

Proyecto de Emprendimiento Social Avi- huevos orgánicos S.A

Jhoan Ricardo Gutiérrez Mosquera

Martha Lucia Romero Morales

Milenis Edith Mejía Cárdenas

Eliana Lizeth Jiménez Bernal

Asesor:

Jorge Enrique Chaparro Medina

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN)

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

2024

Resumen

El objetivo de esta propuesta es establecer un sistema de producción y comercialización sostenible y respetuoso con el medio ambiente, garantizando el bienestar animal y promoviendo prácticas agrícolas sostenibles, el cual se llevará a cabo en una zona rural del municipio de san jacinto del cauca lugar situado en el departamento de Bolívar.

El proyecto se enfoca en la cría de gallinas ponedoras sostenibles para la producción de huevos frescos y nutritivos para la comunidad rural y local, mejorando la seguridad alimentaria y el desarrollo sostenible de esta forma generando impactos positivos para la comunidad, el municipio y sus alrededores. Ya que uno de los objetivos de este es generar empleo a mujeres madres cabeza de hogar ofreciendo la oportunidad de capacitación en la agricultura y avicultura.

Palabras claves: Producción, Bienestar animal, Avicultura, Huevos orgánicos, Empleo

Abstract

The objective of this proposal is to establish a sustainable and environmentally friendly production and marketing system, guaranteeing animal welfare and promoting sustainable agricultural practices, which will be carried out in a rural area of the municipality of San Jacinto del Cauca, a place located in the department of Bolívar.

The project focuses on the raising of sustainable laying hens for the production of fresh and nutritious eggs for the rural and local community, improving food security and sustainable development thus generating positive impacts for the community, the municipality and its surroundings. Since one of its objectives is to generate employment for female mothers who are heads of households, offering the opportunity for training in agriculture and poultry farming.

Keywords: Production, Animal Welfare, Poultry, Organic eggs, Employment

Tabla de Contenido

Introducción	11
Justificación.....	13
Objetivos	14
Objetivo general	14
Objetivos específicos.....	14
Descripción y planteamiento del problema.....	15
Descripción del proyecto de emprendimiento social	16
Impacto social.....	18
Impacto económico.....	19
Necesidades o desafíos para satisfacer	20
Grupo o población beneficiada.....	20
Fases de la metodología desing thinking.....	22
Fase de empatía	22
Problemáticas	25
Necesidades.....	25
Fase de definición.....	25
Fase de ideación	27
Sustituir	28
Combinar	28

Adaptar.....	28
Modificar.....	28
Poner otros usos.....	28
Eliminar	28
Reorganizar	29
Problemas y Necesidades Identificadas	29
Fase de prototipo	30
Elementos del Prototipo.....	31
Evaluación del Prototipo.....	32
Fase de testeo.....	33
Propuesta de valor	35
Atributos y beneficios del producto a ofrecer al mercado.....	36
Descripción del Producto	36
Marca	37
Imagen	37
Lema	38
Atributos del Producto.....	38
Calidad y Frescura	39
Variedades y Presentaciones	39
Beneficios del Producto para los Clientes	39

Salud y Bienestar	39
Confianza y Seguridad.....	40
Valor Añadido.....	40
Análisis del mercado	41
Segmentación de la población	41
Competidores	45
Competidores Directos	45
Competidores Indirectos.....	46
Evaluación de la Competencia.....	47
Estrategias de mercadeo	48
Marketing mix	48
Marketing digital	50
Modelo de negocio a partir del modelo Canvas.....	53
Las proyecciones operativas y financieras	56
Relación de procesos	56
Marketing y Ventas.....	59
Monitoreo y Evaluación.....	59
Sustentación de las necesidades de recursos humanos	60
Equipo.....	60
Mano de obra	60

Proveedores.....	61
Sustentación de las necesidades de recursos tecnológicos	61
Sistemas de Alimentación y Agua Automatizados	61
Software de Gestión de Granja y Producción	62
Equipos de Comunicación y Redes.....	62
Sustentación de las necesidades de recursos de infraestructura.....	63
Estructura de costos	65
Conformación del equipo de trabajo	71
Cronograma de actividades.....	74
Proyecciones de ingresos.....	75
Fuentes de financiamiento	79
Conclusiones	82
Referencias bibliográficas	84

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Opiniones de productores Avícolas</i>	34
Tabla 2 <i>Clasificación de los huevos según peso (NTC 1240)</i>	37
Tabla 3 <i>Costos iniciales</i>	65
Tabla 4 <i>Costos fijos</i>	66
Tabla 5 <i>Costos variables</i>	67
Tabla 6 <i>Resumen de total de costos</i>	67
Tabla 7 <i>Punto de equilibrio</i>	68
Tabla 8 <i>Proyección de costos</i>	69
Tabla 9 <i>Estado de resultados e indicadores</i>	70
Tabla 10 <i>Salario de empleados</i>	74
Tabla 11 <i>Ingresos mensuales de huevos</i>	76
Tabla 12 <i>Proyección año 1</i>	77
Tabla 13 <i>Proyección año 2</i>	78
Tabla 14 <i>Proyección año 3</i>	78
Tabla 15 <i>Resumen de proyecciones</i>	78
Tabla 16 <i>Fuentes de financiamiento</i>	80

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Fase de Empatía Mapa de actores</i>	23
Figura 2 <i>Fase de definición ¿cómo podríamos?</i>	27
Figura 3 <i>Fase prototipo en imagen</i>	31
Figura 4 <i>Logo de Avi huevos orgánicos</i>	38
Figura 5 <i>Matriz DAFO</i>	43
Figura 6 <i>Prototipo de página web</i>	51
Figura 7 <i>Modelo de negocios</i>	54
Figura 8 <i>Proceso productivo</i>	58
Figura 9 <i>Diseño de gallineros</i>	63
Figura 10 <i>Organigrama de Avi huevos orgánicos</i>	71
Figura 11 <i>Cronograma de actividades</i>	75

Lista de apéndices

Apéndice A <i>Galpón de María González</i>	86
Apéndice B <i>Galpon de Oscar Lancheros</i>	86
Apéndice C <i>Galpón de Daney León</i>	86
Apéndice D <i>Galpón de Jorge Carrillo</i>	87
Apéndice E <i>Galpón de Jhon Anzola</i>	87
Apéndice F <i>Municipios vecinos</i>	87
Apéndice G <i>Departamentos cercanos</i>	88

Introducción

La producción avícola es una de las principales fuentes de proteínas para los colombianos, siendo el huevo la proteína que más se consumen los hogares colombianos sus reconocidas propiedades y el aporte a una dieta balanceada a bajo costo. (Fenavi,2020). De esta forma la producción agroecológica es una tendencia cada vez más popular, pues las costumbres de consumo apuntan hacia un panorama en el que las personas quieren tener la certeza de que sus alimentos fueron generados con prácticas seguras y sustentables. Sin embargo, la industria tradicional ha generado impactos negativos en el medio ambiente y el bienestar animal.

Ante este desafío, surge la necesidad de analizar la viabilidad de modelos de producción sostenibles que combinen la eficiencia económica con la protección del medio ambiente y el bienestar animal y de esta forma garantizar el consumo responsable y seguridad alimentaria en el municipio de San Jacinto del Cauca Bolívar. (ODS, 2015)

Este proyecto busca crear una granja de gallinas ponedoras sostenibles donde se implementen prácticas respetuosas con el medio ambiente y el bienestar animal garantizando la producción de huevos nutritivos, saludables y de alta calidad minimizando el impacto negativo en la comunidad local. Mejorar las condiciones de bienestar de las aves, propósito del (ICA, 2023). La implementación de un sistema de huevo orgánicos es una alternativa viable para combatir la realidad en la que se encuentra el municipio san jacinto del cauca bolívar. Esto no solo mejorará la calidad nutricional también generará empleo y oportunidades económicas para la comunidad local.

La puesta en marcha de este proyecto de gallinas ponedoras sostenibles requiere una metodología innovadora y centrada en las necesidades de las personas y el mercado. Por ello, se propone utilizar la metodología del Design Thinking, definida por Tim Brown (2008) el Design

Thinking es una herramienta efectiva para abordar problemas complejos y desarrollar soluciones innovadoras que satisfagan las necesidades de todas las partes interesadas. El Design Thinking que está compuesto por 5 etapas, que no son independientes una de la otra, sino que se alimentan y potencian entre ellas, para perfeccionar una solución. Este enfoque permite asegurar que el proyecto sea viable, sostenible y responda a las necesidades reales de la comunidad, garantizando su éxito e impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad.

El análisis de mercado es una evaluación exhaustiva y sistemática del mercado objetivo de la empresa, que examina las características, tendencias y dinámicas del sector específico en el que opera. Este análisis integral permite evaluar el panorama competitivo, identificar oportunidades y amenazas, y proyectar el potencial de éxito de la marca y el producto entre los consumidores del mercado. (HubSpot). Para avi huevos orgánicos es muy importante tener un enfoque claro y detallado de mercado para ofrecer nuestro producto y lograr obtener viabilidad y aceptación. El estudio de mercados pretende hacer un análisis general del sector en el cual se va a desenvolver el proyecto, determinando cada uno de los factores teniendo en cuenta análisis de la competencia y estrategias de mercadeo, logrando así garantizar que el proyecto se ejecute en un ambiente competitivo que le permita cumplir con los objetivos de calidad, crecimiento y rentabilidad planteados inicialmente.

Justificación

El proyecto busca desarrollar un modelo de cría de gallinas ponedoras sostenible para producir huevos orgánicos, priorizando el bienestar animal, la gestión ambiental responsable y la calidad nutricional. Esto tiene múltiples beneficios, como reducir el impacto ambiental de la producción avícola, mejorar las condiciones laborales y de vida de las gallinas ponedoras, ofrecer productos orgánicos y saludables a los consumidores, y generar ingresos económicos sostenibles para los productores.

Al priorizar el bienestar animal, se garantiza que las gallinas tengan un entorno saludable y natural, lo que se refleja en la calidad de los huevos producidos. Además, la gestión ambiental responsable minimiza el impacto negativo en el medio ambiente, protegiendo la biodiversidad y los recursos naturales. (ODS, 2015).

