para cada una de las granjas avícolas.

Artículo 16.—Revocatoria. Cualquier variación en el número de aves, en el manejo y control de la pollinaza y gallinaza, y de las condiciones en que fue otorgado el Permiso sin previa aprobación del MS; faculta a este para la revocatoria del permiso otorgado (artículo 364 Ley General de Salud). En caso de cancelación del Permiso de Funcionamiento, este será renovado en el momento que se demuestre el cumplimiento de las medidas que motivaron la cancelación.

Artículo 17.—Las autoridades de salud debidamente identificadas y autorizadas podrán ordenar la clausura de granjas avícolas y el decomiso de los animales y sus subproductos cuando se construyan, instalen o funcionen sin los permisos respectivos, no cumplan con las disposiciones técnicas y legales del presente reglamento y leyes conexas, o las condiciones sanitarias de la granja presenten riesgo para la salud de las personas y el ambiente.

Artículo 18.—Exterminio. Las autoridades de Salud en coordinación con las autoridades de Agricultura y Ganadería, procederán al exterminio de aves de la granja cuando valorada técnicamente las condiciones zoonosológicas y ambientales se determine que estas representan un riesgo para la salud de las personas, para la población aviar nacional o para el ambiente.

Artículo 19.—Control de moscas, artrópodos y roedores. Todo propietario, administrador o encargado de una granja avícola deberá implementar un programa de control de moscas, artrópodos y roedores.

Artículo 20.—Ingreso y acceso. Los propietarios, administrativos o encargados de la granja quedan obligados a permitir o facilitar el ingreso y acceso a la propiedad, instalaciones y locales a las autoridades de salud debidamente identificados y autorizados para realizar inspecciones, verificaciones o toma de muestras, cuando así se requiera. Toda persona investida de autoridad que



ingrese a una granja deberá acatar las indicaciones y ordenamientos de bioseguridad señalados por la empresa.

Artículo 21.—El Ministerio de Salud, El Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Instituto de Vivienda y Urbanismo y las Municipalidades respectivas, velarán por el estricto cumplimiento de las presentes disposiciones ante un posible desarrollo habitacional comercial o industrial en lindero de una granja avícola, manteniendo los derechos de los avicultores establecidos que cuenten con los respectivos permisos de funcionamiento y que operen bajo las normas establecidas.

Artículo 22.—Para los efectos de aplicación del presente reglamento se tomarán en consideración los aspectos relacionados con la protección aviar, de la salud humana, el ambiente, así como los derechos del avicultor.

Artículo 23.—Derogatorias. El presente reglamento deroga el Decreto Ejecutivo N° 22814-S "Reglamento de Granjas Avícolas" del 10 de enero de 1994 y cualquier otro reglamento, norma o disposición de igual o inferior rango que se le oponga.

Deróguese el último párrafo del artículo 17 del Decreto N° 29145-MAG-S-MINAE, "Reglamento sobre el Manejo y Control de Gallinaza y Pollinaza" publicado en La Gaceta N° 242 del 18 de diciembre del 2000.

Artículo 24.—Vigencia. Rige a partir de su publicación. Transitorio único.—Para aquellas granjas existentes antes del 27 de enero de 1994 y que en ninguna oportunidad han tenido Permiso Sanitario de Funcionamiento; con el fin de cumplir con el inciso e) del artículo 7º, deberán presentar sólo un levantamiento de las instalaciones existentes; debiendo para ello aportar atestados que demuestren su existencia antes de la publicación del Decreto Ejecutivo N° 22814-S del 10 de enero de 1994, publicado en La Gaceta N° 19 del 27 de enero de 1994. Para tal efecto se les otorgará un plazo de 60 días naturales a partir de la publicación del presente reglamento; en lo demás deberán cumplir con el articulado de este decreto. (ICA).

NORMATIVIDAD LABORAL

CONTRATO DE TRABAJO

Es el acuerdo mediante el cual una persona natural (empleado) se obliga a prestar un servicio personal a otra persona natural o jurídica (empleador), bajo la continuada dependencia o subordinación de ésta y mediante el pago de una remuneración (salario). En caso de no reunir alguno de los anteriores elementos no se configura la relación laboral y por lo tanto no le será aplicable la legislación laboral.

El contrato de trabajo puede ser verbal o escrito, sin que se requiera una forma especial, y por su duración se clasifica en contrato a término fijo, contrato a término indefinido, contrato por la duración de una labor determinada y contrato accidental o transitorio. Contrato de trabajo a término fijo, Pueden ser por un periodo hasta de tres años, prorrogable indefinidamente.

Para el caso de contratos a término fijo inferior a un año, las partes pueden determinar su duración y prorrogarlo sucesivamente por periodos iguales al inicialmente pactado. A partir de la cuarta



prórroga del contrato, se entenderá que éste será como mínimo de un año y las prórrogas posteriores no podrán tener duración inferior².

Para dar por terminado el contrato de trabajo por vencimiento del término, el empleador debe avisar por escrito su interés en que éste se termine por lo menos un mes antes de la fecha de terminación del contrato original o de la prórroga. Sin este aviso, el contrato se prorrogará automáticamente por un periodo igual al inicialmente pactado.

Contrato de trabajo a término indefinido No tiene una duración determinada por las partes o por la naturaleza del trabajo contratado.

Los contratos laborales, salvo que por su naturaleza se exprese lo contrario, Contrato por duración de obra o labor. La duración del contrato está determinada por el tiempo requerido para ejecutar una obra o actividad contratada⁴. El contrato debe constar por escrito y la obra o labor debe estar clara mente detallada. De no estarlo, sería imposible establecer el momento de la terminación del contrato y se entendería celebrado a término indefinido. Contrato accidental o transitorio

El que se utiliza para ejecutar trabajos ocasionales, accidentales o transitorios, distintos de las actividades normales del empleador, por términos inferiores a un mes.

Los trabajadores ocasionales, accidentales o transitorios están excluidos de las siguientes prestaciones: las derivadas de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, el auxilio monetario por enfermedad no profesional; la dotación, gastos de entierro, auxilios de cesantía, seguro de vida y prima de servicios⁵.

Periodo de prueba

Es la etapa inicial del contrato de trabajo y tiene por objeto permitir al empleador evaluar la aptitud del trabajador, y a éste último, las condiciones del trabajo. El período de prueba no puede exceder de dos meses y debe constar por escrito (incluyendo su duración) ⁶.

En los contratos de trabajo a término fijo cuya duración sea inferior a un año, el período de prueba no puede exceder la quinta parte de la duración pactada originalmente, sin que exceda los dos meses.

Durante la vigencia del período de prueba cualquiera de las partes puede terminar el contrato sin previo aviso y, si quien termina el contrato es el empleador, no está obligado a indemnizar al empleado.

Terminación del contrato de trabajo

El contrato de trabajo termina por las siguientes causas:

Muerte del trabajador, Mutuo acuerdo, Expiración del plazo pactado en los contratos a término fijo, Terminación de la obra o labor contratada en los contratos por duración de la obra o labor,



Liquidación o clausura definitiva de la empresa y suspensión de actividades por parte de la empresa por más de 120 días. En estos casos se requiere permiso previo del Ministerio de Protección Social, Sentencia judicial ejecutoriada, renuncia del empleado, Terminación unilateral con justa causa, invocada por el trabajador o el empleador, de acuerdo con las justas causas establecidas en la ley.

Adicionalmente la ley laboral colombiana enumera las justas causas para dar por terminado el contrato por parte del empleador, las más importante son 8:

- El haber sufrido engaño por parte del trabajador al presentar certificados falsos para su admisión.
- Todo acto de violencia en que incurra el trabajador en sus labores.
- Todo daño material causado intencionalmente a los edificios y objetos relacionados con el trabajo.
- Toda negligencia grave que ponga en peligro la seguridad de las personas o de las cosas
- Los actos inmorales o delictuosos cometidos por el trabajador en el lugar de trabajo. Que el trabajador revele los secretos técnicos, comerciales o asuntos de carácter reservado, con perjuicio para la empresa.
- El deficiente rendimiento o ineptitud en el trabajo.
- La inejecución sin razones válidas por parte del trabajador, de las obligaciones convencionales o legales.
- El reconocimiento al trabajador de una pensión de jubilación o invalidez estando al servicio de la empresa.

Si el empleador despide al trabajador argumentando cualquiera de las justas causas mencionadas anteriormente, no está obligado a indemnizarlo. Si por el contrario, lo despide sin justa causa, debe pagarle la indemnización prevista en la ley, cuyo monto se precisa en el cuadro que se incluye más adelante.

Existen igualmente unas justas causas para dar por terminado unilateralmente el contrato por parte del trabajador, dentro de las cuales se destacan 9:

- El engaño del empleador respecto de las condiciones de trabajo.
- La violencia o amenazas graves del empleador al trabajador.
- Cualquier acto del empleador o de sus representantes que induzcan al trabajador a cometer un acto ilícito o contrario a sus convicciones políticas o religiosas.
- El incumplimiento sin razones válidas por parte del empleador, de sus obligaciones.
- La exigencia del empleador, sin razones válidas, de prestar servicios distintos o en lugares distintos a los que fue contratado.

Salario ordinario Remuneración básica pactada por las partes, en dinero o especie, más todo aquello que recibe el empleado como pago por el trabajo en horario nocturno, horas extras, comisiones o viáticos, y remuneración por trabajo en días de descanso obligatorio 11.

El empleador debe pagar además las prestaciones o beneficios reconocidos por la ley y las convenciones colectivas, aquellos beneficios establecidos unilateralmente por él mismo.

Salario mínimo legal vigente (SMLV) No hay categorías salariales ni salarios mínimos por actividad en Colombia, salvo algunos casos excepcionales. El Gobierno Nacional mediante acuerdo con las principales centrales de trabajadores del país y los gremios empresariales establece anualmente el salario mínimo que las empresas deben pagar a los trabajadores. El empleador y el trabajador



pueden convenir libremente el salario, pero respetando siempre el mínimo legal o el fijado en las convenciones colectivas o fallos arbitrales¹².

Jornada de trabajo La jornada laboral ordinaria en Colombia es de máximo 48 horas semanales las cuales pueden ser distribuidas de lunes a viernes o de lunes a sábado. La jornada diurna es entre las

seis de la mañana y las 10 de la noche. Si el trabajador debe trabajar en jornadas comprendidas entre las 10 de la noche y las 14 *Ibíd.* p. 105. seis de la mañana su trabajo debe remunerarse con recargo

nocturno del 35% adicional al valor de la hora diurna¹⁵. Las horas trabajadas por fuera de la jornada habitual se remunerarán como horas extras. Si el trabajo extra se desarrolla dentro de la jornada diurna, cada hora extra se debe pagar con un recargo del 25%. Si por el contrario, se desarrollan en la jornada nocturna las horas extras se pagan como nocturnas con recargo del 75%, al igual que el trabajo realizado en días domingo y festivos. Los porcentajes se liquidan sobre el salario ordinario en proporción a las horas laboradas. Las horas extras de trabajo no pueden exceder de 2 horas diarias y 12 horas a la semana¹⁶. Adicionalmente, trabajador y empleador pueden convenir como día de descanso obligatorio el sábado y será reconocido como descanso dominical en todos sus aspectos legales¹⁷.

Los empleadores no están obligados a pagar horas extras a aquellos trabajadores que ostenten cargos de dirección, confianza y manejo. ¹⁵ *Ibíd.* p. 114. ¹⁶ *Ibíd.* p. 115. ¹⁷ *Ibíd.* p. 117. Jornada laboral flexible Trabajador y empleador pueden acordar la organización de turnos de trabajo sucesivos, todos los días de la semana, que no excedan de seis horas diarias y 36 a la semana. Igualmente, pueden acordar que la jornada diaria sea flexible, de forma que a la semana se completen las 48 horas, distribuidas en máximo seis días, así el número de horas diarias laboradas puede repartirse en la semana con un mínimo de cuatro horas diarias y un máximo de 10 horas diarias. En tal evento, no habrá lugar a recargo por trabajo suplementario cuando éstas no superen las 48 semanales y se laboren en la jornada diurna¹⁸

OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR

Vacaciones Descanso remunerado que paga el empleador al trabajador equivalente a 15 días hábiles de vacaciones por cada año de servicio. La mitad de las vacaciones puede ser compensada en dinero durante la vigencia del contrato, previo permiso del Ministerio de Protección Social¹⁹. Si el contrato termina sin que el empleado haya disfrutado de su período de vacaciones, es obligatorio compensar en dinero (sin necesidad de permiso) y de manera proporcional al tiempo trabajado.

Seguridad Social Desde 1993, en Colombia rige un sistema de Seguridad social integral. Este sistema comprende pensiones, salud y riesgos profesionales²⁰. ¹⁹ FUENTES, Carlos. Derecho Laboral en Colombia. Op. Cit. p. 79. ²⁰ *Ibíd.* p. 84.

Pensiones El sistema cubre los riesgos de invalidez, vejez y muerte por causa común. Tiene dos regímenes independientes, uno administrado por el Instituto de Seguros Sociales -ISS- que maneja un fondo común y otro de capitalización individual a cargo de las administradoras de fondos de pensiones. La contribución a cualquiera de estos regímenes es del 15% del salario mensual del empleado, de las cuales tres cuartas partes están a cargo del empleador, y una cuarta parte le corresponde al trabajador²¹. Si el trabajador devenga un salario igual o superior a cuatro salarios



mínimos legales debe pagar un 1% adicional al Fondo de Solidaridad Pensional sobre su salario base de cotización si devenga hasta 15 SMLM. De igual manera aquellos trabajadores que devenguen un salario igual o mayor a 16 SMLM deben hacer un aporte adicional así: de 16 - 17 SMLM un 0.2% (15.7%), de 17 -18 SMLM un 0.4% (15.9%), de 18- 19 SMLM un 0.6% (16.1%), de 19 - 20 SMLM un 0.8% (16.3%) y los superiores a 20 SMLM un 1 % adicional (16.5%)²². 21 *Ibíd.* p. 89. 22 *Ibíd.* p. 90.