La producción de huevos orgánicos también contribuye a la seguridad alimentaria, ya que ofrece productos libres de químicos y sustancias nocivas para la salud humana. Esto es especialmente importante para las comunidades rurales, donde la avicultura de traspatio es una fuente importante de ingresos y alimentación. (FAO,2017). Además, el proyecto busca generar empleo y oportunidades, especialmente para madres cabeza de hogar, lo que contribuye al desarrollo económico y social del municipio. Al fomentar prácticas sostenibles, se incentivará a las comunidades a cuidar el medio ambiente y proteger los recursos naturales para las futuras generaciones.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la viabilidad de un modelo de producción avícola sostenible para aplicar en el municipio de San Jacinto del Cauca que priorice el bienestar animal, la protección del medio ambiente y la calidad de los productos, mejorando la empleabilidad y economía local.

Objetivos específicos

Crear un sistema de alimentación orgánica y local para las gallinas ponedoras

Reducir el impacto ambiental de la producción avícola.

Generar empleo y oportunidades económicas para la comunidad local.

Evaluar la calidad de los productos avícolas y su impacto en la seguridad alimentaria de la comunidad y sus alrededores.

Descripción y planteamiento del problema

La producción de huevos convencionales tiene consecuencias ambientales y sociales graves que afectan negativamente a las comunidades locales y comprometen su calidad de vida y seguridad alimentaria. La utilización de químicos y concentrados en la cría de gallinas ponedoras contamina el agua y suelo, mientras que el confinamiento en galpones de jaulas que puede ser considerado maltrato animal. Esto no solo perjudica el bienestar animal, sino que también representa un riesgo para la salud humana debido a la posible presencia de residuos químicos en los huevos. (Fenavi,2020).

Estudios han demostrado que la producción de huevos convencionales es una de las principales fuentes de contaminación del agua y suelo en áreas rurales (FAO, 2008). Además, la explotación laboral y el maltrato animal en la industria avícola son problemas graves que requieren atención. La adopción de prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente y el bienestar animal es crucial para mitigar estos impactos negativos. La producción de huevos orgánicos y libres de crueldad ofrece una alternativa más saludable y ética, protegiendo la calidad de vida de las comunidades locales y garantizando una seguridad alimentaria más segura.

En el municipio de San Jacinto del Cauca, donde se implementará este proyecto sostenible. La falta de necesidades básicas insatisfechas, sumada a conflictos de orden público y desastres naturales, incrementa la vulnerabilidad de la comunidad. La escasez de empleo y oportunidades económicas afecta principalmente a madres cabeza de hogar, intensificando la pobreza y la desigualdad. (DANE, 2020). Es importante abordar estos desafíos mediante un enfoque sostenible que priorice el bienestar animal, la protección ambiental y la seguridad alimentaria. Este proyecto busca promover prácticas respetuosas y sostenibles en la producción de huevos, mejorando la calidad de vida de las comunidades locales. (ODS,2015).

Descripción del proyecto de emprendimiento social

El emprendimiento social se centra en la cría de gallinas ponedoras sostenibles, empleando métodos innovadores y respetuosos con el medio ambiente. Nuestro enfoque se basa en la producción de huevos orgánicos y naturales, garantizando la salud y bienestar de los animales, y promoviendo prácticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental. Para lograr esto, implementamos estrategias como la reutilización y reciclaje de materiales, el uso de energías renovables y la mejora de condiciones para el bienestar animal. (ICA, 2023) Además, nuestro proyecto genera empleo y educación en la comunidad, fomentando el consumo responsable y sostenible. Nuestro objetivo es contribuir al desarrollo económico y social de la región, mientras protegemos el medio ambiente y promovemos la salud y bienestar de las personas y los animales.

El proyecto busca brindar oportunidades a madres cabeza de hogar en San Jacinto del Cauca, Bolívar, una zona rural vulnerable a eventos naturales y de orden público. DANE (2020). La idea es capacitar y generar empleo para estas mujeres, que luchan solas por sacar adelante a sus hijos sin los recursos y oportunidades necesarios. Este tipo de proyectos es crucial para el empoderamiento económico de las mujeres cabeza de hogar, ya que les permite tomar las riendas de su propio destino económico y generar ingresos sostenibles. Al mismo tiempo, contribuye al desarrollo económico local y genera un efecto multiplicador que beneficia a la comunidad en general.

El objetivo principal es producir huevos de calidad y semicriollos. Este proyecto se caracteriza por su enfoque en el bienestar animal y el desarrollo sostenible. La alimentación de las gallinas será orgánica, utilizando frutas, verduras, semillas y granos producidos en la finca y comercio local. Los galpones y corrales diseñados para permitir la libertad de movimiento y

salida para el acceso a insectos promueven un entorno natural y saludable “gallinas felices”. Esto se ajusta a las recomendaciones de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OMSA), que enfatiza la importancia de proporcionar un entorno adecuado para el bienestar animal (OMSA, 2022). Además, el proyecto incorpora prácticas sostenibles, como:

Diseño de nidos y productos para el gallinero con materiales reciclables

Uso del estiércol de las gallinas como fertilizante orgánico para la siembra de granos y hortalizas

Educación y conciencia ambiental para los consumidores sobre la importancia de la producción sostenible

Este enfoque integral busca equilibrar el cuidado del medio ambiente con el bienestar social, contribuyendo a un desarrollo sostenible y responsable.

El proyecto de gallinas ponedoras sostenibles ofrece múltiples beneficios a las comunidades locales y aledañas, proporcionando un producto fresco, saludable y nutritivo. La producción local garantiza la calidad y frescura de los huevos, evitando largos períodos de transporte y posibles daños durante el traslado.

Además, el proyecto contribuirá a:

Reducir la dependencia de proveedores externos.

Fomentar la economía local y regional.

Mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio y zonas aledañas.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la producción sostenible de alimentos es fundamental para el desarrollo económico y social de las comunidades rurales (FAO, 2020). También se alinea con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS,2015) de las Naciones Unidas.

Este proyecto representa una oportunidad única para impulsar el desarrollo sostenible y económico en la región, mejorando la calidad de vida de la comunidad y generando beneficios para los municipios aledaños

Impacto social

El proyecto Avi-huevos orgánicos tendrá un impacto social duradero y positivo en la comunidad, generando beneficios económicos, ambientales y sociales. A continuación, se presentan los beneficios sociales que este proyecto aportará:

Mejora en la calidad de vida: Al ofrecer huevos frescos y nutritivos, se contribuye a la seguridad alimentaria y la salud de las familias, mejorando su calidad de vida

Fomento de la economía local: Al comprar materiales y servicios locales, se estimula la economía de la región y se generan empleos, lo que a su vez fortalece los lazos comunitarios y fomenta la cohesión social.

Educación y conciencia ambiental: Al promover prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, se educa a la comunidad sobre la importancia de la sostenibilidad y se fomenta una cultura de cuidado del medio ambiente.

Mejora en el bienestar animal: Al garantizar condiciones adecuadas para las gallinas, se promueve el trato ético y respetuoso hacia los animales.

Inclusión social: Al ofrecer oportunidades de empleo y capacitación, se contribuye a la inclusión social y el desarrollo de habilidades en la comunidad, especialmente en mujeres cabeza de hogar.

Mejora en la salud pública: Al reducir la huella de carbono y promover prácticas sostenibles, se contribuye a la mejora de la salud pública y la calidad del aire.

En resumen, el proyecto Avi-huevos orgánicos es una iniciativa que busca mejorar la calidad de vida de la comunidad, fomentar la economía local, educar sobre la importancia de la sostenibilidad y promover el bienestar animal, la inclusión social y la salud pública. (ODS,2015)

Impacto económico

El proyecto 'Avi-huevos orgánicos' tendrá un impacto económico significativo en la comunidad, generando múltiples beneficios clave. En primer lugar, la iniciativa creará empleos sostenibles, especialmente para mujeres cabeza de hogar, lo que fomentará la inclusión social y mejorará el bienestar económico de las familias involucradas.

Además, al priorizar la compra de insumos y servicios locales, como alimentos y materiales para la construcción de gallineros, el proyecto dinamizará la economía regional, beneficiando a pequeños productores y comerciantes locales. La adopción de prácticas sostenibles, como el uso de estiércol como fertilizante orgánico, no solo promoverá la agricultura ecológica, sino que también reducirá costos a largo plazo, minimizando el gasto de insumos externos. La comercialización directa de huevos frescos en mercados locales y cercanos disminuirá los costos asociados al transporte, evitando pérdidas económicas por productos en mal estado.

Este enfoque integral permitirá al proyecto tener un impacto duradero y positivo en la región, favoreciendo tanto a la comunidad como al entorno. Según estudios de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la agricultura sostenible puede generar beneficios económicos significativos, incluyendo la creación de empleos y la mejora de la seguridad alimentaria (FAO, 2020).

Necesidades o desafíos para satisfacer

El proyecto de gallinas ponedoras sostenibles busca satisfacer varias necesidades y desafíos clave, incluyendo:

La mejora de la seguridad alimentaria y la calidad nutricional en la comunidad, mediante la producción de huevos frescos y orgánicos; la reducción del impacto ambiental asociado a la producción avícola, mediante la implementación de prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente; el fomento de la economía local y la generación de empleos sostenibles, especialmente para mujeres cabeza de hogar; la promoción del bienestar animal y el trato ético hacia las gallinas; y la educación y conciencia ambiental en la comunidad sobre la importancia de la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Además, se busca abordar los desafíos relacionados con la dependencia de insumos externos, la vulnerabilidad climática y la falta de infraestructura adecuada para la producción avícola sostenible (FAO, 2020).

Grupo o población beneficiada

La comunidad de San Jacinto del Cauca, ubicada en el departamento de Bolívar, es la población beneficiada directa del proyecto de gallinas ponedoras sostenibles Avi-huevos orgánicos. Esta comunidad rural cuenta con aproximadamente 9,935 habitantes que se sostienen principalmente del sector agrícola y pecuario. La población de San Jacinto se caracteriza por su fuerte sentido de comunidad y su dedicación a la tierra. Sin embargo, enfrentan desafíos como la pobreza, la falta de oportunidades laborales y la inestabilidad económica. (DANE)

El proyecto Avi-huevos orgánicos busca abordar estos desafíos proporcionando beneficios concretos a la comunidad.

Los habitantes de San Jacinto se beneficiarán del proyecto de varias maneras. En primer lugar, tendrán acceso a huevos frescos y nutritivos, lo que mejorará su seguridad alimentaria y

salud. (Fenavi, 2020). Además, el proyecto generará empleos dignos y oportunidades de capacitación en prácticas sostenibles, especialmente para mujeres cabeza de hogar y jóvenes. Además, los pequeños productores agrícolas de San Jacinto podrán vender sus productos a la granja, lo que les permitirá aumentar sus ingresos y mejorar su calidad de vida. Los comerciantes locales, restaurantes y panaderías también se beneficiarán al ofrecer productos derivados del huevo, lo que impulsará la economía local.