Adicionalmente, la reforma pensional del 2003, Ley 797 de 2003, dispuso un incremento en la cotización de 0.5% sobre el salario base de cotización para el 1 de enero del 2006. El régimen de fondo común reconoce pensiones de vejez cuando el empleado ha cotizado un mínimo de 1050 semanas y ha cumplido 60 años de edad si es hombre, o 55 años si es mujer. A partir del 1 de enero del 2006 se incrementará en 25 cada año hasta llegar a 1300 semanas en el año 2015²³. En el régimen de capitalización individual hay lugar al pago de pensiones de vejez cuando el empleado ha

ahorrado una suma de dinero que garantice que puede devengar una pensión equivalente al 110% del SMLM, sin necesidad de cumplir los requisitos de edad y pensión²⁴.

Salud El sistema cubre las contingencias que afectan la salud del trabajador y de su familia que están establecidas en el programa de atención denominado Plan Obligatorio de Salud -POS- y la maternidad²⁵. 23 *Ibíd.* p. 95. 24 *Ibíd.* p. 98. 25 DOMINGUEZ, Enrique.

Trabajo, Salud y Seguridad Social en Colombia. Ediciones Lumen. Santa Fé de Bogotá. 2011. P. 40 El empleador debe consignar el 12% del salario mensual del trabajador, del cual el 8% está a cargo del empleador y el 4% restante a cargo del empleado. Este monto es deducido del salario mensual del trabajador²⁶.

Riesgos profesionales Este sistema cubre las contingencias que afectan la salud del trabajador por causa o con ocasión de su trabajo o enfermedades profesionales, e igualmente las pensiones por invalidez y muerte generadas por tales enfermedades. La totalidad del aporte por este concepto está a cargo del empleador y su monto depende del grado de riesgo laboral generado en la actividad de la empresa y del cumplimiento de las normas de seguridad industrial. El rango de cotización va desde el 0,5222% hasta el 6.96% del valor total de la Nómina mensual de salarios²⁷. 26 *Ibíd.* p. 41. 27 *Ibíd.* p. 43.

PRESTACIONES SOCIALES Las Prestaciones sociales son beneficios legales que el empleador debe pagar a sus trabajadores adicionalmente al salario ordinario, para atender necesidades o cubrir riesgos originados durante el desarrollo de su actividad laboral. Las prestaciones legales son²⁸: Prima de servicios Equivalente a 15 días de salario por el tiempo laborado durante el semestre. Esta prestación se paga el 30 de junio y el 20 de diciembre, o a la terminación del contrato de trabajo²⁹.

Auxilio de cesantías Este beneficio tiene como fin brindarle al trabajador un medio de subsistencia a la terminación del contrato de trabajo. Antes de la vigencia de la Ley 50 de 1990: Los trabajadores vinculados con anterioridad al primero de enero de 1991 están 28 ADARME, Severiano. *Normatividad Laboral en Colombia.* Editora Hurtado. Santa Fe de Bogotá. 2001. p. 108. 29 *Ibíd.* p. 108. sujetos al régimen de retroactividad de las cesantías, de acuerdo con el cual éstas se liquidan en su totalidad a la terminación del contrato de trabajo³⁰. A partir de la vigencia de la Ley 50 de 1990: Los trabajadores vinculados con posterioridad al 1 de enero de 1991, y aquellos que, habiéndose vinculado con anterioridad a esta fecha, se hayan acogido al régimen de esta ley, están



sujetos a la liquidación anual de las cesantías. En este sistema el empleador liquida las cesantías el 31 de diciembre de cada año y las deposita a más tardar el 14 de febrero del año siguiente. El salario base para liquidar la cesantía en cualquiera de los dos regímenes descritos es el último salario mensual devengado por el trabajador al momento de la liquidación, siempre que no haya variado en los tres meses anteriores. De lo contrario, será el promedio del salario devengado en el último año, o en todo el tiempo servido si éste fuere menor a un año. Intereses sobre cesantías En enero de cada año, el empleador debe pagar directamente al trabajador intereses sobre las cesantías a una tasa del 12% anual, calculado sobre las cesantías del último año 31.

OTRAS OBLIGACIONES LABORALES Dotación Todo empleado con contrato a término indefinido que devengue una suma mensual inferior o igual a dos SMLM, deberá recibir de su empleador, tres veces al año, un par de zapatos y un vestido de trabajo acorde con la labor desempeñada³². (MIN DE TRABAJO).

NORMATIVIDAD AMBIENTAL

Las normas tenidas en cuenta para la realización de un protocolo aplicable para pequeñas y medianas empresas productoras de pollo de engorde son las siguientes:

- * Decreto 1500 de 2007. Ministerio de la Protección Social. Título I, Artículo 1 y 2, Título II, Capítulo I Artículos 3, Capítulo II. Artículos 4, 6 y 7, Capítulo III Artículos 11, 12, 13, 14, 15, 16 y 17, Título III, Capítulo IV, Artículo 98.
- * Resolución 2896. Octubre de 2005. ICA.
- * Normas Internacionales de Sanidad Animal IOE.
- * Normas de Bioseguridad.

REQUISITOS GENERALES PARA GRANJAS DE POLLO DE ENGORDE

1. Registro de la granja ante el ICA
2. Requisitos de bioseguridad
3. Requisitos de instalaciones
4. Plan de saneamiento
5. Obligaciones sanitarias
6. Personal y seguridad social.
7. Sistema de aseguramiento de la inocuidad
8. Bienestar animal

ACTIVIDADES A REALIZAR SEGÚN NORMAS Y BIOSEGURIDAD

Para la instauración de la granja es conveniente tener en cuenta los siguientes parámetros, que deben estar consignados en el manual de calidad de la granja.

1. La localización de la granja.
2. Diseño de la granja.
3. De la edad de las aves.
4. Provisiones de equipo de la Granja.
5. Procedimientos en la llegada del personal.
6. Procedimiento para las visitas en la granja.



7. Procedimiento adecuado para entrar a una granja.
8. Procedimiento a la salida del personal.
9. Procedimientos para suministro y retirada de las aves.
10. Requerimientos para la adquisición de aves de un día.
11. Procedimientos para el suministro de alimento, materiales y equipo.
12. Procedimientos para retirada de residuos y animales muertos.
13. Control sanitario en la granja.
14. Procedimiento de lavado y desinfección.

IMPACTO AMBIENTAL

La industria avícola requiere la implementación de nuevas prácticas ambientalmente sostenibles, que permitan mejorar y optimizar las condiciones de producción y manejo, para mitigar el impacto ambiental a los recursos naturales, generado por el crecimiento poblacional y de mercados,

competencia en la oferta pollo en pie y limitación de los recursos económicos y tecnológicos, en donde debemos formular un plan de manejo ambiental con el fin de tener un manejo eficiente de los recursos.

Para llevar a cabo el manejo ambiental en la granja avícola es muy importante establecer acciones para la prevención, mitigación, y/o compensación de los impactos.

El impacto ambiental más significativo dentro de la actividad avícola es la generación de residuos sólidos, y domésticos; afectación a la calidad del aire por olores ofensivos, proliferación de vectores.

AUMENTO DE RESIDUOS SÓLIDOS

Los residuos sólidos que se generan en las granjas avícolas están constituidos por dos tipos, uno de tipo industrial, generado dentro el proceso productivo de la granja, y el otro por los residuos domésticos producidos en la casa.

- **Residuos sólidos industriales:**

- **Gallinaza:** Es el principal de la actividad avícola en las granjas, no sólo por la cantidad que genera sino, por sus propiedades como abono orgánico, a esto se le debe dar un correcto manejo para evitar olores molestos y proliferación de vectores.

- **Mortalidad:** Son las aves que mueren en la granja por diferentes factores, cada vez que ocurre este evento se sacan de los galpones para llevarlas a la caseta de compostaje.

Reciclables: Sacos del alimento se utilizan para empacar la gallinaza, chatarra sobrantes de equipos (comederos, nidales, otros), infraestructura (mallas y similares).



- **Especiales:** recipientes de vacunas y diluyentes
- **Residuos Sólidos Domésticos:** Los residuos que se generan en la granja son de dos tipos
 - **Residuos orgánicos:** Los residuos de comida, producidos en la granja básicamente los provenientes de las cocinas de la vivienda.
 - **Residuos inorgánicos:** Estos residuos se generan principalmente por el empaque de alimentos y de materias primas y de productos como recipientes de vacunas, desinfectantes.

ALTERACIÓN A LA CALIDAD DEL AIRE POR GENERACIÓN DE OLORES OFENSIVOS

Los olores que se perciben en la granja son los característicos de la actividad avícola, durante el periodo de producción son mínimos y se intensifican un poco al final del ciclo durante el barrido y recolección de la gallinaza.

Para mitigar este tipo de impactos debemos formular programas de seguimiento con el fin de prevenir, compensar y corregir el deterioro del aire, las condiciones físico-químicas del suelo, y la proliferación de vectores; por esta razón se establecen medidas para concientizar al personal laboral sobre el uso racional de los recursos naturales tales como aire y el suelo.

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

1. **PROGRAMA DE MANEJO DE RESIDUOS SOLIDOS:** Hacer el seguimiento requerido para el proceso de desarrollo adecuadamente.
2. **PROGRAMA DE CONTROL DE MOSCAS Y RODEDORES:**
 1. Realizar campañas de limpieza y mantenimiento de los galpones y bodegas, previniendo el desarrollo de plagas.
 2. Realizar un control en las instalaciones de manera que impida la estadía o multiplicación de plagas.
 3. utilizaran venenos solamente de origen natural o elaborados a partir de sustancias que sean biodegradables, ni perjudique a los demás organismos vivos.
3. **PROGRAMA DE CONTROL DE OLORES OFENSIVOS:**
 1. La mortalidad será puesta a compostar en el menor tiempo posible a partir del momento de su recolección.
 2. La mortalidad deberá ser almacenada y transportada debidamente empacada para no permitir la entrada de moscas.



Se buscará acatar todos los mecanismos de concertación con las entidades que regulan y controlan el medio ambiente diseñando y aplicando una política ambiental realista que tenga en cuenta el estado actual, las posibilidades de aplicación, en el corto mediano y largo plazo de las acciones requeridas para alcanzar las metas ambientales previamente acordadas, buscando estar dentro de los mecanismos jurídico-normativos, instrumentos administrativos (licencias ambientales permisos y autorizaciones.), instrumentos económicos que estén orientados a establecer una serie de requisitos básicos para adelantar las distintas acciones humanas que no alteren el ambiente; con ello se buscará identificar las inversiones en protección de áreas especialmente vitales para garantizar la oferta ambiental, las inversiones en plantas de tratamiento de aguas servidas y en sistemas de manejo de desechos a través de los sanitarios y todas aquellas acciones que demanden una importante asignación de recursos para proteger y recuperar las condiciones ambientales de la zona en la que se ubica el negocio. (FENAVI)

REGISTRO DE MARCA (PROPIEDAD INTELECTUAL)

1. Obligaciones de titulares de derechos de propiedad industrial

1.1. Patentes

De conformidad con el artículo 50 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, la patente tiene un plazo de duración de 20 años, durante los cuales su titular tiene que cumplir con las obligaciones que la misma norma consagra, a saber:

- Al tenor del artículo 59, debe explotar [1] la invención patentada, directamente o través de persona autorizada por él. Debe tenerse en cuenta que, como consecuencia del no uso de la patente dentro de los plazos que la misma norma comunitaria determina, ésta contiene el régimen de licencias obligatorias, el cual también se aplica, de conformidad con el artículo 66, cuando se presenten prácticas que afecten la libre competencia por parte del titular de la patente y cuando la explotación de la patente se requiera, de conformidad con el artículo 67, para el empleo de otra, siempre y cuando no se haya podido obtener la licencia contractualmente en condiciones comerciales razonables e incluso por razones de interés público, emergencia o seguridad nacional, según lo dispuesto en el artículo 65.
- Al tenor del artículo 80 de la Decisión 486, para mantener vigente una patente, su titular debe pagar las tasas establecidas por la autoridad nacional competente, es decir, en Colombia, por la Superintendencia de Industria y Comercio. Ahora bien, teniendo en cuenta que bajo el régimen de la Decisión 344, la tasa de mantenimiento de las patentes debía ser pagada por quinquenios, el numeral 1.1.10 del capítulo primero del título X de la circular única 10 de 2001 estableció la forma como debían pagarse las tasas de mantenimiento de las patentes que hubieran estado sometidas a la modalidad de quinquenios y que hubieran sido canceladas a febrero 3 de 2001.
- En el caso de transferencia de la titularidad de la patente, ya sea por acto entre vivos o por vía sucesoria, ésta deberá constar por escrito y ser registrada ante esta Superintendencia, para efectos de lo cual deberá pagarse la tasa especificada en el capítulo primero del título X de la circular única



10. De la misma manera, deben registrarse ante esta Entidad las licencias que se concedan para la explotación de una patente, pagando las respectivas tasas. [2]

1.2. Marcas

- Según lo establecido en el artículo 152 de la Decisión 486, el registro de marcas tiene vigencia por diez años, contados a partir de la fecha de su concesión, pudiendo renovarse por periodos sucesivos de diez años. A renglón seguido establece que la renovación deberá solicitarse dentro de los seis meses anteriores a su expiración. Sin embargo establece un plazo de gracia de seis meses, contados a partir de la fecha del vencimiento del registro, para solicitar su renovación, para lo cual deberán pagarse las tasas establecidas por la circular única 10 de 2001.

- De conformidad con los artículo 161 y siguientes, el titular de una marca puede transferir la misma por actos entre vivos o por vía sucesoria, debiéndose registrar ante la oficina nacional competente, es decir, en nuestro caso, ante la Superintendencia de Industria y Comercio, toda transferencia del registro de marca. De la misma manera y debiendo pagar las tasas establecidas por la circular 10 de 2001, deben registrarse ante esta Superintendencia, las licencias que se concedan para el uso de la marca.

- De conformidad con el artículo 165 de la Decisión 486, es obligación del titular de la marca, usarla, ya sea directamente o a través de su licenciataro o de persona autorizada, so pena de hacerse acreedor a la cancelación del registro. (SERVET).

1.4.4 Describa las condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio.

UBICACIÓN

En pequeñas explotaciones, donde por la cantidad de animales se puede proveer de una área para pastoreo; permite a las aves, no solamente disfrutar de un ambiente más natural, sino que parte de su alimentación la obtendrán del forraje e insectos que logren capturar. Se recomienda tener dos corrales apartados para usarlos en rotación; ya que cuando se tiene sólo uno, en muy poco tiempo se comen el pasto y hierbas, dejando el suelo desnudo.

El pollo, como la mayoría de los animales domésticos, necesita pasar gran parte del tiempo en un lugar seco, por tal razón el corral de pastoreo se ubicará, de preferencia, en un terreno con una pequeña pendiente o se deberá construir unos buenos drenajes, con el fin de que no se acumule agua y se formen charcos.

El terreno para ubicar la granja debe estar lo más alejado posible de casas de habitación, de otras granjas y de futuros centros urbanísticos, turísticos, etc., debido a la regulación que existe por parte del Ministerio de Salud; para evitar, entre otras cosas, el contagio de enfermedades entre animales y hacia el ser humano.

En todo momento es necesario disponer de electricidad y de una buena fuente de agua potable, para

llenar las necesidades fisiológicas de las aves y de la limpieza de los galpones y equipo

INSTALACIONES

El tipo y calidad de construcción de un galpón, depende de las condiciones climáticas del lugar, de la finalidad de la explotación y de los medios económicos con que se cuente. Toda galera debe ser construida en lugares secos, terrenos bien drenados, y preferiblemente en sitios donde el sol penetre en el galpón varias horas durante el día y esté protegida de fuertes corrientes de viento.

Para el buen funcionamiento de la granja es necesario que los galerones tengan amplios aleros, especialmente en zonas húmedas; buena ventilación, acondicionamiento para los bebederos, comederos, nidos, luz eléctrica, fuente permanente de agua potable y una buena cubierta de piso.

La construcción ideal de una galera debe tener un zócalo o pared de bloques de concreto con un mínimo de 60 a 80 cm de altura, sobre el cual se coloca los horcones de madera o "perlings" de 1,20 m; para una altura total de 1,80 m, desde el piso hasta la solera. El espacio abierto de la pared se forra con cedazo para gallinero o malla metálica (tipo ciclón o soldada), con huecos de unos 2,5 cm. Aunque es más difícil su colocación, el cedazo se pega del lado interno de la galera, con el fin de que las aves no puedan pararse en el zócalo y defecar sobre él, lo que ahorra mucho tiempo a la hora del lavado. El piso de tierra se puede apelmazar y ser utilizado en esta forma, aunque por razones sanitarias es preferible chorrear una capa con concreto, de un espesor (5 a 6 cm) que no se quiebre con facilidad y dure muchos años, y que además permita efectuar una buena lavada. Por su duración y al no ser atacado por insectos como el comején, a largo plazo es más económico fabricar las cerchas con "perlings". Este material, por sus dimensiones y resistencia, permite también el uso de menos piezas y de mayores espacios sin soportes intermedios. El material más recomendable para

la cubierta del techo es el zinc corrugado, por su mayor durabilidad y facilidad de colocación; no obstante se puede usar cualquier otro producto como tejas de barro, fibrocemento, etc.

El tipo de galera se debe ajustar a la actividad (crianza/desarrollo o crianza/producción de huevos) y al número de animales que se desea tener. Cuando la galera tiene más de seis m de ancho, se recomienda el techo de dos aguas, para que no sea muy alto y porque le brinda mayor protección al impedir la entrada de lluvia y viento. muy alto y porque le brinda mayor protección al impedir la entrada de lluvia y viento. Las dimensiones de la galera dependen básicamente del número de animales que se desee tener, de la topografía del terreno y de los materiales disponibles. Si no se tienen los conocimientos básicos de construcción, es mejor consultar con algún técnico o constructor, quien le pueda dibujar el plano del galpón y hacer el presupuesto respectivo. Lo lógico en todo caso, es que no haya desperdicio de materiales, como cortar lo menos posible la madera, perlings o las láminas de zinc. Hay que tratar de utilizar la mayoría de los materiales en las mismas dimensiones en que se comercializan. En zonas de clima caliente se deben alojar unas cinco gallinas por m cuadrado, mientras que en clima frío se puede tener una densidad de seis o siete aves por m cuadrado.

EQUIPO

El equipo mínimo para la instalación de una granja, consta de: círculos de crianza, campanas criadoras, bombillos infrarrojos, bebederos, comederos y nidales. V.1. Círculos de crianza El propósito de hacer círculos las dos primeras semanas de vida de las aves, es para que los animales no se dispersen por toda la galera y se mantengan más cerca de la fuente de calor durante todo este período; además de que obtengan con mayor facilidad el alimento y el agua. Estos círculos se pueden hacer usando láminas de zinc liso, cartón, madera, cedazo o sacos, con una altura de 50 a 60 cm.

Para albergar 250 aves, se recomienda un círculo de dos m de diámetro, el cual se forma con tres medias láminas de zinc liso (cortadas a lo largo), unidas en sus extremos con tornillos o prensas. V.2. Campanas criadoras La fuente de calor utilizada en este período, generalmente consta de una campana metálica con un bombillo infrarrojo (de luz blanca) de 250 vatios. La campana mantiene por más tiempo el calor dentro del círculo, economizando electricidad. Dependiendo de la zona se debe utilizar dos bombillos infrarrojos, aunque uno solo es suficiente en la mayoría de los casos. La mejor forma de determinar cuantos bombillos se necesitan, es mediante la observación del comportamiento de las aves en el círculo o redondel. Cuando los pollitos se alejan de la campana, como se observa en la Figura 3A, es porque la temperatura está muy alta, y se debe proceder a apagar el bombillo. Si por el contrario se encuentran amontonados debajo de la campana como en la Figura 3C, es porque tienen frío; entonces debe encenderse el bombillo. Cuando los pollos se encuentran distribuidos por todo el círculo, como lo muestra el dibujo 3B, es porque la temperatura es la ideal y los animales se sienten en un ambiente confortable.

Bebederos Para aves menores de dos semanas de edad, se utilizan bebederos plásticos de 3,785 l (un galón), a razón de un bebedero por cada 100 animales y para aves adultas, se pueden utilizar bebederos de canoa a razón de tres centímetros lineales por ave; pueden ser metálicos o de tubo plástico de PVC, cortados por la mitad. La canoa ubicada hacia el centro del galpón permite el acceso de las aves por ambos lados de la misma. El alimento más barato que tenemos es el agua, por ello debe estar fresca, limpia y de una fuente permanente; la carencia de ella repercutirá en atrasos de

la madurez sexual y bajos rendimientos en la producción. Deben evitarse los derrames de agua dentro de la galera porque perjudicarán la salud de las aves, además de proporcionar el medio óptimo para el desarrollo de parásitos internos, como los coccidios.

Comederos Para la alimentación de la primera semana de edad se puede utilizar cajas de cartón de 2,5 cm de alto o cartones de empaque para huevos, colocando cuatro por cada círculo de crianza. Posteriormente se deben cambiar por comederos cilíndricos (uno por cada 25 aves) o de canoa, proporcionando dos cm lineales por ave. Nótese que con el uso de canoas, se duplica el área de acceso al alimento concentrado. Cuando se usan comederos de canoa, es preferible contar por lo menos con tres tamaños diferentes. Al realizar el cambio por los comederos cilíndricos, se debe sustituir inicialmente sólo el plato y luego se les coloca el cilindro y se cuelgan, ajustando la altura del borde del plato a la altura de la espalda. y luego se les coloca el cilindro y se cuelgan, ajustando la altura del borde del plato a la altura de la espalda. El ajuste se realiza tanto de la altura del cilindro con respecto al plato, para evitar el desperdicio; como ajustes periódicos de los comederos a la altura de la espalda de las aves, conforme vayan creciendo. El borde inferior del cilindro se coloca a la mitad entre la altura del borde del plato y el fondo del mismo, o sea a la mitad de la profundidad del plato. En los comederos de canoa, que además deben tener una rejilla o bolillo protector para que las aves no se metan al comedero, nunca se llenan más de una tercera parte de su capacidad con el fin de evitar el desperdicio.

REGISTROS

Toda explotación avícola debe llevar el control de sus actividades tanto técnicas como económicas; es indispensable contar con hojas de registro que incluyan como mínimo los siguientes datos: número de aves, consumo de alimento, mortalidad, producción diaria de huevos, precio de las aves y valor de los huevos. La anterior información es indispensable para poder estar haciendo evaluaciones periódicas del estado financiero del proyecto. Con el costo del alimento concentrado y el valor de la producción diaria, de inmediato se puede dar cuenta de las ganancias o pérdidas de la granja. El momento ideal para tomar la decisión de eliminar determinado lote de aves es cuando el valor del huevo producido es igual al costo del alimento.

SELECCION

Se entiende por "selección" la práctica de poder detectar, primero por medio de la vista y luego mediante un examen físico individual, a todas aquellas aves que no presentan uniformidad dentro de una parvada y que aparentan estar enfermas y/o que no estén produciendo. (ZOOTECNIA VETERINARIA).

ENFERMEDADES:

Bronquitis infecciosa

Agente causal: Esta enfermedad es causada por un coronavirus, el cual afecta sólo a pollos y gallinas.

Síntomas: Se producen ruidos respiratorios típicos de la enfermedad, tanto en aves jóvenes como en adultas, incluyendo jadeos, estertores (debido a la mucosidad de la tráquea), tos, secreción nasal y ojos llorosos. Basándose solamente en los síntomas respiratorios, es difícil diferenciarla de la enfermedad de New Castle. A diferencia con la enfermedad de New Castle, la bronquitis nunca presenta síntomas nerviosos y la mortalidad es menor, la producción de huevo aunque también se afecta, nunca baja hasta cero, la calidad del huevo se altera durante más tiempo y las aves tardan más en normalizar la postura.

Transmisión: La enfermedad se transmite fácilmente por medio del aire y cualquier otro medio mecánico. La bronquitis generalmente afecta a todo un lote de aves en forma simultánea, completando su curso respiratorio en 10-15 días. Tratamiento y control: No existe un tratamiento específico y una vez que se presenta es difícil de controlar. Se puede producir inmunidad rápidamente mediante la aplicación de la vacuna. La vacuna de las cepas Connecticut o Massachusetts atenuadas, solas o en combinación, pueden aplicarse desde el primer día de nacidas.

Cólera aviar Agente causal:

Es una enfermedad muy contagiosa de los pollos, pavos y otras aves. Es causada por una bacteria llamada *Pasteurella multocida*.

Síntomas: Puede presentarse en tres formas: 1. En la forma aguda, el cólera aviar ataca todo el cuerpo, afectando a gran cantidad de animales y causa una mortalidad elevada. Gran cantidad de las aves dejan de comer y beber, perdiendo peso en forma rápida; pudiendo presentarse diarrea de color amarilloverdoso y una marcada caída en la producción de huevos. Puede ocurrir parálisis debido a las inflamaciones de las patas y dedos. producción de huevos. Puede ocurrir parálisis debido a las inflamaciones de las patas y dedos. 2- En la forma sobreaguda, produce la muerte súbita de animales aparentemente sanos. El ataque es tan rápido que el mismo avicultor puede no notar que está ante un brote de la enfermedad. 3- En ocasiones puede adoptar la forma crónica, en la que la enfermedad se localiza, provocando inflamaciones en la cara y barbillas de las gallinas. Las barbillas pueden tomar un color rojo vino y sentirse calientes al tacto. El cólera por lo general no se presenta en pollos jóvenes, pero sí en los pavos.

Transmisión: Los desechos físicos de las aves enfermas contaminan el alimento, agua y la cama, infectándose así los otros animales sanos. También pueden infectarse cuando las aves sanas picotean los cadáveres de animales que padecieron la enfermedad. El brote se presenta entre los cuatro y nueve días después de contraída la infección.

Tratamiento y control: Para su tratamiento se ha recomendado el uso de sulfas, como la sulfaquinoxalina. Otros productos como enrofloxacina y fosfomicina se recomiendan para el tratamiento de esta y otras enfermedades respiratorias. Para controlar la enfermedad se recomienda eliminar pronto los cadáveres, con el fin de no sean consumidos (canibalismo) por las otras aves. Se debe hacer una limpieza y desinfección total de las instalaciones y equipo. La aplicación de bacterinas es aconsejable en la mayoría de las zonas donde exista un alto grado de riesgo de que se presente un brote.

Coriza infecciosa

Agente causal: Esta enfermedad es producida por una bacteria llamada *Haemophilus gallinarum*.
Síntomas: Entre los primeros síntomas se presentan estornudos, seguidos por una supuración maloliente e inflamación de los ojos y senos nasales. Conforme avanza la enfermedad, el exudado se vuelve caseoso (como queso) y se acumula en los ojos; produciendo hinchazón y en muchos casos hasta la pérdida de los ojos. El problema se puede acelerar o agravar cuando se presentan cambios bruscos de las corrientes de aire, de temperatura, humedad, o por la desparasitación y vacunación. Generalmente disminuye el consumo de alimento y la producción de huevos.

Transmisión: La enfermedad se puede transmitir de un animal a otro y de una parvada a otra por contacto directo, por medio de las partículas de polvo que mueve el aire entre galerones o por medio de las personas que cuidan de los animales.

Tratamiento y control: El mejor control es mediante la prevención, criando nuevos lotes de pollitas en galpones alejados de las aves viejas o de aquellas sospechosas de ser portadoras de la enfermedad. No existe un tratamiento específico, aunque se recomienda el uso de antibióticos para evitar posibles infecciones secundarias. Se puede aplicar antibióticos como la estreptomina por vía intramuscular en una dosis única de 200 miligramos por polla o gallina, o de 300 a 400 miligramos por gallo. La eritromicina en el agua de bebida, en dosis de 0,5 g/galón (3,785 l) durante siete días, o en el alimento a razón de 92,5 g por tonelada, durante 7 a 14 días.

Encefalomiелitis aviar

Agente causal: La enfermedad es causada por un "enterovirus" del grupo de los picornavirus. Generalmente afecta a aves entre la primera y tercera semana de edad y a las adultas durante el período de postura.

Síntomas: Los síntomas se presentan con más frecuencia en animales jóvenes, al manifestar un caminar vacilante, incoordinación y hasta parálisis parcial o total. A medida que aumenta la incoordinación muscular, las aves tienden a sentarse sobre los tarsos (talones), empeorando hasta que ya no puedan caminar. Al manipular estas aves, se puede sentir los temblores rápidos del cuerpo.