En resumen, el proyecto Avi-huevos orgánicos es una oportunidad para que la comunidad de San Jacinto del Cauca mejore su calidad de vida, su seguridad alimentaria y su economía local, mediante la producción sostenible de huevos orgánicos.

Fases de la metodología desing thinking

El desing thinking es un proceso de innovación, se centra en encontrar ideas innovadoras y soluciones creativas que satisfagan las necesidades humanas. El Design Thinking es «Una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado». De esta forma el desing thinking se compone en cinco fases; Empatía, Definición, Ideación, Prototipado y Testeo. (Tim Brown 2008)

Fase de empatía

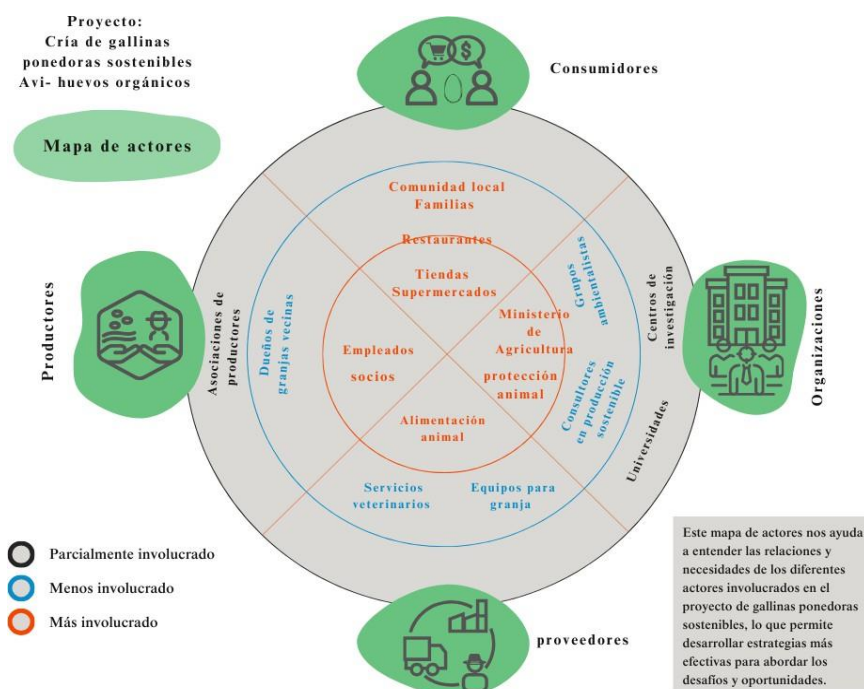
La empatía es la primera fase del Design Thinking, y su objetivo es entender las necesidades y sentimientos de los usuarios, empleados y personas en general.

En Design Thinking podemos encontrar herramientas y técnicas de innovación que nos ayudaran a entender la importancia de esta primera fase y así entender de manera profunda el problema que se esté tratando de resolver y así mismo garantizar que las soluciones vayan de acuerdo con las necesidades de los usuarios.

Una de las técnicas que usaremos es el mapa de actores, esta nos permite identificar y analizar los actores clave que influyen en el proyecto, reflejando de manera grafica las conexiones que existen entre ellos y de esta forma observar los intereses y necesidades de cada uno.

Figura 1

Fase de Empatía Mapa de actores



Fuente. Plantilla Canva Autoría propia 2024

En la figura 1 se puede observar el mapa de actores del proyecto Cría de gallinas ponedoras sostenibles avi- huevos orgánicos. Los actores claves son; productores, consumidores, proveedores y organizaciones ya sean gubernamentales o no e investigadores. Cada uno de estos cumple una función muy importante para que el proyecto tenga éxito y logre satisfacer los deseos y necesidades del consumidor.

Ya sabiendo cuales son los actores principales del proyecto podremos analizar y considerar las necesidades, sentimientos y perspectivas de los actores más involucrados en el proyecto entre ellos; productores, consumidores, comunidad local y animales(gallinas). Entendiendo las necesidades de cada uno con los siguientes interrogantes; ¿Qué se necesita para mantener una granja sostenible y rentable? ¿Qué características buscan en los productos orgánicos y sostenibles?

¿Cómo se benefician o se ven afectados por el proyecto? ¿Cómo se garantiza el bienestar y cuidado animal?

De esta forma se realiza entrevista a miembros de la comunidad, observaciones y análisis de datos para entender las necesidades, sus sentimientos y perspectivas y de esta forma resolver las problemáticas encontradas.

Tomando como referente la opinión de un miembro de la comunidad señor Dunis contreras de 66 Años (docente pensionado), que nos dice "Como miembro de la comunidad, considero que para mantener una granja sostenible de gallinas ponedoras es fundamental la capacitación y asesoramiento técnico en prácticas sostenibles para los productores y que las aves sean bien cuidadas. Esto garantiza la calidad y seguridad alimentaria de los huevos que se producen, lo que es esencial para personas de mi edad que buscan consumir productos nutritivos y saludables, libres de químicos y concentrados.

Además, la producción respetuosa con el medio ambiente es un aspecto crucial. Como consumidores buscamos precios competitivos y accesibles, productos de calidad y también de que el proyecto beneficie a la comunidad en general. En este sentido, considero que el proyecto tiene un gran potencial para generar empleos y oportunidades laborales, ingresos y desarrollo económico local. Sin embargo, también es importante considerar los riesgos potenciales, como el ruido, olores y exceso de agua, de energía, así como los riesgos climáticos y las enfermedades y plagas en las aves. A pesar de estos desafíos, creo que este proyecto es excelente para la comunidad porque se enfoca en prácticas sostenibles, lo que garantiza resultados saludables y sostenibles a largo plazo. Como persona de tercera edad, valoro la importancia de una alimentación sana y considero que este proyecto es un paso en la dirección correcta." Después de la entrevista a un miembro de la comunidad se pueden identificar algunas problemáticas y las necesidades.

Problemáticas

Impacto negativo al no tener experiencia en prácticas sostenibles y el bienestar animal.

Ruido, olores y exceso de agua y energía inadecuados en la granja.

Riesgos climáticos que pueden afectar la producción.

Enfermedades y plagas en las aves.

Necesidades

Acceso a productos alimenticios saludables y nutritivos.

Producción respetuosa con el medio ambiente.

Precios competitivos y accesibles.

Generación de empleos y oportunidades laborales.

Desarrollo económico local.

Capacitación y asesoramiento técnico en prácticas sostenibles para los productores.

Garantía de calidad y seguridad alimentaria.

Estas problemáticas y necesidades pueden ser consideradas para desarrollar soluciones y estrategias que aborden los desafíos y mejoren la calidad de vida de la comunidad, especialmente para las personas de la tercera edad.

Fase de definición

La etapa de Definir en el proceso de Design Thinking consiste en convertir los datos y observaciones obtenidos durante la fase de empatía en una declaración clara y precisa del problema o desafío que se debe abordar. Es clave porque proporciona dirección y enfoque para las soluciones posteriores, evitando la dispersión de ideas o la resolución de problemas equivocados. (Tim Brown 2008)

Teniendo en cuenta los argumentos o la fase de definición, podemos aplicar este proceso en nuestro proyecto cría de gallinas ponedoras sostenibles para la producción de huevos más naturales o semicriollos de la siguiente manera. Lo primero es estructurar claramente el problema con base en la información rescatada durante la fase de empatía. Esto nos permitirá enfocar los esfuerzos en resolver el problema adecuado de una manera eficiente y dirigida a las necesidades reales de los usuarios. Basándonos en la información previa y en las necesidades detectadas, vamos a definir el problema y establecer los criterios para el éxito del proyecto. Teniendo en cuenta nuestros actores claves: productores, consumidores, mercados locales, bienestar animal y medio ambiente.

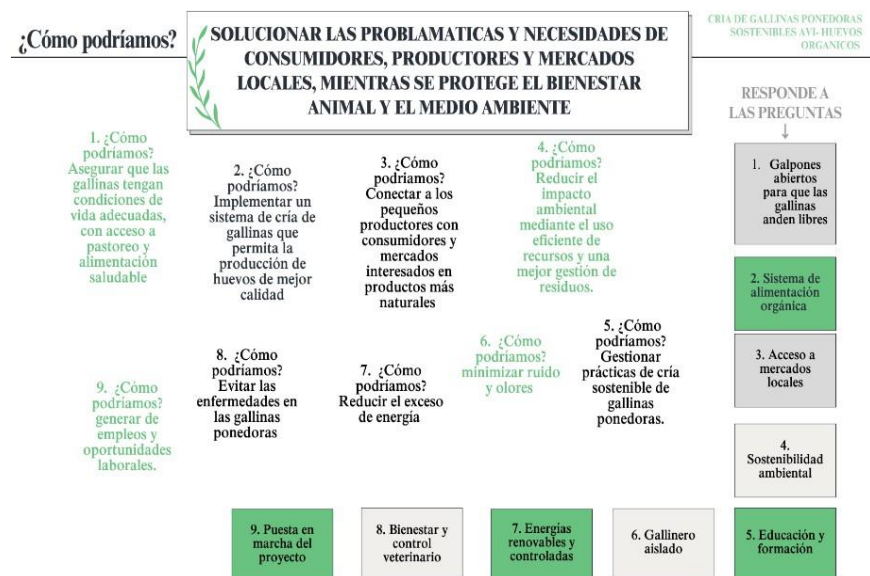
A partir de las necesidades y problemáticas identificadas, en la fase de empatía el enunciado del problema que guía el desarrollo del proyecto de gallinas ponedoras sostenibles podría ser: "Cómo crear una granja de gallinas ponedoras sostenibles que solucionen las problemáticas y necesidades de los consumidores, productores y mercados locales, mientras se protege el bienestar animal y el medio ambiente"

Este enunciado claro del problema permite estructurar la fase de ideación y prototipado, asegurando que las soluciones respondan específicamente a las necesidades identificadas.

Para dar solución o generar ideas para la solución de las problemáticas y necesidades usaremos la técnica de innovación ¿Cómo podríamos? de desing thinking. Esta técnica es el eslabón entre las oportunidades identificadas y la generación de ideas que construirá la solución innovadora.

Figura 2

Fase de definición ¿cómo podríamos?



Fuente. Autoría propia.

En la figura 2 se observa el planteamiento de respuestas o ideas de acuerdo con las problemáticas y necesidades a solucionar.