Transmisión: La encefalomiелitis se transmite principalmente por medio de los huevos de aves infectadas; aunque no se descarta la posibilidad de propagarse en forma directa o por medio de las heces.

Tratamiento y control: No existe tratamiento curativo y se recomienda el sacrificio de los animales jóvenes afectados. Los reproductores vacunados después de las 10 semanas de edad transmiten la inmunidad a la progenie por medio del huevo.

Enfermedad respiratoria crónica (aerosaculitis)

Agente causal: Es causada principalmente por *Mycoplasma gallisepticum*, aunque también se ha encontrado *Escherichia coli*.

Síntomas: Los primeros síntomas se asemejan a los producidos por las enfermedades de New Castle y bronquitis infecciosa, tales como dificultad al respirar, mucosidad nasal y estertores de la tráquea. Con frecuencia se encuentra un material blancuzco y espumoso en la tráquea y sacos aéreos. En los casos avanzados de la enfermedad se puede apreciar el hígado y corazón cubiertos por un exudado de color blanco o amarillo. El curso de la enfermedad es lento.

Transmisión: La enfermedad se transmite por contacto directo, de una ave a otra o por medio de las partículas de polvo que lleva el viento de un galpón a otro. El problema principal es que las gallinas pueden transmitir la enfermedad a sus hijos por medio del huevo.

Tratamiento: Aunque el tratamiento con antibióticos específicos da resultados satisfactorios, económicamente hablando, lo mejor es su control mediante la eliminación de los animales enfermos. Las pruebas serológicas permiten detectar las reproductoras positivas a nivel de granja, con lo que se puede ofrecer aves libres de esta enfermedad. Los huevos fértiles podrían tratarse con antibióticos como el tartrato de tilosina, para eliminar los microorganismos de *M. gallisepticum*. El glutamato de eritromicina en concentraciones de 2 g/galón de agua durante tres días ha reducido notablemente la infección. El tartrato de tilosina se emplea con muy buenos resultados en dosis de 0,5 g/l de agua, durante 2-3 días, dependiendo de la infección.

Gumboro o bursitis

Agente causal: Esta enfermedad es causada por un birnavirus, el cual es muy resistente a las condiciones ambientales desfavorables, por lo que se dificulta su erradicación de las granjas infectadas.

Síntomas: Muchas veces, el primer síntoma de la enfermedad de Gumboro o Bursitis es un ruido respiratorio. Otros síntomas que se pueden apreciar son decaimiento, plumas erizadas, temblores, diarreas acuosas y prostración. Los brotes ocurren con más frecuencia cuando las aves tienen de 3 a 8 semanas de edad. La mortalidad por lo general no sobrepasa el 10% y en una segunda infección del mismo lote, la mortalidad es aún menor. La Bolsa de Fabricio (ubicada sobre la cloaca), se encontrará inflamada y su tamaño puede ser dos o más veces su tamaño normal. En animales sanos, la Bolsa de Fabricio es más pequeña que la vesícula. En los casos crónicos, la bolsa será más pequeña (se atrofia), por lo que la respuesta a la vacunación es menor, aumentando la susceptibilidad a otras infecciones. Transmisión: La enfermedad es muy contagiosa y se transmite por contacto directo de las aves, de sus excrementos; o por medio del equipo y ropa de los operarios.

Tratamiento: Todavía no se conoce un tratamiento adecuado. La prevención, de las reproductoras y las aves jóvenes, mediante la vacunación es el mejor control de la enfermedad. El método más eficaz para controlar la enfermedad de Gumboro es la de inducir una alta inmunidad a las madres, la cual es transmitida a sus hijos por medio del huevo.

Influenza aviar

Agente causal: Al igual que otros virus de la influenza aviar, pertenecen a la familia Orthomyxoviridae. Todos los virus de la influenza que afectan a los animales domésticos son del grupo "A". Los otros grupos "B" y "C" afectan sólo al ser humano; sin embargo el tipo "A" es el que origina generalmente las epidemias más importantes en el hombre.

Síntomas: Las infecciones causadas por Influenza Aviar Altamente Patógena (IAAP) dan como resultado una marcada depresión, plumas erizadas, inapetencia, sed excesiva, caída en la producción de huevo y diarrea acuosa. Esta última es de un color verde brillante, modificándose a casi totalmente blanca.

New Castle

Agente causal: La enfermedad de New Castle es producida por un paramyxovirus. Aunque se conoce solo un serotipo del virus, se han aislado diferentes cepas, que se clasifican de acuerdo a su virulencia o la velocidad con que pueda matar al embrión. La cepa "lentogénica" (La Sota) es la que tarda más tiempo en matar el embrión, la "mesogénica" (B1 y Roakin) es la cepa intermedia, y la "velogénica" (Kansas) la cepa más patógena y que toma menos tiempo en matar el embrión. tiempo en matar el embrión, la "mesogénica" (B1 y Roakin) es la cepa intermedia, y la "velogénica" (Kansas) la cepa más patógena y que toma menos tiempo en matar el embrión. Actualmente el país se encuentra libre de esta enfermedad y así fue declarado por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos de América (USDA).

Síntomas: Los primeros síntomas son problemas respiratorios con tos, jadeo, estertores de la tráquea y un piar ronco, siguiendo luego los síntomas nerviosos característicos de esta enfermedad; en que las aves colocan su cabeza entre las patas o hacia atrás entre los hombros, moviendo la cabeza y cuello en círculos y caminando hacia atrás. La mortalidad puede ser mayor al 50 % en animales jóvenes, en ponedoras, aunque no es tan alta, aparecen los síntomas respiratorios y la producción de huevos baja a cero en uno o dos días. La producción se recupera unas seis semanas después, pero se encontrarán huevos con la cáscara delgada y deforme, y algunos hasta sin la cáscara. En los animales afectados con New Castle se puede observar a veces una diarrea verdosa que indica la falta de ingestión de alimentos.

Transmisión: Esta enfermedad es muy contagiosa y se transmite por medio de las descargas nasales y excremento de las aves infectadas.

Tratamiento y control: No existe ningún tratamiento efectivo contra la enfermedad de New Castle. El único control se logra mediante la vacunación, la cual se repite varias veces durante la vida del animal. Se recomienda como norma general, la primera vacunación a los cuatro días de nacidas con la Cepa B1 del tipo suave, luego se continúa a las cuatro y doce semanas con la Cepa La Sota. De aquí en adelante se vacunará cada tres meses con la Cepa La Sota. Para facilidad de aplicación, cuando son lotes grandes de aves, se recomienda hacerlo por medio del agua de bebida, en cantidad suficiente como para que la puedan consumir en unos 15-20 minutos. Como estabilizador, al agua se le debe agregar leche descremada en polvo, a razón de una cucharada por galón.

Viruela aviar

Agente causal: Es producida por el virus (Borreliota avium), el cual se disemina muy lentamente. En nuestro medio rural se le conoce como "bubas" y "pepilla".

Síntomas: La viruela aviar se presenta en dos formas: - La forma húmeda o diftérica, afecta las mucosas de la garganta, boca y lengua, provocando la formación de úlceras o falsas membranas amarillentas; y - La forma cutánea o seca, que produce costras o granos en la cresta, barbillas y cara. A pesar de que la forma cutánea es la más frecuente; la forma húmeda produce una mortalidad más inmediata. En brotes severos, los animales se ponen tristes, dejan de comer y bajan de peso. Los síntomas característicos de las pústulas o granos de la cara y cresta así como los parches amarillos necróticos de la garganta y boca son difíciles de confundir. Estos parches necróticos en la boca, conocidos en nuestro país como pepilla, y los granos de la cara no se deben de eliminar, pues al quitarlas dejan úlceras sangrantes y se aumenta el contagio a otros animales sanos.

Transmisión: El virus se transmite por contacto directo, de un animal a otro o por medio del alimento o agua de bebida. Los zancudos u otros insectos que chupan sangre podrían ser transmisores de esta enfermedad entre aves y galpones. Los animales que han padecido la enfermedad y se recuperan, quedan como portadores del virus, por lo que se recomienda eliminarlos o al menos no mezclarlos con animales más jóvenes y sanos.

Tratamiento y control: No existe ningún tratamiento efectivo, aunque se recomienda el uso de antibióticos con el objetivo de evitar infecciones secundarias. El uso de la vacuna es una práctica común entre los avicultores, quienes lo hacen de rutina por su bajo costo y facilidad de aplicación. Se recomienda revacunar cuando algún animal aparezca con los síntomas descritos. Para evitar brotes severos de la enfermedad, se debe vacunar de inmediato a todos los animales que no muestren los síntomas característicos; sin embargo, una vez que se manifieste alguno de ellos, no es aconsejable vacunar, ya que una fuerte reacción a la vacuna les podría ocasionar la muerte. XV.1.

VACUNACIÓN

En la avicultura se presentan numerosas enfermedades que causan grandes pérdidas económicas en todo el mundo; pero por otro lado, el avicultor puede estar tranquilo de que existen vacunas para la mayoría de ellas. Dice un refrán popular que: "Un gramo de prevención es más barato que una tonelada de curación". todo el mundo; pero por otro lado, el avicultor puede estar tranquilo de que existen vacunas para la mayoría de ellas. Dice un refrán popular que: "Un gramo de prevención es más barato que una tonelada de curación". Todas las vacunas disponibles en el país vienen en frascos que contienen el antígeno en forma liofilizada (seco) o congelado en nitrógeno líquido, más el respectivo diluyente.

El contenido de la mayoría de ellas es para 1.000 dosis, aunque es posible a veces conseguir frascos de 500; no obstante que el precio es muy similar en ambos casos. Debido a las grandes poblaciones de aves que se crían actualmente en las granjas comerciales, se han tenido que desarrollar vacunas que se puedan administrar por medio del agua de bebida, reduciendo al mínimo su costo de

aplicación. En este caso, es recomendable mezclar una cucharada de leche en polvo por galón (3,785 l) de agua, con el fin de mantener la potencia de la vacuna hasta que las aves consuman la totalidad de la misma. Otras vacunas son para ser aplicadas en forma subcutánea (debajo de la piel) como la de la Enfermedad de Marek, la que se inyecta en la parte posterior del cuello.

La vacuna de Viruela Aviar, se aplica en la membrana alar, la cual se ubica entre la piel que cubre los huesos radio y húmero, o el equivalente en el cuerpo humano del brazo y el antebrazo (parte opuesta del codo). Con esta vacuna le deben suministrar un aplicador, que consiste en un manguito plástico con dos agujas, las que tienen un pequeño canal que es el que se llena con el líquido de la misma.

Estos canales en las agujas se cargan introduciendo las mismas en frasco, con la vacuna reconstituída, y luego al extraerlas, se resbalan contra la boca del frasco, de modo que el exceso de líquido quede dentro. Una vez que el aplicador se carga con la vacuna, se procede entonces a perforar en el centro de la membrana alar, atravesándola de lado a lado y depositando el líquido en los orificios hechos. Siempre se recomienda vacunar todos los animales de un solo lado, con el fin de facilitar la revisión ocho días después. Si la vacuna prendió, se formarán unos pequeños granos en el lugar donde se realizaron las perforaciones.

El siguiente cuadro muestra uno de los programas de vacunación que se recomienda para la mayoría de las zonas avícolas del país; no obstante se pueden aplicar otras más, dependiendo de la incidencia o frecuencia con que se pueda presentar otra enfermedad en alguna región específica.

PARASITOS

- Internos:

Esta sección se refiere básicamente a los parásitos que afectan el tracto digestivo. Algunos de estos consisten de una sola célula, como los coccidios, que son protozoarios y no pueden verse a simple vista. Los parásitos internos causan pérdidas millonarias a la avicultura en el mundo entero; sin embargo, muy pocos productores tienen la costumbre de buscar la presencia de parásitos en forma periódica, en el excremento de sus aves. La mayoría de estos parásitos se observan a simple vista, especialmente la lombriz intestinal grande, llamada ascaris (*Ascaridia galli*) y la tenia o lombriz plana, conocida comúnmente como "solitaria".

Existen otras lombrices más pequeñas que a veces no se distinguen con facilidad a simple vista, como la cecal (*Heterakis gallinae*) y la capilar. Como regla general se pueden desparasitar las aves a las ocho semanas de edad y repetir a las 18 semanas con algún vermífugo triple. Si se sospecha de la presencia de algún tipo de parásito en las heces, lo más recomendable es enviar muestras al laboratorio para ser analizadas y que ellos le recomienden el vermífugo a utilizar.

Protozoarios Coccidiosis Es producida por un protozoario (animal de una célula) que ataca el sistema digestivo; en especial el intestino delgado, los ciegos y el intestino grueso.

La coccidiosis

Es una enfermedad que ataca tanto a los pollos como a los pavos y muchos otros animales. Los coccidios son parásitos muy específicos en cuanto al huésped, así la especie que afecta a las gallinas no afectará a los pavos ni a otros animales. Son tan específicos, que algunas especies de coccidios afectan sólo una determinada área del tracto digestivo, como en el caso de las aves de corral. Se conocen nueve especies diferentes de coccidios, pero son cinco las que causan los mayores daños en la avicultura mundial. Cada una de las especies afecta una porción diferente del tracto: *Eimeria acervulina* (mitad superior del intestino delgado), *E. tenella* (ciegos), *E. necatrix* (mitad media del intestino delgado), *E. maxima* (mitad inferior del intestino delgado) y *E. brunetti* (mitad inferior del intestino delgado, recto y cloaca). Estos organismos destruyen las células del tracto digestivo que normalmente son las que absorben los alimentos. Las formas agudas de la coccidiosis producen serios daños en los tejidos, causando hemorragias y al final hasta la muerte.