Este enfoque basado en la fase de definición guía todo el proceso de desarrollo del proyecto, asegurando que la solución propuesta sea viable, sostenible, y responda a las necesidades tanto de los productores como de los consumidores interesados en productos más naturales.

Fase de ideación

La fase de ideación se centra en generar una amplia gama de ideas para abordar los problemas identificados en las fases anteriores, que son la empatía y la definición. Esta etapa es esencial en el proceso de Design Thinking, ya que permite transformar la comprensión profunda de los usuarios y sus necesidades en soluciones creativas y efectivas. (Tim Brown 2008). En esta

fase, utilizamos la técnica SCAMPER, que facilita la generación de nuevas ideas al examinar cada aspecto de las soluciones existentes. SCAMPER se descompone en las siguientes acciones:

Sustituir

Cambiar los materiales tradicionales del gallinero por opciones más sostenibles y recicladas, lo que no solo reduce el impacto ambiental, sino que también disminuye costos.

Combinar

Integrar la cría de gallinas con la producción de compost, utilizando el estiércol de las aves como fertilizante para cultivos locales. Esto crea un ciclo de producción más eficiente y sostenible.

Adaptar

Modificar el diseño del gallinero para que sea adaptable a diferentes condiciones climáticas, asegurando un entorno adecuado para las gallinas en cualquier situación.

Modificar

Ajustar la dieta de las gallinas incorporando ingredientes locales, lo que mejora la calidad de los huevos y promueve una producción más saludable.

Poner otros usos

Evaluar la posibilidad de utilizar el estiércol no solo como abono, sino también para generar biogás, proporcionando una fuente de energía renovable para la granja.

Eliminar

Reducir o eliminar el uso de productos químicos en la alimentación, promoviendo un sistema de producción completamente orgánico.

Reorganizar

Reestructurar los espacios del gallinero, asegurando que las gallinas tengan acceso a áreas de pastoreo adecuadas, lo que mejora su bienestar y la calidad del producto final.

Cada idea generada se evaluará con base en su viabilidad, sostenibilidad, impacto en la comunidad y grado de innovación. Esto asegurará que las soluciones propuestas sean prácticas y valiosas tanto para los productores como para los consumidores.

Problemas y Necesidades Identificadas

La aplicación de SCAMPER permitirá identificar y abordar las problemáticas mencionadas por los miembros de la comunidad. A continuación, se enumeran algunas de las necesidades clave: Acceso a productos saludables y nutritivos.

Producción ambientalmente sostenible. Precios competitivos y accesibles.

Generación de empleo y desarrollo económico local. Capacitación en prácticas sostenibles.

Garantía de calidad y seguridad alimentaria

La fase de ideación, a través de la técnica SCAMPER, ofrece una oportunidad valiosa para crear soluciones innovadoras y sostenibles que aborden las necesidades de los productores, consumidores y la comunidad en general. Al centrarse en prácticas responsables y sostenibles, el proyecto "Avi-huevos orgánicos" puede contribuir de manera significativa al bienestar de la comunidad.

Fase de prototipo

La fase de prototipo es crucial en el proceso de Design Thinking, ya que permite transformar las ideas generadas en modelos tangibles que se pueden evaluar y ajustar. Esta etapa tiene como objetivo crear representaciones iniciales de las soluciones propuestas, lo que facilita su visualización y prueba antes de la implementación definitiva. (Tim Brown 2008)

En esta fase, utilizaremos la técnica del "Prototipo en imagen". Un prototipo en imagen técnica en Design Thinking es una representación visual y tangible de una solución o idea que se ha diseñado para resolver un problema o necesidad específica. Su objetivo es comunicar la esencia de la solución y permitir la evaluación y retroalimentación de los usuarios y stakeholders. El prototipo en imagen técnica es una herramienta fundamental en el proceso de Design Thinking, ya que permite evaluar y perfeccionar la solución antes de implementarla.


La técnica de diseño que hemos empleado es ideal para abordar las problemáticas y necesidades de la comunidad identificadas en fases anteriores. Gracias a este enfoque, podemos presentar a la comunidad nuestros diseños innovadores para los galpones, que incorporan energías renovables y sistemas de alimentación sostenibles. Esto nos permitirá producir huevos de alta calidad, nutritivos y saludables. Nuestro proyecto se ubicará en un lugar aislado, lo que garantiza que no generaremos ruido que moleste a la comunidad. Además, nuestro compromiso con el medio ambiente es claro: no utilizaremos energía no renovable de manera excesiva y priorizaremos el cuidado del medio ambiente y el bienestar animal.

Figura 3

Fase prototipo en imagen

Prototipo en imagen
Objetivo:
Representar una posible solución de forma visual.

00:40 + 👤👤 🌈




+ información

Proyecto: Cria de gallinas ponedoras sostenibles Avi- huevos orgánicos	Versión:
Equipo: Grupo 20	Fecha: 03 Octubre 2024
Observaciones:	

💡 ¿Qué se va a representar?

Diseño de gallineros en imagen con aplicación de energía solar y sistema de alimentación orgánica

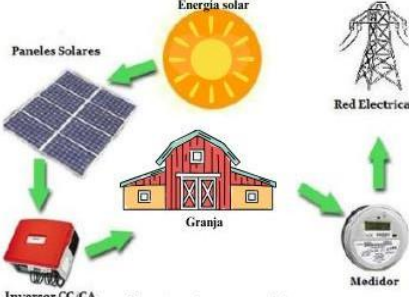
Figura 1 . Prototipo diseño de gallinero



1. Foso de deyecciones
2. Aseladeros
3. Ponederos colectivos
4. Sala para recogida de puestas
5. Tolvas para comida
6. Bebederos
7. Trampilla y rampa de salida
8. Parque
9. Accesos de granjero
10. Lámparas


Fuente: Pinterest.com

Figura 2 . Paneles solares y elementos




Fuente: sabermas.umich.mx

Figura 3 . Alimentación orgánica




Fuente: Guia tecnicagallinas


www.dinngo.es




Design Thinking



www.designthinking.es

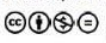


Comparte tus fotos usando nuestros materiales con el hashtag #materialesdinngo en redes sociales y etiquétanos.



Diseñado por Dinngo, tu departamento externo de innovación.

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento- NoComercial-SinObrasDerivada 4.0 Internacional.



Fuente. Plantilla desing thinking

En la figura 3 se muestra el prototipo en imagen del diseño de la granja y demás elementos importantes para el sustento alimentario de las gallinas y de la granja.

Elementos del Prototipo

Diseño del gallinero. El prototipo incluirá un gallinero diseñado para permitir el acceso al aire libre para las gallinas. Se utilizarán materiales reciclados en la construcción alineándose con las practicas sostenibles. También se incorporarán características como salidas hacia espacios verdes y áreas de pastoreo, asegurando que las gallinas puedan moverse libremente y contribuir al bienestar animal.

Energías Renovables. Se instalarán paneles solares, garantizando que la operación de la granja sea energéticamente sostenible y reduciendo los costos operativos. De esta forma se evaluará la eficacia de los paneles solares en la producción de energía suficiente para las necesidades del gallinero.

Sistema de Alimentación. Se desarrollará un sistema que integre la alimentación natural basada en productos locales, asegurando que las gallinas reciban una dieta balanceada y nutritiva. Este sistema permitirá evaluar la calidad de los huevos producidos y su impacto en la salud de las aves.

Evaluación del Prototipo

El prototipo será evaluado en función de varios criterios:

El funcionamiento se comprobará si el diseño del gallinero y el sistema de energía operan correctamente y cumplen con las expectativas establecidas.

Se medirá la eficiencia del sistema de alimentación en términos de costos y mejora de la calidad del producto final.

El bienestar animal se revisará si el diseño permite que las gallinas tengan acceso adecuado a áreas de pastoreo y condiciones de vida saludables.

Se evaluará si el uso de materiales reciclados y energías renovables contribuye a la sostenibilidad del proyecto.

La fase de prototipo es fundamental para validar las ideas generadas durante la fase de ideación, al desarrollar modelos tangibles, el proyecto "Avi huevos orgánicos" puede probar la viabilidad de sus soluciones y realizar ajustes basados en la retroalimentación de los usuarios y la comunidad.

Fase de testeo

Esta fase consiste en solicitar opiniones que se han creadas de los usuarios, además de ser otra oportunidad de crear empatía por las personas para las cuales estamos diseñando de otra manera. Una buena regla es siempre hacer un prototipo creyendo que estamos en lo correcto, pero en este caso propongo evaluar pensando que estamos equivocados que algo nos falta, debemos pensar eso para poder aceptar las críticas que van a venir por parte de nuestros consumidores.

El propósito en este momento es probar las ideas con usuarios reales. La metodología más común consiste en generar un guion y pedirles a los usuarios que realicen alguna acción interactuando con el prototipo. En este testeo se realizarán preguntas claves a productores de gallinas ponedoras en el campo y analizar las opiniones y viabilidad del proyecto.

Tabla 1*Opiniones de productores Avícolas*

Dueños de galpones	¿Que se le ocurre con la frase: Avi-huevos orgánicos?	¿Sabe lo que es un galpón sostenible?	¿Cuánta s gallinas tiene?	¿Hace cuánto tiempo crías gallinas ponedoras?	¿Comercializ a los huevos de sus galpones?
Nelcy	Que hay muchos huevos	Que está bien diseñado	203	10 años	si
Omar	Avícola de huevos	No	769	14 años	si
María González	nada	No	100	9 años	si
Jorge carrillo	Que son huevos de aves	Es algo que se tiene fuerte	80	20 años	NO
victoria	Empresa de pollos	Galpón bien diseñado	500	3 años	si
Oscar lancheros	no se le ocurre nada	Que tenga buena comida y agua	1200	Toda su vida	si
Daney león	Proyecto de una empresa	Un galpón que produce todo el tiempo huevos	50	2 años año	NO

Fuente. Autoría propia

En la tabla 1 se muestra testeo realizado en Boyacá Colombia, Cuscúes a varios avicultores del municipio que tienen en funcionamiento galpones de gallinas ponedoras.

A continuación, presento anexos como evidencias de los ocho galpones visitados.

Después de presentar el prototipo e Indagar obtuvimos los resultados esperados para puesta en marcha del proyecto, donde evidenciamos que es un proyecto viable.

Propuesta de valor

Una propuesta de valor es uno de los elementos claves dentro la estrategia de marketing de una empresa, representando la promesa única y convincente que una marca ofrece a su audiencia. Se trata de la declaración que destaca los beneficios clave que una empresa proporciona a sus clientes, diferenciándose claramente de la competencia.

Una propuesta de valor es una declaración clara y concisa que describe los beneficios y valor que una empresa, producto o servicio ofrece a sus clientes o usuarios Es la respuesta a la pregunta "¿Qué valor puedo obtener al elegir este producto?".

Nuestro proyecto de gallinas ponedoras sostenibles ofrece una propuesta de valor única y diferenciada, centrada en la producción de huevos frescos y saludables que son producidos sin el uso de hormonas ni antibióticos, y criados en un entorno natural y saludable aplicando prácticas sostenibles ya que se compromete con la protección del medio ambiente y el bienestar animal. También brinda calidad y seguridad nuestros huevos cumplen con los estándares más altos de calidad y seguridad alimentaria. Además, fomenta la conexión entre la comunidad y la naturaleza, promoviendo la educación y la conciencia sobre prácticas sostenibles. Esta propuesta de valor resume los beneficios y ventajas únicas que nuestro proyecto ofrece a los clientes, socios y la comunidad.

Atributos y beneficios del producto a ofrecer al mercado

Descripción del Producto

El producto para ofrecer al mercado son huevos orgánicos, (El huevo orgánico es aquel que proviene de gallinas alimentadas únicamente con fuentes orgánicas, esto es, todo lo que consume la gallina a lo largo de su vida es libre de pesticidas, agrotóxicos y hormonas, adicional, las gallinas viven al libre pastoreo. (Aires de campo 2019)). Según la FAO, el huevo es uno de los alimentos más nutritivos de la naturaleza. En nuestra granja, estamos comprometidos con la producción de huevos orgánicos de la más alta calidad, priorizando el bienestar de nuestras gallinas y la sostenibilidad ambiental.

El huevo es un alimento natural, cuyo origen es la ovoposición de la gallina, el cual aporta una gran cantidad de nutrientes necesarios para que el ser humano desarrolle muchas de sus funciones biológicas, está compuesto por una capa externa llamada cascara, y dos capas internas llamadas clara y yema las cuales aportan un aspecto, color, olor, textura y sabor característicos del producto. (Huevos. K 2017). Además de la clasificación de calidad, los huevos también se categorizan según su peso, lo que permite una clasificación adicional para satisfacer las necesidades específicas de nuestros clientes. Como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2*Clasificación de los huevos*

Categorías	Peso en gramos
Jumbo	>78,0g
AAA	67,0-77,9g
AA	60,0-66,9g
A	53,0-59,9g
B	46,0-52,9g
C	<46,0g

Fuente. NTC 1240

En la tabla 2 se muestra la clasificación de huevos según peso de acuerdo con a NTC 1240

En el proyecto Aví Huevos Orgánicos, establece como objetivo principal ofrecer huevos de categoría AAA y AA, garantizando así la calidad excepcional que define nuestro proyecto. Estas dos clasificaciones son las más demandadas por los consumidores finales, lo que asegura una alta aceptación y satisfacción en el mercado. Sin embargo, es importante destacar que esta focalización no limita la comercialización de productos que no cumplan con estos estándares, permitiendo así una mayor flexibilidad y oportunidades de venta para todos nuestros productos

Marca

Avi- huevos orgánicos S.A

Imagen

La imagen o logo de Avi Huevos Orgánicos es una representación visual elegante y moderna que refleja la esencia de la marca, con colores representativos a la sostenibilidad. En el centro del logo, se encuentra un huevo partido, donde se refleja la clara y yema del huevo, simbolizando la frescura y calidad de los productos. El huevo está diseñado de manera

minimalista, con líneas limpias y simples que evocan una sensación de pureza y naturalidad. Al lado del huevo, se encuentran una rama verde y frescas. Esta rama representa la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente que Avi Huevos Orgánicos tiene como objetivo promover.

El logo está rodeado por un círculo, que representa la conexión entre la marca y sus clientes. En la parte superior del círculo, se encuentran las letras "Avi" que significa avícola y en la parte inferior se encuentra el texto "Huevos Orgánicos".

Lema

"Sabor y salud en cada huevo"

Figura 4

Logo de Avi huevos orgánicos



Fuente. Autoría propia, 2024

Atributos del Producto

Nuestros huevos Orgánicos son el resultado de una producción que prioriza el bienestar animal y la sostenibilidad ambiental. Nuestras gallinas ponedoras viven en un entorno natural y saludable, libre de hormonas y antibióticos, y se alimentan de una dieta equilibrada y nutritiva.

Esto garantiza una calidad superior y un sabor único que distingue nuestros productos de los demás.

Calidad y Frescura

Nuestros huevos orgánicos son recogidos diariamente en la granja, asegurando una frescura incomparable. Nuestra dedicación a la calidad se refleja en la atención meticulosa que ponemos en cada paso del proceso de producción, desde la alimentación de nuestras gallinas hasta el empaque y distribución de nuestros productos.

Variedades y Presentaciones

Nuestros huevos orgánicos están disponibles en variedades de blanco, marrón y azul, y se ofrecen en presentaciones de docena, media docena y unidad, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Beneficios del Producto para los Clientes

Nuestros huevos orgánicos ofrecen una variedad de beneficios para nuestros clientes. En primer lugar, nuestra dedicación a la calidad y frescura garantiza que nuestros productos sean saludables y nutritivos, proporcionando una excelente fuente de proteínas y nutrientes esenciales para una dieta equilibrada.

Salud y Bienestar

Al elegir nuestros huevos orgánicos, nuestros clientes pueden disfrutar de una mayor salud y bienestar. Nuestros productos están libres de hormonas y antibióticos, lo que reduce el riesgo de enfermedades crónicas y problemas de salud relacionados con la alimentación. Además, nuestra producción sostenible y respetuosa con el medio ambiente garantiza que nuestros productos sean una opción responsable y ética.

Confianza y Seguridad

Finalmente, nuestros clientes pueden tener la confianza de que nuestros productos son seguros y saludables. Nuestra certificación de calidad y seguridad alimentaria garantiza que nuestros productos cumplan con los estándares más altos de calidad y seguridad.

Valor Añadido

Al elegir nuestros huevos orgánicos, nuestros clientes no solo están comprando un producto de alta calidad, sino que también están apoyando una producción responsable y ética que beneficia a la comunidad y al medio ambiente.

Análisis del mercado

El mercado de alimentos orgánicos y sostenibles está experimentando un crecimiento significativo en los últimos años. La conciencia sobre el impacto ambiental y el bienestar animal está aumentando entre los consumidores, lo que genera una demanda creciente de productos que cumplan con estos estándares. (FAO, 2020). Los consumidores están cada vez más interesados en entender de dónde provienen sus alimentos y cómo se producen, lo que ha llevado a un aumento en la preferencia por productos que no solo sean saludables, sino también respetuosos con el medio ambiente.

Segmentación de la población

El municipio cuenta con aproximadamente 9,935 habitantes, lo cual se puede considerar que el 100% de la población es el tamaño de la demanda potencial. Ya que el consumo del producto está orientado a satisfacer la demanda general del municipio y su área circundante. Además, se pretende comercializar el producto en los municipios vecinos, y departamentos cercanos ampliando así el mercado objetivo.

Demográfica: Se puede segmentar el mercado según características demográficas como edad, género, ingresos, nivel educativo y tamaño de la familia. El segmento de mercado objetivo para Avi Huevos Orgánicos son consumidores conscientes del medio ambiente y la salud. Este segmento incluye jóvenes profesionales, adultos, hogares de todos los estratos y personas con problemas de salud o alergias.

Consumidores conscientes: Personas que buscan productos frescos, naturales, libres de químicos, y que valoran prácticas sostenibles. Estos consumidores suelen estar preocupados por su salud y bienestar, así como por el impacto ambiental de sus decisiones de compra. También valoran el bienestar animal y prefieren productos locales.

Mercados y tiendas especializadas en productos ecológicos: Negocios que se centran en vender productos orgánicos, naturales y frescos. Tiendas especializadas que suelen tener clientes recurrentes que valoran la calidad y frescura.

Restaurantes de comida saludable: Restaurantes que priorizan ingredientes frescos y sostenibles en sus menús, especialmente aquellos que promueven una dieta orgánica o natural. Estos restaurantes también pueden ser parte de iniciativas de gastronomía local o responsable.

Geográfica. La segmentación geográfica implica dividir el mercado en diferentes regiones geográficas. De esta forma pretende darse a conocer en los diferentes municipios vecinos y departamentos cercanos donde hay una mayor demanda de productos saludables y sostenibles.

Psicográfica: Personas con un enfoque en el bienestar, la sostenibilidad y el consumo consciente. Este grupo valora el origen y los métodos de producción de los alimentos que consume.

Conducta: Consumidores que buscan productos frescos, locales, y que están dispuestos a pagar un precio más alto por un producto más natural y sostenible.

La competencia en el mercado de huevos orgánicos es moderada, con pocos productores que ofrecen certificación orgánica y prácticas sostenibles. Sin embargo, la entrada de productores convencionales en el mercado orgánico puede representar una amenaza.

Al realizar un análisis situacional de avi huevos orgánicos, podemos evaluar de manera sistemática y objetiva los factores internos y externos que influyen en nuestro proyecto. Esto nos permite identificar oportunidades y desafíos clave, así como también fortalezas y debilidades. Entre los factores internos, podemos analizar la calidad de nuestros productos, la eficiencia de nuestros procesos de producción y distribución, la estructura organizativa y los recursos

disponibles. Entre los factores externos, podemos considerar la demanda del mercado, la competencia, las tendencias de consumo, las regulaciones gubernamentales y los cambios en el entorno económico. Al identificar estas variables, podemos desarrollar estrategias efectivas para mejorar nuestra posición en el mercado, fidelizar a nuestros clientes y alcanzar nuestro objetivo de expansión.

Figura 5

Matriz DAFO



Fuente. Autoría propia

A través de esta matriz podemos identificar las fortalezas y debilidades internas del proyecto, así como las oportunidades y amenazas externas. Esto permitirá desarrollar estrategias para aprovechar las oportunidades, mitigar las amenazas y mejorar las debilidades. Para de esta

forma lograr satisfacer las necesidades del mercado ofreciéndoles huevos de calidad donde se refleje "Sabor y salud en cada huevo.

Además, un punto clave a destacar es que, al no encontrar empresas legalmente constituidas en la región, se puede generar una mayor acogida de los clientes finales del producto ya que esto conlleva a garantizar sistemas de producción limpios y calidad en todo el proceso y en el producto, que al final termina siendo el factor más importante ante la elección de la compra.