Ciclo de vida: Los coccidios pasan por diferentes estadios de desarrollo que empiezan y terminan en lo que se denomina ooquiste coccidial. Con la presencia de factores como la humedad, oxígeno y la temperatura adecuada, hacen que dentro del ooquiste se desarrollen cuatro esporas que contienen dos esporozoitos cada una. Cuando un ave ingiere un ooquiste esporulado o maduro, los ocho esporozoitos salen del mismo e invaden las células epiteliales de la pared intestinal. Una vez dentro de la pared intestinal interna, los coccidios se dividen repetidamente mediante un proceso de reproducción asexual, produciendo grandes cantidades de cuerpos llamados merozoitos, los cuales son los que producen mayor daño en las paredes internas del intestino y ciegos. Al salir los merozoitos de las células del epitelio, rompen la pared celular, lo cual produce una hemorragia. Esta hemorragia es uno de los síntomas característicos de la coccidiosis, pues la sangre se puede observar a simple vista en las heces.

Transmisión: La coccidiosis se transmite de un ave a otra por medio del alimento y/o el agua de bebida contaminados o cualquier otro material que contenga coccidios. Los ooquistes pueden ser transportados de un lugar a otro por medios mecánicos, como el equipo, trabajadores, animales domésticos u otras aves. Los ooquistes pueden sobrevivir en suelos húmedos por períodos de más de un año. En ocasiones, de un momento a otro, se presentan brotes de coccidiosis en galeras donde se han desarrollado otras aves por más de un año y medio, sólo se necesita que ocurran en forma simultánea condiciones de humedad y altas temperaturas para que los ooquistes se vuelvan infecciosos.

Prevención: Prácticamente en todas las camas de los gallineros se encuentran coccidios, por lo que es casi imposible evitar que en cualquier momento se presente un brote. No obstante, el grado de infección de coccidiosis se puede mantener bajo, si se tiene una adecuada sanidad y especialmente, la cama seca. Por esta razón se debe mantener en buen estado los bebederos, evitando que se produzcan focos de humedad debajo de los mismos o que se meta el agua de lluvia. cama seca. Por esta razón se debe mantener en buen estado los bebederos, evitando que se produzcan focos de humedad debajo de los mismos o que se meta el agua de lluvia. Con el uso de coccidiostatos en el alimento concentrado, se logra producir una moderada infección, con lo cual las aves adquieren inmunidad. La inmunidad a una especie no protege contra las demás.

Tratamiento: En el comercio se pueden conseguir varios coccidiostatos para administrar con el alimento concentrado, en forma preventiva. Uno de los mejores productos para el tratamiento de la coccidiosis es la sulfaquinoxalina, aunque en caso de no poder conseguirla en el mercado, se puede utilizar la sulfasuccidina o sulfametazina para uso humano. Estas se adquieren en la mayoría de las farmacias.

Lombrices

Estas son los parásitos más grandes que afectan a las aves. Las lombrices afectan el desarrollo y productividad de todas las aves infestadas, aumentando por eso los costos de alimentación. Además, cuando el ave se debilita por la infestación de las lombrices, éstas son más susceptibles a ser atacadas por otros organismos.

Ascaris La lombriz grande, *Ascaridia galli*, es una de las más comunes que afecta a las aves. Estas pueden medir entre cuatro y ocho cm de longitud, redondas, de un cuerpo relativamente grueso y de color blanco amarillento. Cada hembra produce gran cantidad de huevos (unos 5.000 por día), los cuales son expulsados, en forma inembrionada, junto con las heces. Una vez fuera del ave, si existe buena humedad y altas temperaturas, se vuelven infecciosos en un período de unos diez días. En ésta última forma, cuando son ingeridos por otra ave, pueden desarrollarse nuevamente hasta llegar al estado de lombriz adulta. Las lombrices adultas se pueden observar a simple vista en la excreta de las aves.

Tratamiento: El uso de piperazina es el más indicado para eliminar el ascaris.

Cecales La lombriz cecal

Heterakis gallinae, es idéntica al ascaris, en su presentación y su ciclo de vida; excepto por su tamaño, la cual puede medir unos 12 mm. Las lombrices adultas pueden observarse con facilidad en los "ciegos" de las aves infestadas.

Tratamiento: Al igual que el ascaris, la piperazina es el producto a usar para el control de la lombriz cecal.

Tenias

También llamadas lombrices planas o "solitarias", por su aspecto chato; son segmentados y de color blanco, con aspecto de una cinta. Existen más de diez especies de tenias, aunque sólo unas seis o siete especies son las que afectan a los pollos. La mayoría son bastante grandes y miden hasta 15 cm, pero algunas de las pequeñas podrían pasar inadvertidas. Este parásito se adhiere a la mucosa del intestino mediante unas ventosas que posee en la cabeza. Los segmentos, cada uno de los cuales tiene los órganos sexuales masculinos y femeninos se forman detrás de la cabeza; los cuales se desprenden cuando llegan al extremo posterior del cuerpo; en esta etapa están llenos de huevos. Una vez fuera del cuerpo del huésped no infectan al ave, éstos deben ser ingeridos por un huésped intermedio como los caracoles, babosas, etc., para los cuales si son infecciosos. El tipo de huésped intermedio depende de la especie de tenia. El ave luego ingiere al huésped intermedio y ahí es cuando vuelve a infestarse.

Tratamiento: Se recomienda el uso de vermífugos triple para la eliminación de las tenias, el cual también elimina las otras lombrices redondas.

Externos

Los parásitos que afectan externamente el cuerpo de las aves se alimentan principalmente de células muertas de la piel y plumas (como los piojos) o bien extraen la sangre o jugo de los tejidos (linfa), como los ácaros, garrapatas, pulgas, chinches mosquitos, etc.

Piojos

Son los parásitos más comunes en las aves. Éstos son ácaros de un color amarillo-parduzco, los cuales se pueden ver al examinar la piel y plumas del ave. Entre las cuarenta o más especies de piojos que afectan a las aves, el más grande mide unos 2,5 mm. Los piojos pasan toda su vida sobre las aves y sus huevos o "liendres" se adhieren a las plumas en forma de racimos. Su ciclo vital se completa en dos o tres semanas, desde el estado de huevo al de adulto. Los piojos más comunes son los que afectan la cabeza, el del cuerpo, el de la cánula de la pluma y el del ala.

Tratamiento: Si encuentra liendres o piojos adultos, se debe atomizar todos los animales con malatión, a razón de 3-4 ml por litro de agua. La aplicación deberá realizarse con preferencia en horas de la noche y con un mínimo de luz, cuando los animales estén en reposo o más tranquilos. Se recomienda entrar al galpón con cuidado y comenzar la aplicación muy despacio, con el fin de no asustarlas con el ruido de la bomba aspersora. Garrapatas La garrapata, pariente mayor de los ácaros, no es un problema común en las aves, aunque a veces se presenta en climas cálidos y secos. Por la sangre que chupan, causan anemia y reducen la producción, además de ser portadoras de varias enfermedades infecciosas. Su control se realiza también con malatión. (SITIO AVICOLA).

PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL POLLO SEMICRIOLLO

Durante cada etapa dentro del proceso de producción de pollo semicriollo podemos destacar el desarrollo de actividades como:

LA RECEPCION - LEVANTE- DESARROLLO-CLASIFICACIÓN POR PESO PARA LA VENTA.

En la entrada se es necesario tener los bebedero s con suficiente agua, comederos con concentrado, energía eléctrica, aserrín o viruta para se permita un clima confortable a su habitad.

- **DESINFECCIÓN COMPLETA Y RIGUOSA:** Es así como este proceso se debe desarrollar dos semanas antes de la llegada de las aves.
- **PREPARACIÓN LOCATIVA:** se debe resanar paredes y pisos; así mismo se debe desinfectar con agua y cal disuelta en ella, esparciéndola minuciosamente por todas las instalaciones.
- **CAMA DE PISO:** Este debe estar libre de polvo y humedad es así que es recomendable usar cascarilla de arroz o aserrín de madera, el cual debe ser desinfectado previamente.
- **PLANIFICACIÓN DE LA RECEPCIÓN:** es necesario conocer información básica como la fecha y hora de llegada, cantidad de aves a recibir si mismo se debe contar con el gas, alimento y cantidad de equipo necesario. El área de recepción se debe delimitar con

laminas cartonplasto galvanizadas de 2.5 mts de largo y 50 cms de alto haciendo círculos.

(Las condiciones que debe tener el area de recepción son:

Tener un espacio suficiente para manejar una densidad de 50 a 60 pollos por metro cuadrado.

Manejar 80 pollos por cada bebedero y comedero.

Ubicar a 1.5 metros una criadora por cada 800 a 900 pollos.

Ubicar los comederos y bebederos a un metro de distancia.

Ubicar las laminas ajedas de la pared.

- **TEMPERATURA Y VENTILACIÓN:**

Se debe proporcionar una temperatura de:

DIA 1 de 31- 33 °c.

DIA 2-3 de 30 - 32 °C

DIA 4-5 de 29 -31 ° c.

DIA 6-7 de 28 -30 ° c.

DIA 8- 10 de 26 – 28 °c.

DIA 11-14 de 24-26°c.

(RECOMENDACIONES: Inatalar cortinas de arriba hacia abajo.

Instalar cortinas internas y externas dentro del galpón, est e sistema durante los primeros catorce días y apagar criadoras.

RECIBIMIENTO:

Adaptar el ambiente con calefaccion, lo mismo 12 horas antes el agua.

Realice pesaje de las aves para calcular su peso promedio o uniformidad.

Revisar que hayan consumido alimento y agua en su totalidad 24 horas después de su llegada.

VACUNACIÓN: Se debe prevenir de enfermedades como GUMBORO, NECASTLE Y BRONQUITIS.

PREINICIACIÓN: Dias de 1 a 10 dias de vida; correspondea los primeros 10 dias de vida del pollito, se caracteriza por el manejo de de la temperatura con ayuda externa con criadoras y alta exigencia en ventilación y ampliación gradual del espacio donde estan alojados. Esta etapa es clave ya que en las primeras 72 horas se desarrollan organos vitales en el pollo como Sistema digestive, sistejma immune, corazón e hígado.

INICIACIÓN: Es el periodo comprendido entre días 11 y 23 de vida, es la etapa que prepara al pollito par recibir el alimento de engorde, se desarrolla el esqueleto y lo prepara para el llenado con musculo.

ENGORDE: Periodo desde el dia 24 de vida hasta el sacrificio, se caracteriza por tener mayor consumo de alimento y las ganancias mayores de peso.

(SOLLA).

1.4.5 Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos.

1.4.5.1 ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI/ NO, justificación)

Para el funcionamiento de la aviocola AVESGAR si es necesario un lugar fisico de operación el cual esta ubicado en la vereda Jaimes del municipio de Molagavita en la fina el Gigante.

1.4.5.2 Identifique los requerimientos de inversión:

Presupuesto para la construccion de 4 golpones de 200m cada uno.

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
INFRAESTRUCTUR A Y ADECUACIONES	Bloque N° 5 helio	624	\$900	\$561.600
	Medios bloques N° 5	68	\$600	\$40.800
	Tejas polic de zinc corpo acero de 3 o 5 metros.	2	\$12000	\$24.000
	Viaje de arena armilla de 6 metros.	1	\$300.000	\$300.000
	Bultos de cemento	28	\$28000	\$784.000
	Varillas de 10.5 mm.	28	\$6800	\$190.400
	Alambre dulce	8	\$3000	\$24.000
	Viajes de arena mixta de rio.	0.8 m	\$240.000	\$240.000
	Amarres para teja de zinc	176	\$100	\$17.600
	Metro de tela pp verde x 165 cm.	176	\$100	\$17.600
	Rollos de malla de ¼ de 1.5 m x 36 metros.	0.8	4.102	\$16.400
	1 rollo de malla de ¼" de 1.5 m x 36 metros.	1	\$25000	\$25.000
	Rollo de alambre de pua de 12.5 x 400 mx 40.	1	\$160.000	\$160.000
	Tubos de pvc de ½ "	2	\$10000	\$20.000
	Uniones de 1/2	2	\$400	\$800
	Frasco de soldadura pvc	1	\$6000	\$6000
	Tanque plastico de 1000 litros para agua.	1	\$250000	\$250.000
	Registro para agua	1	\$12000	\$12.000

	Adaptador macho	1	\$12000	\$12.000	
	Contrato de mano de obra para construccion de galpon	1	\$300000	\$3.000.000	
	Contrato de explanacion y nivelacion del terreno con retroescavadora	1	\$500.000	\$500.000	
	COSTO UNITARIO DEL GALPON			\$1.550.550	
	COSTO TOTAL DE GALPON			\$6.202.200	
MAQUINARIA Y EQUIPO	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
	BEBEDEROS MANUALES	11	\$12000	\$132.000	
	BANDEJAS DE RECIBIMIENTO	4	\$5000	\$20.000	
	COMEDEROS	11	\$15.000	\$165.000	
	CRIADORAS DE 1 M DE ALTO	1	\$125.000	\$125.000	
	BASCULA	1	\$200.000	\$200.000	
	TERMOMETRO	1	\$60.000	\$60.000	
	GUACALES	28	\$12.000	\$336.000	
	FUMIDADORA ESTACIONARIA	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	
	FLANEADOR	1	\$70.000	\$70.000	
		SUBTOTAL			
		IMPREVISTOS 10%			\$283.800
		TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO POR GALPON			\$709.500
		TOTAL			\$2.838.000
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
	computador	1	\$1.200.000	\$1.200.000	
	Telefono celular	1	\$100.000	\$100.000	
	Calculadora	1	\$20.000	\$20.000	
	Grapadora	1	\$4000	\$4000	
	internet	6 megas	\$40.000	\$40.000	
	papeleria		\$50000	\$50.000	
	Servicio de luz		\$30000	\$30.000	
	Total			\$1.444.000	
	TOTAL REQUERIMIENTOS			\$10.484.200	
	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	

GASTOS CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA				
Estudio previo del nombre				
Juego de formularios camara de comercio				
Escritura publica				
Permisos de construcciondepartamento de planeación.				
Derecho de matricula camara de comercio.				
Inscripcion en los libros				
Matricula industria y comercio.				
Rentas departamentales.				
Licencia de bomberos.				
TOTAL				
\$444100				
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				
Otros				
Servicio de luz				
Telefono * internet				
Arriendo				
papeleria				
TOTAL				
\$200.000				
GASTOS DE VENTAS				
Transporte				
Publicidad				
TOTAL				
\$220.000				
TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES				
\$4.864.100				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	Mantenimiento de equipos	Ocasional		\$50.000
	Dotacion			\$60.000
	Montaje y asistencia tecnica	Ocasional		\$50.000
	Energia electrica			\$50.000
	Total consumo (CIF)			\$210.000

Table 11: Requerimientos de inversion.