Competidores

Para posicionar correctamente a Avi-Huevos Orgánicos, es esencial identificar a los competidores directos e indirectos, evaluando sus fortalezas y debilidades para ajustar nuestras estrategias de mercado.

Competidores Directos

Los competidores directos son aquellos que ofrecen huevos orgánicos, un segmento específico que también busca atraer a consumidores preocupados por la sostenibilidad y la salud.

Entre estos destacan:

Huevos Orgánicos Aires de Campo. Esta empresa ha ganado reconocimiento por su enfoque en la producción de huevos que provienen de gallinas alimentadas con ingredientes orgánicos y criadas en libertad.

Fortalezas. Su presencia nacional y la solidez de su marca les otorgan una gran confianza en los consumidores. Tienen una red de distribución amplia, lo que les permite llegar a más puntos de venta.

Debilidades. La escala de producción y distribución puede hacer que los consumidores vean a la marca como menos cercana o personalizada. Aquí, Avi-Huevos Orgánicos puede destacarse al promover una producción más local y una conexión directa con los consumidores.

Huevos Ous Roig. Esta marca también se enfoca en la producción orgánica, con un fuerte compromiso hacia la sostenibilidad ambiental.

Fortalezas Su propuesta de valor basada en prácticas sostenibles y en el bienestar de las gallinas es un atractivo importante para los consumidores conscientes. Además, cuentan con certificaciones que validan la calidad de sus productos.

Debilidades. El precio relativamente alto puede limitar el alcance a ciertos grupos de consumidores Avi-Huevos Orgánicos puede aprovechar esto al ofrecer una alternativa más competitiva en términos de precio sin comprometer la calidad.

Competidores Indirectos

Entre los competidores indirectos se incluyen aquellos que, aunque no producen huevos orgánicos, compiten en el mismo espacio de alimentos. Estos competidores pueden dividirse en dos grupos principales:

Productores de huevos convencionales. Representan una fuerte competencia, ya que sus productos son más económicos y de fácil acceso en el mercado.

Fortalezas. El precio bajo es su principal ventaja, lo que atrae a consumidores que buscan productos asequibles.

Debilidades. La creciente preocupación por el bienestar animal y la salud hace que muchos consumidores busquen alternativas más saludables y éticas, lo que da a Avi-Huevos Orgánicos la posibilidad de diferenciarse claramente como una opción superior y más responsable.

Sustitutos de huevos veganos. Dirigidos a consumidores que prefieren productos de origen vegetal y están comprometidos con una dieta libre de productos animales. Fortalezas. Estos productos son atractivos para quienes buscan reducir su huella ambiental y optan por alternativas veganas.

Debilidades. Aunque su popularidad está en aumento, los sustitutos de huevo aún no logran igualar el sabor y la textura de los huevos convencionales, lo que ofrece a Avi-Huevos Orgánicos la oportunidad de captar a consumidores que buscan un producto más natural sin sacrificar calidad ni sabor.

Evaluación de la Competencia

En conclusión, si bien existen marcas consolidadas dentro del mercado de huevos orgánicos, y los productores convencionales representan una competencia sólida debido a su bajo costo, Avi-Huevos Orgánicos tiene la oportunidad de sobresalir. Su enfoque en un producto saludable, ético y de producción local le permite dirigirse a consumidores que valoran la frescura, la sostenibilidad y la calidad, diferenciándose claramente de otras opciones en el mercado.

Estrategias de mercadeo

Nuestra estrategia para impulsar el producto Avi Huevos Orgánicos se centra en brindar una experiencia excepcional a nuestros clientes, posicionándonos como líderes en costos en el sector. Al ofrecer productos de excelente calidad, como nuestros huevos semi-criollos, buscamos generar un reconocimiento y preferencia en la región. Esta estrategia se basa en la convicción de que la calidad y el valor son clave para atraer y retener a nuestros clientes, y así establecer una presencia sólida en el mercado.

Además, implementaremos una estrategia publicitaria integral que incluye:

Distribución de tarjetas publicitarias en mayoristas, minoristas y tiendas de barrio, alcanzando directamente a nuestros clientes potenciales.

Campañas en redes sociales para difundir información sobre nuestro producto y empresa, atendiendo dudas y sugerencias sobre precios, distribución y otros temas.

Para satisfacer la demanda generada por nuestra publicidad, estableceremos una metodología de distribución multicanal, con tres frentes de acción directos desde la empresa con mayoristas, minoristas y clientes logrando así tener un control del mercado y la demanda total en la región. Este enfoque nos permitirá llegar a un público más amplio, aumentar nuestra visibilidad y asegurar una entrega eficiente y oportuna de nuestros productos a nuestros clientes.

Marketing mix

Para conocer mejor nuestro producto Avi Huevos Orgánicos y aumentar nuestra visibilidad en el mercado, adoptaremos como estrategia principal el Marketing Mix, aplicando las 4 P: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Esto nos permitirá ofrecer un producto de alta calidad y variedad, a un precio competitivo y justo, distribuirlo de manera eficiente en locales, online, y promocionarlo

efectivamente a través de publicidad digital, email marketing, ferias y colaboraciones, logrando así una presencia sólida en el mercado y atrayendo a nuevos clientes. Otler y Armstrong (2008) mencionan que el marketing mix son mecanismos de marketing tácticas y contables que son: producto, precio, plaza y promoción, que los negocios deben emplear para alcanzar un efecto positivo en el mercado meta.

Producto: Nuestro producto estrella son huevos orgánicos de alta calidad, producidos sin el uso de hormonas ni antibióticos, y criados en un entorno respetuoso con el medio ambiente. Ofrecemos variedades de huevos semi-criollos blanco, marrón y azul, y se ofrecen en presentaciones de docena, media docena y unidad, de categoría AAA y AA para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Precio. Nuestros precios son competitivos y justos, reflejando la calidad y el valor de nuestros productos. Ofrecemos descuentos por volumen y programas de lealtad para nuestros clientes frecuentes.

Plaza. Mercados Locales y Ferias de Agricultores: Participar en mercados de agricultores y ferias ecológicas para promover la marca Avi huevos directamente con consumidores conscientes de la sostenibilidad. Esto también puede generar una imagen de marca más cercana al consumidor.

Nuestra estrategia de distribución incluye:

Venta directa en nuestros locales.

Venta en línea a través de nuestra página web.

Presencia en mercados locales y especializados.

Promoción: Nuestras estrategias de promoción incluyen:

Publicidad en redes sociales y medios digitales.

Campañas de email marketing y newsletter.

Participación en ferias y eventos gastronómicos.

Colaboraciones con influencers y chefs.

Este marketing mix nos permite ofrecer un producto de alta calidad, a un precio justo, en los lugares adecuados, y con una promoción efectiva que atraiga y retenga a nuestros clientes.

Marketing digital

Nuestro objetivo principal es aumentar la visibilidad y reconocimiento de la marca Avi Huevos Orgánicos, generando leads y ventas. También buscamos establecer una comunidad de clientes leales y aumentar la conversión de ventas.

Redes Sociales: La presencia en redes sociales es fundamental para Avi Huevos Orgánicos. Al crear contenido atractivo y relevante en plataformas como Instagram, Facebook y Twitter, podemos aumentar nuestra visibilidad y atraer a nuevos clientes. Además, las redes sociales nos permiten interactuar con nuestros clientes y recibir retroalimentación.

Contenido: El contenido de calidad es clave para atraer y retener a nuestros clientes. Al crear artículos, videos y infografías sobre los beneficios de los huevos orgánicos, recetas y consejos de salud, podemos establecernos como expertos en el nicho y generar confianza en nuestros clientes.

Email Marketing: El email marketing es una herramienta efectiva para mantener la relación con nuestros clientes y promocionar nuestros productos. Al enviar boletines mensuales con promociones y noticias, podemos aumentar la conversión de ventas y fomentar la lealtad.

Influencer de Marketing: La colaboración con influencers de nichos específicos puede ayudarnos a llegar a nuevos clientes y aumentar nuestra credibilidad. Al trabajar con influencers

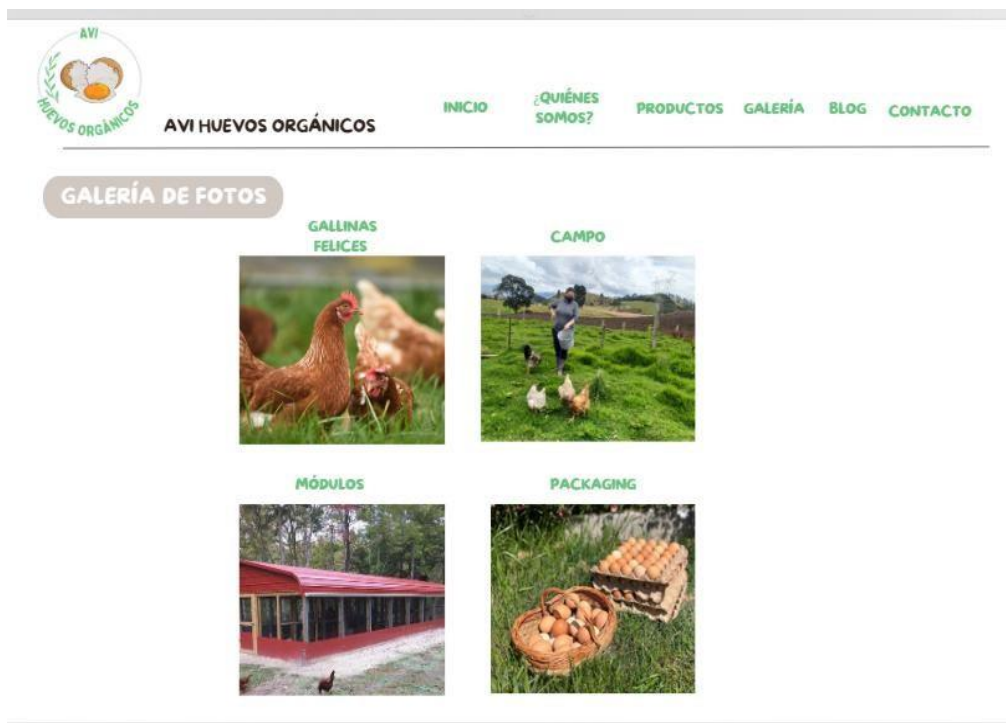
que compartan nuestros valores y objetivos, podemos promocionar nuestros productos de manera efectiva.