COSTOS PRODUCCIÓN PARA UN LOTE DE 175 POLLOS CON EL QUE SE ESTIMA PRODUCCION PARA LOS 700 POLLOS MENSUALES DEL TOTAL DE LOS 4 LOTES QUE SE MANTIENEN.

COSTOS DE PRODUCCIÓN	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	POLLOS CON EDAD DE 10 DIAS DE NACIDOS. (RAZA BROILER)	175	\$2000	\$350.000
	CONCENTRADO SOYA DE INICIACION (210.000 GRS)	5 BULTOS DE 40.000 GR (40KG)	\$64.000	\$320.000
	CONCENTRADO SOYA DE ENGORDE	7 BULTOS DE 40.000 GR (40 KG)	\$ 64.000	\$448.000
	MAIZ BLANDO	1 BULTO 62.000 GRAMOS.	\$80.000	\$80.000
	MAIZ DURO	1 BULTO 62.000 GRAMOS.	\$55.000	\$55.000
	SEMILLAS PARA LA PRODUCCIÓN DE FORRAJE (ALFALFA)	1 KILO DE SEMILLA	\$70.000	\$70.000
	TOTAL			\$1.323.000

Table 12: Costos de producción.

INSUMOS Y MEDICAMENTOS	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	OXITETRACICLINA	1 LITRO	\$55.000	\$55.000
	LIMON	50 LIMONES	\$8.000	\$8.000
	LITROBERT	2 PAPELETAS	\$6.000	\$12.000
COSTO TOTAL			\$69.000	\$75.000

Table 13: Insumos y medicamentos.

1.4.5.3 Detalle las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios.

LAS INSTALACIONES DEL GALPON:

- Orientación del galpon de este a oeste para minimizar el calor solar.
- Distancias entre galpones de 20-30 m.
- Los aleros de un metro.techo que refleja al sol, aplicacion con material reflejante.
- Rociar el techo del galpon.
- Rociar afuera y alrededor del galpon. Sembrar grama o mantener una area verde alrededor.

- Los tanques de agua en el galpon por lo menos deben estar pintados o techados.

Para produccion la densidad de aves es de:

Densidad= 6 aves/m²

Area = Numero de aves/densidad.

Area= 175 aves/ 6 aves/m²

Area= 29 m².

DISEÑO PLANO DE GALPON.





1.4.5.4 ¿Para la adquisición de algún activo, se tiene contemplado realizar importación? (SI/ NO, justificación)

No se tiene contemplado realizar importación ya ue los activos que deseamos adquirir lo podemos adquirir en colombia directamente.

1.4.5.4.1 Detalle los activos, países proveedores y tiempos estimados:

En caso de presentarse incremento en el valor del activo por factores como: tasa de cambio, reformas tributarias etc., ¿cómo financiará éste mayor valor?

1.4.6 ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

Bien servicio: POLLO SEMICRIOLLO EN PIE.
 Unidades a producir: 700 POLLOS MENSUAL.

ACTIVIDAD O PROCESO	TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACION (MINUTOS/HORAS)	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONASQUE INTERVIENEN POR CARGO.	EQUIPOS Y MAQUINAS QUE SE UTILIZAN. CAPACIDAD DE PRODUCCION POR MAQUINAS (CANTIDAD DE PRODUCTO UNIDAD DE TIEMPO)
Lavado de bebederos y comederos	1 hora	operario	2	Manguera y desinfectantes.
Sumistro de alimento y agua. (desayuno, almuerzo, comida)	50 minutos=150 min	operario	2	Concentrado, maíz.
Sacar las aves a campo abierto	3 horas	operario	1	Forrajes.
Revisar calefaccion de y todo lo relacionado con el galpon y ubicacion del polisombra.	3 horas	operario	1	
Revisison de los controles sanitarios y de aplimenatcion para su ejecucion.	1 hora	operario	1	Controles.
Manejo de praderas y tutores.	3 horas	operarios	2	Controles y herramientas.
Total horas por operario	8 horas diarias.			

Table 14: Proceso de producción en operario.

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS:

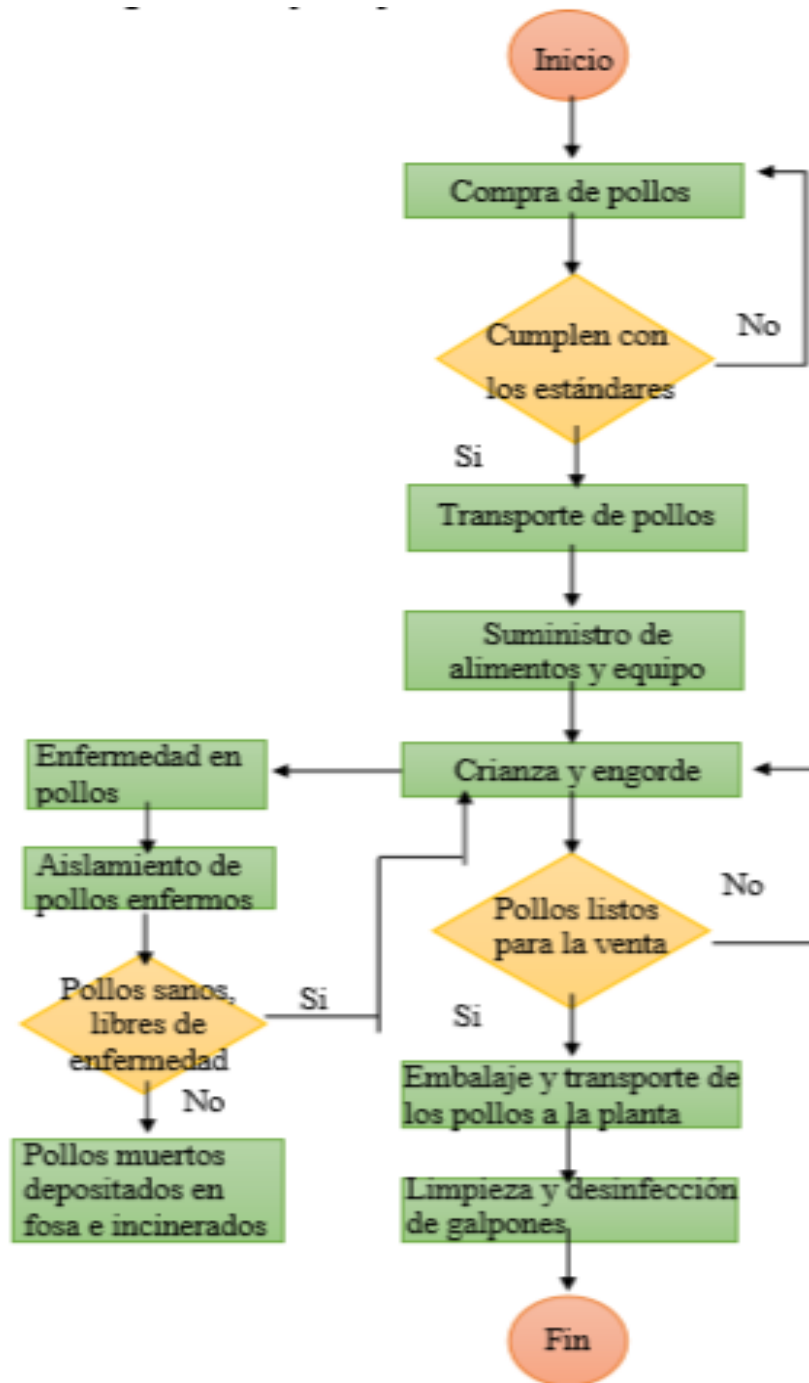


Figure 3: Diagrama flujo de procesos.



1.4.7 ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa?

La capacidad productiva de la empresa AVESGAR es de 700 pollos mensual teniendo en cuenta la capacidad de las instalaciones, mano de obra, insumos y demas.

1.4.8 Equipo de trabajo

1.4.8.1 ¿Cuál es el perfil del emprendedor, el rol que tendría dentro de la empresa y su dedicación?

PERFIL:

Tecnico en producciones agropecuarias, tecnologa en gestion empresarial (SENA), actualmente estudia administración de empresas (UNIVERSIDAD DE PAMPLONA)

ROL: Gerente avicola AVESGAR.

DEDICACION: Dedicación tiempo completo.

1.4.8.2 ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación?

Descripción y perfil de cargos

Área administrativa

Gerente (DIRECTO).

Estará encargado de participar, controlar y potencializar el área de producción, además de buscar el mejoramiento continuo en las áreas de talento humano, pago de facturas, nómina, controlar vencimientos de cartera y en general vigilar por el buen funcionamiento, además de la atención al cliente, tomar pedidos, cobrar facturas y conseguir nuevos clientes, supervisión del proceso productivo.

El Gerente deberá cumplir con todas sus tareas características de su cargo y colaborar en el área de producción, especialmente:

- Participar activamente en los procesos que se necesiten en el área de producción.
- Representar a la organización ante los socios, ante terceros y ante toda clase de autoridades de orden administrativo y jurisdiccional.
- Ejecutar todas las operaciones correspondientes al objeto social, de conformidad con lo previsto en las leyes y en estos estatutos.
- Autorizar con su firma todos los documentos públicos o privados que deban otorgarse en desarrollo de las actividades sociales o en interés de la sociedad.



- Mostrar a la Asamblea General en sus reuniones ordinarias, un inventario y un balance de fin periódicamente, junto con un informe escrito sobre la situación de la sociedad, un detalle completo de la cuenta de pérdidas y ganancias y un proyecto de distribución de dividendos.
- Nombrar y remover los empleados de la sociedad cuyo nombramiento y remoción le delegue Asamblea de Accionistas.
- Tomar todas las medidas que reclame la conservación de los bienes sociales, vigilar la actividad de los empleados de la administración de la sociedad e impartirles las órdenes e instrucciones que exija la buena marcha de la compañía.
- Convocar la Asamblea General a reuniones extraordinarias cuando lo juzgue conveniente o necesario y hacer las convocatorias del caso cuando lo ordenen los estatutos, la Asamblea de Accionistas o el Revisor Fiscal de la sociedad.
- Convocar la Asamblea de Accionistas cuando lo considere necesario o conveniente y mantenerla informada del curso de los negocios sociales.
- Cumplir las órdenes e instrucciones que le impartan Asamblea de Accionistas y, en particular, solicitar autorizaciones para los negocios que deben aprobar previamente la Asamblea, según lo disponen las normas correspondientes del presente estatuto.
- Cumplir o hacer que se cumplan oportunamente todos los requisitos o exigencias legales que se relacionen con el funcionamiento y actividades de la sociedad.
- Seleccionar al personal.
- Contratar a las personas necesarias para llevar a cabo las labores al interior de la empresa.
- Recibir informes por parte de la Dirección Técnica, la secretaria, contabilidad, y ventas.
- Manejar los acuerdos con los bancos.
- Autorizar los pedidos de servicio o suministros.
- Realizar negocios con los proveedores y distribuidores.
- Autorizar cambios organizativos de sus subordinados.
- Gestionar con Rentas Departamentales lo relacionado con requerimiento de tipo legal.
- Autorizar pagos a proveedores y empleados.
- Realizar y organizar la política de calidad de la empresa.
- Supervisar las labores de sus subordinados.
- Elaborar, revisar y actualizar el reglamento interno de la empresa.
- Reportar a la Junta directiva los estados financieros de la empresa.
- Autorizar las horas extras.
- Firmar todos los documentos relacionados con la parte tributaria.
- Administrar incentivos o sanciones a sus subordinados.
- Elaborar el presupuesto de la empresa.
- Establecer las políticas de precios.
- Portar carné de la empresa en un sitio visible, actualizado y en buen estado.



Perfil del cargo

Profesional con experiencia u conocimientos en este sector además de estudios gerenciales, con capacidad analítica y para proponer estrategias de desarrollo alternativo en el área comercial, de mercadeo, producción y servicio al cliente. Debe ser líder, proactivo, innovador, creativo, responsable, dinámico. Comprometido, competitivo, honesto, con principios éticos y morales. Este cargo será ejercido por el emprendedor.

CONTADOR (INDIRECTO).

Funciones:

- Auditar los movimientos de dinero que se realicen al interior de la empresa.
- Organizar y archivar toda la información contable dentro de los parámetros técnicos dispuestos para estos documentos.
- Presentar informes de los estados financieros de la empresa a los gerentes.
- Liquidar oportunamente los impuestos relacionados con las actividades de la empresa.
- Informar oportunamente de los plazos de cancelación de las obligaciones tributarias.
- Elaborar las nóminas de los empleados teniendo en cuenta las horas extras y todo lo dispuesto legalmente para este efecto.

Perfil del cargo

Profesional en contaduría pública con tarjeta profesional, honesto, responsable, disciplinado, transparente, serio, cumplidor de su deber, con principios éticos y morales.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

2 OPERARIOS (DIRECTOS).

Encargado de la recepción de la materia prima, recolección del producto, limpieza y mantenimiento del producto, equipos y edificaciones, estar atento al cuidado y trazabilidad del producto, almacenamiento del producto terminado, análisis de calidad, organización del sitio de trabajo, control de inventarios, actividades de limpieza y desinfección del producto, planta y equipos.

Detalle de funciones:

- Recibimiento y almacenaje de materia prima.
- Lavar y desinfectar de las áreas de trabajo, equipos, y todos los utensilios usados en la recolección y embalaje del producto.
- Transportar el producto desde la granja a la distribuidora.
- Registrar la entrada y salidas del producto en bodega..
- Reportar todos los accidentes de producción.
- Reportar todos los accidentes laborales.
- Portar la dotación completa, limpia, en buen estado y de manera adecuada.



- Cumplir con todas las normas higiénico-sanitarias para la recolección, producción y distribución del producto.
- Cumplir con todas las normas de seguridad industrial definidas por la dirección técnica de la empresa.
- Mantener buenas relaciones con los compañeros de trabajo fomentando un ambiente propicio para el entendimiento.
- Procurar reducir las pérdidas por mal manejo de la materia prima o por operaciones del proceso.
- Acatar las indicaciones de tipo técnico que sugiera la dirección técnica y la gerencia, obedeciendo los parámetros establecidos por el sistema de calidad.
- Llenar los formatos de control dispuestos para el control de la producción y establecidos por el sistema de calidad.
- Promover iniciativas útiles para el mejoramiento de los procesos productivos de la empresa.
- Cumplir con los horarios establecidos para las labores realizadas en la empresa.

Perfil del cargo

Personas con experiencia trabajando en granjas avícolas. Responsables, comprometidos, honestos, disciplinados, con altos valores éticos y morales.

MERCADERISTA (DIRECTO).

Estará encargado de participar, controlar y potencializar el área de producción, mercadeo y ventas además de buscar el mejoramiento continuo en las áreas de talento humano, pago de facturas, atención al cliente, tomar pedidos, cobrar facturas y conseguir nuevos clientes, supervisión del proceso productivo.

El Mercaderista deberá cumplir con todas sus tareas características de su cargo y colaborar, especialmente:

- Buscar e investigar nuevas estrategias de venta del producto
- Crear nuevos productos e innovarlos ya existentes para ser cada día mejor
- Analisar la rentabilidad de los productos en el mercado
- Fija políticas de venta y promociones
- Estar presto a cualquier otra disposición
- Tener conocimiento de la empresa en general.
- Saber enfocarse en el servicio al cliente garantizando la satisfacción del cliente en lo referente con la atención, calidad del producto y satisfacción.
- Manejar material POP, realizando la difusión y distribución del mismo.



Perfil del cargo

Profesional con experiencia y conocimientos en este sector además de estudios de mercadeo, con capacidad analítica y para proponer estrategias de desarrollo alternativo en el área comercial, de mercadeo, producción y servicio al cliente. Debe ser líder, proactivo, innovador, creativo, responsable, dinámico. Comprometido, competitivo, honesto, con principios éticos y morales. Este cargo será ejercido por un(a) aspirante al cargo que cumpla con el perfil.

CONDUCTOR (INDIRECTO)

Funciones:

- Transportar las aves desde el galpón hasta su destino de descargue.
- Estar atento a cualquier anomalía que se presente en el transporte de las aves.
- Llevar control de envío y recibido por parte de la empresa donde se tienen que entregar las aves.

Perfil del cargo

Profesional en el área de conducción con licencia de conducción al día, sin antecedentes de tránsito; persona responsable, disciplinada, honesta, íntegra.

El tipo de contrato que se maneja con cada uno de los empleados a término indefinido con los siguientes sueldos.

CARGO	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE	\$781.242	\$9.374.904
CONTADOR	\$500.000	\$6.000.000
MERCADERISTA	\$781.242	\$9.374.904
OPERARIO 1	\$781.242	\$9.374.904
OPERARIO 2	\$781.242	\$9.374.904
CONDUCTOR	\$500.000	\$6.000.000
TOTAL PAGO NOMINA	\$ 4.124.968	\$49.499.616

Table 15: Tipo de contratación.



PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

VISIÓN

Para el 2021, ser la granja de producción de pollo semicriollo en pie reconocida en la provincia de García Rovira mediante su modalidad de crianza y calidad de la carne, estableciendo lazos de relación con las empresas dedicadas al sacrificio de aves y su comercialización inicialmente identificadas como interesadas del producto.

MISIÓN

Producir pollo semicriollo en pie de calidad, generando empleo e incentivando las actividades del campo.

POLÍTICAS CORPORATIVAS

POLÍTICA AMBIENTAL.

La granja como productora de pollo de engorde, es interdependiente con el ambiente, por lo tanto se debe realizar una gestión ambiental proactiva.

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Responsabilidad Social Empresarial debe ser el marco de actuación dentro del cual se desarrollan los objetivos estratégicos de la empresa, de esta forma contribuir al desarrollo humano sostenible a través de la generación de valor social, económico y ambiental, acogiendo temáticas sobre sostenibilidad contempladas en iniciativas locales, nacionales y mundiales.

POLÍTICA DE GESTIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Gestionar los activos físicos productivos durante todo su ciclo de vida, con criterios de optimización del desempeño y el costo, administrando el riesgo, considerando la naturaleza, escala, contexto y operaciones de los negocios que desarrolla, y teniendo en cuenta la seguridad de las personas, los sistemas y el cuidado del medio ambiente, cumpliendo la normatividad vigente y el compromiso con la mejora continua, para contribuir a la sostenibilidad y al desarrollo de la estrategia de la granja.

POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO.

Gestionar la seguridad y salud en el trabajo y la prevención de los riesgos laborales de los empleados y contratistas. Promueve la cultura del autocuidado, el trabajo en ambientes seguros y saludables, la mejora continua y el desempeño eficiente.

OBJETIVOS CORPORATIVOS.

- Aumentar la oferta de pollo de engorde en pie Incrementar la productividad
- Ser una empresa reconocida por los demandantes por su calidad y servicio
- Aumentar las ventas.
- Ejercer políticas de responsabilidad social satisfaciendo necesidades en la población.

1.5 ¿CUÁL ES EL FUTURO DE MI NEGOCIO?

1.5.1 ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas, y cuál es su presupuesto?

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN:

PROPOSITO: Permiten garantizar la satisfaccion del cliente con relación a la adquisicion del producto.

ACTIVIDAD	RECURSOS REQUERIDOS	MES DE EJECUCIÓN	COSTO	NOMBRE DEL CARGO LIDER DEL PROCESO
Aplicar la estrategia hibrida o combinada que consiste en impulsar y atraer tanto a los vendedores como a los clientes.	Obsequios e incentivos.	Cuarto mes despues de ejecucion del Proyecto.	\$15000 cada detalle.	Mercaderista.
Reducir los precios por debajo de la competencia, para que de este modo se pueda bloquear ya ganarle al Mercado.	Controles a nivel de inversion, costo, gastos de produccion.	6 mes despues de la puesta en marcha del Proyecto.	3% menos del precio de venta	Gerente – mercaderista.
Implementar la tactica de descuento por lanzamiento teniendo en cuenta las compras al por mayor.	Reportes de ventas.	8 meses despues de la puesta en marcha del Proyecto.	1% menos del precio de venta	Gerente-mercaderista

Table 16: Estrategias de promoción.



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN:

PROPOSITO: Mejorar la comunicación con clientes, empleados, colaboradores, proveedores.

ACTIVIDAD	RECURSOS REQUERIDOS	MES DE EJECUCIÓN	COSTO	NOMBRE DEL CARGO LIDER DEL PROCESO
Ofrecer descuentos por cantidades de pollos que disponga comprar al por mayor	Registro de ventas	Decimo mes despues de la puesta en marcha	\$ 100.000	mercaderista
Se tendran targetas de presentacion con el nombre de la empresa, direccion y telefono para pedidos	Papeleria	Tercer mes de puesta en marcha	\$ 200.000	Gerencia general

Table 17: Estrategias de comunicación.

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN:

PROPOSITO: facilitar el proceso de distribucion y garantizar la satisfacción en los clientes en cuanto a la entrega oportuna.

ACTIVIDAD	RECURSOS REQUERIDOS	MES DE EJECUCIÓN	COSTO	NOMBRE DEL CARGO LIDER DEL PROCESO
Realizar la distribución del producto en forma directa, el encargado recogerá las aves desde la planta de producción y de ahí se llevarán directamente a la planta de sacrificio los días acordados para su entrega.	Medio de transporte y registros	Constante segun pedido	\$50.000	Gerente-mercaderista

Table 18: Estrategias de distribución.

1.5.2 ¿Cual es el periodo de arranque del Proyecto (meses)?

El periodo de arranque del Proyecto sera en el mes de Marzo del 2019 teniendo en cuenta la gestion en todo lo relacionado con la constitucion de la empresa, construccion y edificacion de los galpones, compra de toda la meteria prima necesaria para la produccion de los pollos y plan de mercadeo.

1.5.3 ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?

El periodo improductivo del Proyecto es de aproximadamente 8 meses teniendo en cuenta el tiempo de adecuacion del galpon y el proceso de produccion de cada uno de los lotes.

1.5.4 Proyección de ingresos

Lote 1	Lote 2	Lote 3	Lote 4	TOTAL POLLOS MENSUAL	Peso promedio	TOTAL LIBRAS	Total de ingresos mensual	Total ingresos annual.
175 pollos	175 pollos	175 pollos	175 pollos	700 POLLOS	4 libras	2800 LIBRAS* \$4000 LB=	11.200.000	134.400.000

Table 19: Proyección de ingresos.

1.5.5 Proyección de costos

COSTOS	Costo mensual	Costo anual
Se mantiene depreciacion por 2 años.	\$436.842	\$5.242.104

Table 20: Proyeccion de costos.

1.5.6 Proyección de gastos.

GASTOS OPERACIONALES	GASTOS MENSUAL	GASTOS ANUALES
Hacen referencia a la constitucion de empresa, gastos administrativos y gastos de venta.	\$4.864.100	\$58.369.200

Table 21: Proyección de gastos operacionales.

1.5.7 Inversiones

INVERSIONES	Mensual	Anual
Se relaciona la inversión a nivel de instalaciones y equipos. (2 años de depreciación) (6.202.200+2.838.000)=\$9.040.200.	\$376.675	\$4.520.100

Table 22: Proyección de inversiones.

1.5.8 Capital de trabajo

CARGO	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	\$781.242	\$9.374.904
CONTADOR	\$500.000	\$6.000.000
MERCADERISTA	\$781.242	\$9.374.904
OPERARIO 1	\$781.242	\$9.374.904
OPERARIO 2	\$781.242	\$9.374.904
CONDUCTOR	\$500.000	\$6.000.000
TOTAL PAGO NOMINA	\$ 4.124.968	\$49.499.616

Table 23: Capital de trabajo.

1.6 ¿QUÉ RIESGOS ENFRENTO?

1.6.1 Riesgos

- ¿Qué actores externos son críticos para la ejecución del negocio?

Los supuestos riesgos que enfrente para la ejecución del Proyecto son:

- Que la demanda del Mercado del pollo se mantenga y no permita expandir el Mercado de AVESGAR.
- Que el precio de los insumos aumenten y el precio de venta se mantenga constante por parte de los competidores.
- Una baja en la demanda actual de pollos, aunque lo previsto es un aumento de la misma. La baja en la demanda es una posibilidad que no debe obviarse. ii. Disminución o caída de los precios del pollo. iii. Aumento repentino de los costos de producción.
- Que se adopte alguna normativa tributaria, legal o ambiental que evite edificar el galpón en el municipio de Molagavita.
- ¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?

VARIABLE	RIESGO	PLAN DE MITIGACION
TECNICO		
COMERCIAL	<p>Que lo precios de la competencia bajen y mi Mercado se vea afectado por los costos, gastos e inversiones que se requieran en la producción y no me permitan generar utilidad.</p> <p>Existencia de productos sustitutos en el Mercado mas economicos y de facil acceso.</p> <p>Ingreso al pais de pollo con las mismas características a precios muy bajos teniendo en cuenta el TLC.</p> <p>Por parte del medio: afectación en relación con los costos (insumos y equipos), el mercadeo (requisitos INVIMA) y los creditos (planificación y capital).</p>	<p>Buscar nuevas alternativas de alimentación, disminucion de los gastos y costos e inversion evitando asi liquidar.</p> <p>Buscar estrategias de produccion y comercializacion que garanticen que los clientes bajen las ventas del pollo en canal.</p> <p>Buscar estrategias con nuestros clientes que permitan fgarantizar la fidelidad de los consumidores en general de nuestro producto.</p> <p>Establecer planes de contingencia que eviten mantener afectacion directa con alguno de estos factores.</p>
TALENTO HUMANO		
NORMATIVO	Nuevas normativas a nivel tributario, legal, ambiental, que afecten directamente el desarrollo de la actividad economica.	Acojer las normativas evitando afectar el desarrollo de la actividad economica.
MEDIO AMBIENTE	Implementacion de normas ambientales que afecten el desarrollo de la actividad economica.	Replantear un plan de contingencia que evite afectar la empresa.
OTROS. ¿CUAL?	A nivel productivo desactualizacion en aspectos relacionados con la alimnetacion, genetica de las aves, asi como el manejo y la administracion de los riesgos.	Mantenernos actualizados en todos los aspectos relacionados con la adminstracion, producción y comercialización del producto.

Table 24: Riesgos.



1.7 RESUMEN EJECUTIVO

☒ Nombre Emprendedor: Claudia Milena Mayorga Ramirez.

☒ Perfil emprendedor:

Técnica en producciones agropecuarias, tecnóloga en gestión empresarial y actualmente administradora de empresas en proceso; con capacidad de liderazgo y espíritu emprendedor, desarrolla competencias gerenciales, gestiona el cambio, crea e innova estrategias empresariales, en pro del fortalecimiento del sector productivo de nuestra región y el país. Profesional idóneo con capacidad de análisis e investigación del entorno socioeconómico para la toma de decisiones; basado en la posibilidad de incorporar en la calidad laboral y profesional contribuyendo con el desarrollo económico, social y tecnológico según el entorno, con eficiencia y eficacia, con responsabilidad, respeto, honestidad trabajando en equipo o individual manteniendo el compromiso y la ética profesional.