Optimización de Sitio Web: Un sitio web optimizado es fundamental para cualquier estrategia de marketing digital. Al mejorar la experiencia del usuario y la velocidad de carga, podemos aumentar la conversión de ventas y mejorar nuestra visibilidad en los motores de búsqueda.

Figura 6

Prototipo de página web





Fuente. Autoría propia

En la figura 6 podemos observar el prototipo de lo que sería la página web de la empresa Avi huevos orgánicos la cual es una herramienta fundamental para dar a conocer la información necesaria de la empresa.

La página web de Avi Huevos Orgánicos es una herramienta estratégica para promover nuestro producto, establecer una conexión con nuestros clientes y lograr nuestra misión de proporcionar huevos orgánicos de alta calidad. Su diseño y contenido están diseñados para ofrecer una experiencia al usuario agradable e informativa, lo que nos permite diferenciarnos en el mercado y consolidar nuestra posición como líderes en la producción de huevos orgánicos.

Modelo de negocio a partir del modelo Canvas

Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor (Osterwalder & Pigneur, 2010). El modelo basado en la metodología Canvas es una herramienta nueva y novedosa de aplicación cada vez más frecuente, por su capacidad de plasmar sobre un lienzo las realidades que debe articular todo emprendedor. “El modelo Canvas es una nueva herramienta para la identificación y análisis de ideas emprendedoras” (Reaño, 2018).

El modelo de negocio de Aví Huevo Orgánicos se basa en la producción y comercialización de huevos orgánicos de alta calidad, destinados a satisfacer la demanda creciente de productos saludables y sostenibles. Este modelo se enfoca en la creación de valor para los clientes, a través de la oferta de productos orgánicos y éticos.

De esta forma usaremos el modelo de negocios canva que permite visualizar de forma sencilla un negocio convirtiéndose en una herramienta efectiva para emprendedores, que buscan clarificar y comunicar su estrategia de negocio. El Modelo de Negocio Canva consta de 9 bloques que se organizan en una sola página. Una vez que se haya completado la información de los 9 bloques, ya es posible valorar si cada área del negocio es factible en el mercado. (Alexander Osterwalder y Yves Pigneur).

La organización de los puntos clave en nuestro modelo de negocios es fundamental para implementar estrategias financieras efectivas y analizar la viabilidad y el impacto social de Aví Huevo Orgánicos. Al tener claros los aspectos más importantes de nuestro modelo de negocios, podremos desarrollar un plan financiero sólido, que nos permita gestionar recursos de manera eficiente, evaluar la viabilidad del proyecto y medir el impacto social que tendrá en la comunidad. Esto nos permitirá tomar decisiones informadas y estratégicas para asegurar el éxito

y la sostenibilidad de nuestra empresa, y así cumplir con nuestros objetivos de producción de huevos orgánicos de alta calidad, respeto por el medio ambiente y mejora de la calidad de vida de nuestras gallinas.

Figura 7

Modelo de negocios



Fuente. Plantilla Canva

Con este modelo de negocio, nuestro objetivo es evaluar la factibilidad del mercado y considerar los factores claves que impulsan nuestro negocio, con el fin de realizar una evaluación exhaustiva del impacto y proporcionar una visión general integral de los beneficios y desafíos del modelo de negocio de Aví Huevo Orgánicos. Este análisis nos permitirá identificar áreas de

mejora y optimización para asegurar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo. Además, esta evaluación servirá como base para desarrollar un plan financiero sólido, que nos permita distribuir eficientemente los gastos y los ingresos, y evaluar la viabilidad del proyecto para alcanzar el éxito. De esta manera, podremos tomar decisiones informadas y estratégicas para consolidar nuestra posición en el mercado y alcanzar nuestros objetivos empresariales.

El modelo de negocio elegido, establecer los objetivos que se quieren alcanzar, definir las estrategias que llevarán a la empresa al éxito y detallar cómo se organizarán los procesos de producción, ventas, logística, personal y finanzas, para que se logre satisfacer las necesidades de los potenciales clientes. Todo este análisis permitirá reducir el riesgo de fracaso, cuidar la buena imagen de la empresa, conocer cuál es el rendimiento económico y financiero que se espera del negocio y contar con una herramienta que permita controlar el crecimiento y desarrollo de un nuevo negocio (Weinberger, 2009).

Las proyecciones operativas y financieras

Las proyecciones operativas y financieras en Avi Huevos Orgánicos son estimaciones y planes detallados para la gestión y desarrollo de la granja avícola.

Relación de procesos

Para el proyecto gallina ponedoras sostenibles, Avi huevo orgánicos se requieren los siguientes procesos.

Planificación y Gestión, el proceso de planificación estratégica es fundamental para el éxito del proyecto Avi Huevos Orgánicos. Este proceso implica definir objetivos claros, estrategias innovadoras y planes de acción concretos para alcanzar la producción de huevos orgánicos de alta calidad. En este contexto, se incluye la planificación detallada de la producción, la gestión eficiente de recursos humanos, la identificación de necesidades específicas para llevar a cabo la producción y la asignación de recursos financieros. Además, se definen políticas y procedimientos rigurosos para garantizar la calidad y sostenibilidad del proyecto, y se establece un sistema de supervisión continuo para asegurar el cumplimiento de los objetivos establecidos y hacer los ajustes necesarios para mantener el éxito del proyecto.

Además, consideramos fundamental integrar un estudio legal exhaustivo en la gestión de Avi Huevos Orgánicos, con el objetivo de garantizar la confiabilidad y transparencia ante nuestros clientes. Para lograr esto, realizaremos el proceso de registro mercantil y registro sanitario, asegurando así que nuestra empresa esté legalmente constituida ante las entidades competentes. Este proceso nos permitirá acreditar públicamente nuestra calidad de comerciante, reforzando la confianza de nuestros clientes y socios, y consolidando nuestra posición en el mercado como una empresa responsable y confiable.

Manejo y tamaño de la Granja, el manejo de la granja es fundamental para mantener un ambiente saludable y seguro para las gallinas. Este proceso incluye la limpieza y desinfección de las instalaciones, el control de plagas y enfermedades, y la gestión de residuos y agua. También implica la supervisión del clima y condiciones ambientales para asegurar el bienestar de las gallinas.

El tamaño del proyecto será determinado por el total de gallinas que se deseen implementar. Esta cifra será fundamental para evaluar la rentabilidad de la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto, considerando factores clave como las semanas de postura, el promedio de unidades producidas por día y el porcentaje de mortandad semana tras semana. La evaluación de estos indicadores permitirá determinar si la inversión es rentable y asegurar el éxito del proyecto.

La granja cuenta con una superficie total de 10000 m² de la cual se usarán 3000 m² para gallineros la que sería el área adecuada para iniciar con 1500 gallinas Babcock Brown de 16 semanas, teniendo en cuenta que las gallinas tendrán acceso a áreas de pastoreo. También tendremos en cuenta unos espacios para almacén, área de clasificación, oficina, y demás espacios necesarios para el proyecto.

Proceso de producción de Huevos, el proceso productivo es donde vemos la transformación de esa materia prima inicial que en este caso son las gallinas de ponedoras, donde nuestro producto principal es el huevo. Este proceso implica la recepción y cuidado de las gallinas ponedoras, la alimentación y salud animal, la recolección de huevos, la verificación y clasificación, empaque, distribución y la entrega al cliente final. Para garantizar un excelente proceso de producción, es fundamental mantener un adecuado para cada proceso. Esto implica implementar procedimientos eficientes y controlados en cada etapa, desde la recolección de

huevos frescos hasta su entrega al cliente. De esta forma, aseguramos la calidad y frescura de nuestros productos, cumpliendo con los estándares más altos de calidad y seguridad.

Figura 8

Proceso productivo



Fuente. Autoría propia

En la figura 8 se observa las fases de cada proceso productivo hasta llegar al cliente final

De acuerdo con el (manual de Backcock Brown), el ciclo productivo de las aves comienza en la semana 18 y se extiende hasta la semana 80. Durante este período, las aves alcanzan su máxima producción y eficiencia. Al final del ciclo productivo, se planea vender las aves, ya que su carne estará en perfectas condiciones para el consumo debido a que tendrán una alimentación natural y saludable. De esta forma se evitan pérdidas económicas y recuperar la inversión, lo que permitirá financiar la compra de una nueva camada y mantener la continuidad del proceso productivo.

A partir de la semana 18, cuando nuestras gallinas comienzan a poner huevos, podremos determinar el inicio del tiempo de entrega del producto. Con una producción diaria de 1 huevo por gallina, esperamos obtener aproximadamente 1.500 huevos diarios. Esto nos permitirá iniciar

la distribución de nuestros productos a los clientes y comercios locales, asegurando una entrega oportuna y eficiente de nuestros huevos orgánicos de alta calidad.

Alimentación y Salud Animal, la alimentación y salud animal es fundamental para la producción de huevos orgánicos. Para garantizar el bienestar de nuestras gallinas, seleccionamos alimentos orgánicos y naturales, supervisamos constantemente su salud y implementamos programas de vacunación y prevención de enfermedades. Esto asegura que nuestras gallinas vivan en un entorno saludable y feliz, con espacios amplios y limpios, supervisión constante y una alimentación balanceada y natural, libre de contaminantes.

La alimentación es crucial para el crecimiento y producción de huevos de alta calidad. Nuestra dieta para gallinas incluye una combinación equilibrada de granos integrales como maíz, trigo y cebada, afrecho y otros nutrientes esenciales. También les proporcionamos vegetales frescos y residuos de comida de la cocina, siempre que sean seguros. Es importante destacar que nunca se debe faltar la alimentación para nuestras gallinas ponedoras, asegurando así que reciban los nutrientes necesarios para mantenerse saludables y producir huevos orgánicos de la más alta calidad.

Marketing y Ventas

El marketing y ventas es el proceso que conecta el producto con los clientes. Implica la definición de estrategias de marketing, la creación de materiales publicitarios, la promoción del producto, y la gestión de las ventas y distribución.

Monitoreo y Evaluación

El monitoreo y evaluación es el proceso que asegura la calidad, viabilidad y eficiencia del proyecto. Implica la supervisión de los procesos, la evaluación de los resultados,

presupuestos y la implementación de mejoras continuas para asegurar la calidad y frescura de los huevos orgánicos. (manual de Backcock Brown), (fenavi 2020) y (ICA).

Sustentación de las necesidades de recursos humanos

Para asegurar el funcionamiento óptimo de la granja avícola, es fundamental contar con un equipo de profesionales calificados y experimentados. La estructura organizativa que se requiere para atender a 1500 gallinas.