CONCLUSIONES

- Con la formulación del plan de negocios como alternativa de trabajo de grado e podido implementar los conocimientos adquiridos en el aula de clase en campo real con proyección futura de su ejecución a nivel empresarial.
- A lo largo del trabajo se pudo observar lo importante de la planeación en los negocios, ya que existen aspectos que en muchas ocasiones no se tomarían en cuenta, quizás por no ser considerados de importancia, sin embargo contando con el plan de negocio estructurado, se puede ir definiendo con más detalle la actividad de la empresa, lo cual, finalmente permitiría que esta tenga más posibilidad de ser exitosa.
- Así como al elegir un trabajo que nos guste y no tener que trabajar toda la vida es como mediante la puesta en marcha del plan de negocio anhelo ser una emprendedora de gran éxito.
- Dados los resultados arrojados por las diferentes etapas del presente estudio de montaje de la granja avícola AVESGAR S.A.S en la línea de cría, levante y comercialización de pollos semicriollo en pie, podemos concluir que presenta viabilidad y aceptación en el mercado al ser un producto de alto consumo en los municipios meta.
- Efectuado el análisis de los diferentes factores tenidos en cuenta en el estudio técnico del proyecto, se considera que es viable la ejecución del mismo, de acuerdo con los criterios que se formularon en cada uno y su incidencia en la toma de decisión.
- Su localización en el municipio de Molagavita favorece en el acercamiento que se mantiene con cada uno de los clientes objetivo permitiendo ofrecerles el producto en el adicionalmente, por ser los alimentos concentrados los de mayor incidencia en los costos de producción, se hace necesario que los proveedores de materia prima, los cuales en su gran mayoría se encuentran ubicados en la ciudad de Málaga nos ofrezcan nuestros insumos con excelentes precios y calidad; otro factor que nos favorece es la localización, el clima, los servicios públicos, antecedentes epidemiológicos, vías de acceso, disponibilidad de insumos y de transporte que son constantes y adaptables para nuestra empresa según su utilidad.
- Se observa a través de todo el estudio que la carne de pollo es un buen producto que tiene actualmente un posicionamiento exclusivo en el mercado, independientemente de la clase social la cual pertenece cada una de las personas que lo consumen luego se deduce que su consumo obedece al valor nutricional, al precio competitivo que tiene con respecto a los productos complementarios y sustitutos. Se considera que la mayor preferencia de compra se presenta en las pequeñas y medianas empresas dedicadas al sacrificio y comercialización de pollo en canal a nivel de a la provincia de García Rovira.



- Se selecciono el municipio de Molagavita- santander como el sitio con mayor conveniencia para le ejecución del plan de negocio, dadas las ventajas comparativas y a otros factores como clima, incentivos a inversionistas de industria y comercio en la región, mano de obra, servicios públicos, disponibilidad de insumos y transporte, cercanía a los mercados, vías de acceso, antecedentes epidemiológicos entre otros; todos estos factores determinaron que dicho municipio sea el más indicado para su localización.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

Fuente que nutrientes tiene el pollo. eximius tema.
Blog de buena salud dietas remedios caseros alimentación sana.
Tomado de: <https://www.buenasalud.net/2011/11/18/que-nutrientes-tiene-el-pollo.html>

Campaña FENAVI.
FENAVI
MARZO 2017.
Tomado de: <http://www.revistapym.com.co/me-gusta-mucho-pollo-toda-hora-la-nueva-campana-fenavi>

PAGINA PRINCIPAL DE AVICOLA MADROÑO S.A.S.
Tomado de: <http://avicolaelmadrono.com/>
<http://www.paginasamarillas.com.co/empresas/avicola-el-madrono-sa/giron-30382994>

PLANTA DE SACRIFICIO FABIPOLLO S.A
Tomado de: <http://www.paginasamarillas.com.co/empresas/planta-de-sacrificio-fabipollo-sas/floridablanca-25005443>
<http://empresite.economistaamerica.co/PLANTA-SACRIFICIO-FABIPOLLO-SAS.html>

Editorial la república.
Katherin Alfonso.
Meta percapita de pollo 2018.
Tomado de: <https://www.larepublica.co/economia/consumo-per-capita-de-pollo-se-acerca-a-322-kilos-la-meta-de-fenavi-para-este-ano-2526172>

JUAN CARLOS DOMINGUEZ
PROMEDIO DE CONSUMO DE CARNE EN LOS COLOMBIANOS EN EL 2017.
EL TIEMPO
Tomado de: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/avicultura-en-colombia-batio-su-record-en-produccion-en-el-2017-167586>

MODELO DE CONSTITUCION DE UNA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS. Tomado de:
http://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_56a07bd36fab096885ddf53495f15f65.pdf

Ingry Eliza More Alvines
ASPECTOS TRIBUTARIOS PARA EL SECTOR AGROPECUARIO.
Tomado de: http://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_56a07bd36fab096885ddf53495f15f65.pdf
<https://es.scribd.com/document/264397804/ASPECTOS-TRIBUTARIOS-PARA-EL-SECTOR-AGROPECUARIO-docx> (ICA)

Ministerio de educación.
Sector agropecuario.



Tomado de: <https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-propertyvalue-56736.html>
<https://www.ica.gov.co/Normatividad/Normas-nacionales/Leyes.aspx>

Normatividad laboral.

Tomado de: <http://www.mintrabajo.gov.co/normatividad/leyes/2016>

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16540650>

OBLIGACIONES LABORALES.

EL TIEMPO.

OBLIGACIONES LABORALES.

INFOPANKKI.

Tomado de: <https://www.infopankki.fi/es/vida-en-finlandia/trabajo-y-empresa/derechos-y-obligaciones-del-empleador>

Adriana sarmiento verbel.

Normatividad laboral en colombia.

Tomado de:

<http://201.221.128.62:3000/Pagina/images/stories/investigacion/Normatividad%20laboral%20en%20Colombia.pdf>

GUIA AMBIENTAL PARA EL SECTOR AVICOLA

Tomado de:

http://www.fenavi.org/index.php?option=com_content&view=article&id=3065&Itemid=1398

http://www.fenavi.org/index.php?option=com_mijosearch&view=search&filter=3&query=resolucion&limit=50&order=date&orderdir=desc&Itemid=1360.

GUIA PARA EL SECTOR AVICOLA.

Tomado de:

http://www.siame.gov.co/siame/documentos/Guias_Ambientales/Gu%C3%ADas%20Resoluci%C3%B3n%201023%20del%2028%20de%20julio%20de%202005/AGRICOLA%20Y%20PECUARIO/Guia%20Ambienta%20para%20el%20subsector%20av%C3%ADcola.pdf. PDF.

SERVET.

REGISTRO DE MARCA.

Tomado de:

<http://www.proclave.com/servet/aviar/PolloEngorde.htm>

REVISTA DINERO

POR QUE LA INDUSTRIA AVICOLA ESTA VOLANDO ALTO.

Tomado de:

<https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-va-la-industria-avicola-en-colombia/242959>

KEVIN GONZALES.

ENERO 2018.

ZOOTECNIA Y VETERINARIA

Tomado de: <https://zoovetempasion.com/avicultura/pollos/estructura-del-galpon-pollos-engorde/>

IVAN DINEV.

EL SITIO AVICOLA.

Tomado de: <http://www.elsitioavicola.com/publications/6/enfermedades-de-las-aves/>



CKM

ENFERMEDADES MAS OCMUNES EN LOS POLLOS DE ENGORDE.

Tomado de: <http://www.ckmperu.com/enfermedades-comunes-pollos-de-engorde/>

MANUAL DE MANEJO PARA POLLO DE ENGORDE. (SOLLA)

Tomado de:

<https://www.solla.com/sites/default/files/productos/secciones/adjuntos/Manual%20De%20Manejo%20Para%20Pollo%20De%20Engorde.pdf>

<https://www.solla.com/productos/avicultura/ciclo>

FENAVI Y NIELSEN.

consumo percapita de pollo 2017.

Tomado de: <https://revistaalimentos.com/noticias/consumo-per-capita-pollo-en-colombia-2017-fue-322-kilos/>

[NATÀLIA GIMFERRER MORATÓ](#) (2012)

Eroski consumer.

Tomado de:

http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/alimentos_a_debate/2012/05/22/209884.php

Twenergy

Beneficios de comer pollo ecológico frente al convencional.

Fuentes: carneecologica.net

Marta (2016).

Tomado de: <https://twenergy.com/a/pollo-ecologico-beneficios>

Avinews. Avicultura informativa

La revista global avicultura.

[enero 11, 2018 a las 02:26](#)

Tomado de: <https://avicultura.info/fenavi-consumo-historico-huevo-pollo-colombia/>

West Jackson Boulevard

El sitio avícola

Alimentación de pollos para obtener mejor salud y mejor rendimiento.

03 Diciembre de 2013.

Tomado de: <http://www.elsitioavicola.com/articles/2491/alimentacion-de-pollos-para-obtener-mejor-salud-y-mayor-rendimiento/>



AVESGAR CANAL MINORISTA - SEMIMAYORISTA

Malaga

NOMBRE DEL REPRESENTANTE	CEDULA	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO	CORREO	FIRMA
Dipuelina Bello	63 24060	Mi Placido	tra 9 centro	311 971 702		[Firma]
Anny Quintana	63 392118	Asadero Kokocleno	calle 17 72	3105 69100		Anny Quintana
Andr Bandoval	13911156	Super Mercado la avenida	avenida 9100	3835108		[Firma]
MARIA ELIZABETH	23054996	Fruteria berrito	C/ 14 # 39	3202 4920		Maria Elizabet
M. Espinosa P.	28592618	Comerciante Independiente P. 310	Plaza de Toros 310	323054122		[Firma]
Diosdell Caldera	1096907285	comision D local 30	plaza de mercado	3107223021		Diosdell C.C.
Aracelis Diaz	23 33036	local 033	Plaza de Mercado 033	3108281439		Aracelis Diaz
Marta Lucila Medina P.	28792727	local 32 D	Plaza de mercado	310737072		[Firma]
Yolanda Bello	63 39046	local 25	mercado	32020216		[Firma]
Carolina F. Ruiz	63 392116	local 12 D	plaza univ	3123120205		[Firma]
Ana Libia Cortes	6339156	Fruteria Futuro	C/ 8 # 10	3103949737		[Firma]



CARTAS DE INTENSION DE COMPRA DE NUESTROS CLIENTES.



HOTEL Y RESTAURANTE JIRETH BERACA

Molagavita, 29 de mayo de 2018.

Señores
FONDO EMPRENDER
Ciudad MOLAGAVITA- SANTANDER

Asunto: Carta de intención de compra.

Apreciados señores

La empresa Hotel y restaurante Jireth Beraca requiere pollos semicriollos de la empresa productora de pollo para el desarrollo de nuestra actividad económica, por tanto, tenemos intención de compra y adquisición del producto de la empresa AVESGAR en el municipio de Molagavita Santander estipulados de la siguiente manera.

Compra de 20 pollos cada quince días teniendo en cuenta la variación a nivel de eventos destacando las características de su comercialización a nivel de peso.

BLANCA HERNANDEZ
C.C 1101520288 DE Molagavita
Gerente



Molagavita, 29 de mayo de 2018.

Señores
FONDO EMPRENDER
Ciudad MOLAGAVITA- SANTANDER

Asunto: Carta de intención de compra

Apreciados señores

La empresa Autoservicio Molagavita requiere pollos semicriollos de la empresa productora de pollo para el desarrollo de nuestra actividad económica, por tanto, tenemos intención de compra y adquisición del producto de la empresa AVESGAR en el municipio de Molagavita Santander.

Compra de 70 pollos cada quince días para su comercialización a nivel de nuestro mercado teniendo en cuenta la variación del mismo a nivel de temporadas o aumento en su consumo; además se solicita con un peso promedio de 3 y 4 libras aproximadamente


Ana Leidy Blánca A.
C.C. 1101520027
ADMINISTRADORA



Molagavita, 24 de mayo de 2018.

Señores
FONDO EMPRENDER
Ciudad MOLAGAVITA- SANTANDER

Asunto: Carta de intención de compra.

Apreciados señores

La empresa productora y comercializadora de pollo Gregorio Sandoval de la vereda calichal del municipio de Málaga requiere pollos semicriollos de la empresa productora de pollo en pie Avesgar para aumentar el desarrollo de nuestra actividad económica a nivel del mercado de pollo semicriollo en canal que mantenemos en Málaga actualmente.

Teniendo en cuenta la siguiente solicitud:

- Se solicitan 100 pollos semanal.
- Realizar entrega del pollo los días lunes en la mañana transportados en canastillas evitando el asinamiento o maltrato al momento de su transporte.
- Ofrecer un pollo con peso de 3 y 4 libras en pie a solicitud de la demanda.
- Entregar un pollo sano con color amarillo destacando su alimentación en un tiempo máximo de crianza de 40 días.
- Se aclara que el precio de cada libra del producto varía de acuerdo al mercado.

Cordialmente

Gregorio Sandoval
GREGORIO SANDOVAL
Gerente avícola.



TIENDA DE ABARROTES MOLAGAVITA EL GRANDE
Molagavita, 29 de mayo de 2018

Señores
FONDO EMPRENDER
Ciudad MOLAGAVITA- SANTANDER

Asunto: Carta de intención de compra

Apreciados señores

La empresa Tienda de abarrotes El grande requiere pollos semicriollos de la empresa productora de pollo para el desarrollo de nuestra actividad económica, por tanto, tenemos intención de compra y adquisición del producto de la empresa AVESGAR en el municipio de Molagavita Santander estipulados de la siguiente manera

Compra de 50 pollos cada quince días para su comercialización a nivel de nuestro mercado teniendo en cuenta su peso en promedio de 3 y 4 libras aproximadamente.

Domingo Ariza B.
C.C. 5621875
ADMINISTRADOR



Molagavita, 15 de mayo de 2018.

Señores
FONDO EMPRENDER
Ciudad MLAGAVITA- SANTANDER

Asunto: Carta de intención de compra.

Apreciados señores:

La empresa Avícola Madroño S.A con planta de sacrificio en Lebrija Santander requiere para el desarrollo de su actividad económica pollos semicriollos de la empresa productora de pollo en pie AVESDAR del municipio de Molagavita de la vereda Jaimes teniendo en cuenta las siguientes especificaciones:

- Vendernos 400 pollos semicriollos en pie como mínimo.
- Aves sin hematoma, moretones, con un color amarillo destacando ser semicriollo según alimentación.
- El pollo debe estar con un nivel de proteína de 19- 20%.
- Nivel de grasa de total de 12.0%
- Nivel de calorías 171 kcal.
- Pollo con características físicoquímicas de 71% de humedad.
- Proteína mínima de 16%.
- Pollo con peso de 4 libras máximo.
- Crianza de 40 días aproximadamente.
- Realizar entrega el día jueves en su planta de sacrificio de Lebrija Santander, destacando que su transporte se realice en caracillas adaptables para el transporte de las aves con medio de transporte Turbo.

Se aclara que los gastos de transporte de las aves en pie están sujetos a los dos partes.

Cordialmente

LUZ KARIME GALVIS VILLAMIZAR
JEFE GESTION HUMANA DE AVICOLA MADROÑO S.A