Equipo

Nuestra granja avícola contará con un equipo de diez empleados altamente capacitados y comprometidos, cuyo objetivo principal es garantizar el buen funcionamiento de la empresa y asegurar su éxito. Cada miembro del equipo tendrá funciones específicas, enfocadas en la salud, alimentación y bienestar de nuestras gallinas, así como en el mantenimiento del gallinero y áreas circundantes.

Gracias al trabajo en equipo y la dedicación de nuestros empleados, podremos ofrecer un producto de excelente calidad a nuestros clientes y asegurar la sostenibilidad a largo plazo de nuestro proyecto. Nuestro compromiso con la calidad y el bienestar animal es fundamental para nuestro éxito y crecimiento, y estamos comprometidos con mantener los más altos estándares de higiene y seguridad en nuestra granja.

Mano de obra

También es importante mencionar que, para llevar a cabo la construcción y puesta en marcha de nuestra granja avícola, necesitaremos contratar personal temporal de mano de obra especializada. Este equipo será fundamental para la construcción e instalación de gallineros, así como de los demás espacios requeridos para cada proceso productivo.

Además, nuestro objetivo es crear un ambiente laboral agradable y seguro para nuestros empleados. Por lo tanto, también se realizarán obras para mejorar la infraestructura y los espacios comunes, garantizando un entorno óptimo para su bienestar y productividad. Con la colaboración de este equipo temporal, podremos asegurar que nuestra granja avícola esté lista para comenzar su producción de manera eficiente y segura.

Proveedores

Además del equipo humano, también se requiere la colaboración de proveedores para asegurar el suministro de alimentos, medicamentos y otros insumos necesarios para la producción avícola.

En cuanto a los proveedores, se requiere:

Proveedores de alimentos avícolas orgánicos

Proveedores de medicamentos y vacunas

Proveedores de materiales de construcción, equipos de granja y suministros

Proveedores de productos de limpieza

Sustentación de las necesidades de recursos tecnológicos

Sistemas de Alimentación y Agua Automatizados

Para garantizar la salud y bienestar óptimos de nuestras gallinas, hemos decidido implementar sistemas de alimentación y agua automatizados en nuestra granja avícola. Estos sistemas avanzados permiten una distribución eficiente y controlada de alimentos y agua, minimizando el desperdicio y mejorando significativamente la calidad de vida de nuestras aves.

Además, dado que nuestras gallinas recibirán una alimentación variada y orgánica, basada en granos de alta calidad, estos sistemas automatizados nos permitirán controlar precisamente la cantidad y frecuencia de alimentación. Esto no solo asegurará que nuestras

gallinas reciban los nutrientes necesarios para su crecimiento y producción, sino que también nos ayudará a optimizar el uso de suministros y reducir costos. Con este sistema, podemos asegurar que nuestras gallinas estén siempre bien alimentadas y hidratadas, lo que se reflejará en la calidad excepcional de nuestros huevos orgánicos.

Software de Gestión de Granja y Producción

El software de gestión de granja y producción es una herramienta fundamental para la gestión eficiente y exitosa de nuestra granja avícola. Esta tecnología avanzada nos permite controlar y monitorear en tiempo real la producción, el inventario y los recursos humanos, lo que asegura una toma de decisiones informada y estratégica. Gracias a esta herramienta, podremos gestionar de manera efectiva los datos e inventarios de producción en nuestra granja, optimizando procesos y reduciendo costos. El software nos permitirá:

- Monitorear la producción diaria y mensual de huevos

- Controlar el inventario de alimentos, medicamentos y suministros

- Gestionar los recursos humanos y asignar tareas eficientemente

- Analizar datos para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento

Al utilizar esta tecnología, estamos comprometidos con la innovación y la eficiencia en nuestra granja, asegurando una producción de alta calidad y una mayor productividad. De esta forma, podemos aprovechar al máximo las tecnologías disponibles y mantenernos a la vanguardia en la industria avícola.

Equipos de Comunicación y Redes

La comunicación efectiva es crucial para la gestión de la granja. Los equipos de comunicación y redes permiten una conexión segura y eficiente entre los empleados, proveedores y clientes, asegurando una respuesta rápida y efectiva a las necesidades de la granja.

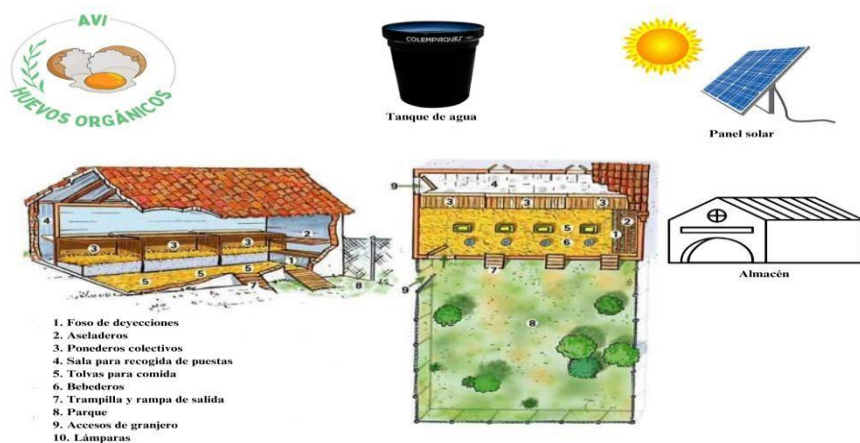
En el cual se necesita dos computadoras, y 1 teléfonos fijo 2 celulares, cámaras de seguridad y la conexión a internet 1 equipo inalámbrico wifi. Panel Solar, el panel solar es una fuente de energía renovable y sostenible que reduce la dependencia de la granja de la red eléctrica. Permite ahorrar costos de energía y reducir el impacto ambiental de la granja.

Sustentación de las necesidades de recursos de infraestructura

Gallineros. La granja es el corazón de nuestra operación, y es fundamental contar con una infraestructura adecuada para albergar a nuestras 1500 gallinas. Los gallineros deben ser diseñada para proporcionar un ambiente saludable y seguro para las aves, con espacios amplios para su movimiento, pastoreo y bienestar, con todos los elementos necesarios.

Figura 9

Diseño de gallineros



En la figura 9 se muestra lo que sería el diseño del gallinero implementando las energías renovables y el almacén principal para la recolección y clasificación de huevos.

Almacén para Alimentos y Suministros. Un almacén adecuado es esencial para almacenar los alimentos y suministros necesarios para la salud y bienestar de nuestras gallinas. El almacén debe ser diseñado para mantener una temperatura y humedad controladas, asegurando la calidad y frescura de los alimentos.

Área de Clasificación de Huevos y almacenamiento de los huevos. La clasificación de huevos es un proceso crucial para asegurar la calidad y frescura de nuestros productos. El área de clasificación debe ser diseñada para permitir una clasificación eficiente y precisa, con equipo como grameras para el tamaño de los huevos. Y así mismo tendrá espacios para almacenar las cubetas empacadas.

Oficina Administrativa. La oficina administrativa es fundamental para la gestión eficiente de la granja. En este espacio, se realizarán las tareas administrativas, como la contabilidad, gestión de personal y comunicación con proveedores y clientes.

Área de Limpieza y Desinfección. La limpieza y desinfección son fundamentales para prevenir enfermedades y mantener un ambiente saludable en la granja. En esta área estarán todos los materiales y equipos usados para la adecuada limpieza del gallinero.

Como se mencionó anteriormente, cada uno de los recursos mencionados es fundamental para el éxito del plan de negocio. La identificación detallada de las necesidades de recursos humanos, tecnológicos y de infraestructura nos permite tener una visión clara de la inversión requerida y las necesidades específicas para la implementación del proyecto. Esto nos permite planificar y ejecutar estrategias efectivas para abordar cada aspecto crítico del negocio. Además, es crucial reconocer el papel vital que desempeñan los proveedores en nuestro proyecto, ya que aseguran el suministro constante de alimentos, medicamentos y otros insumos esenciales para la producción avícola. La colaboración con proveedores confiables nos permite garantizar la calidad y eficiencia en nuestra producción, lo que a su vez contribuye al éxito general del proyecto. Al considerar todos estos elementos, podemos asegurar una base sólida para nuestra granja avícola y alcanzar nuestros objetivos de manera efectiva.

Estructura de costos

La estructura de costos se trata de un documento donde se organizan los gastos de una compañía. Esta estructura incluye todos los costos en los que incurre una empresa para funcionar: salarios, alquiler, materias primas, servicios, pago de impuestos, entre otros.

La estructura de costo para avi huevos orgánicos es muy importante ya que aquí veremos reflejos los conceptos de gastos iniciales para la puesta en marcha de nuestro proyecto.

Tabla 3

Costos iniciales

Concepto	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Costo Total	Productor	Financiamiento
Inversion Fija						
Gallinas de 16 semanas de edad	cabeza	1500	\$ 17,000.00	\$ 25,500,000.00		38,550,000.00
Madera	docenas	4	\$ 100,000.00	\$ 400,000.00		180,600.00
Sistema de comedero lineal	pieza	280	\$ 12,000.00	\$ 3,360,000.00		3,360,000.00
Sistema de bebedero automático	pieza	280	\$ 58,000.00	\$ 16,240,000.00		16,240.00
Lamina galvanizada de 7 m	pieza	100	\$ 80,000.00	\$ 8,000,000.00		75,000.00
Tubos ptr de 3 pulgadas	pieza	100	\$ 10,000.00	\$ 1,000,000.00		36,000.00
Blockes	pieza	2000	\$ 600.00	\$ 1,200,000.00		16,000.00
Cemento	bulto	56	\$ 9,700.00	\$ 543,000.00		8,400.00
Varilla	pieza	60	\$ 1,300.00	\$ 78,000.00		7,800.00
Alambrón	kg	50	\$ 2,300.00	\$ 115,000.00		1,150.00
Alambre recocido	kg	50	\$ 1,800.00	\$ 90,000.00		900
Martillo	pieza	4	\$ 8,000.00	\$ 32,000.00		380
Carretilla	pieza	1	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00		100,000.00
Grava	camionada	2	\$ 200,000.00	\$ 400,000.00		4,000.00
Arena	camionada	2	\$ 180,000.00	\$ 360,000.00		3,600.00
Tinaco de 1,100 litros	pieza	2	\$ 500,000.00	\$ 1,000,000.00		1,000,000.00
Manguera	metro	100	\$ 8,500.00	\$ 850,000.00		8,500.00
panel solar	equipo	1	\$ 2,000,000.00	\$ 2,000,000.00		
Subtotal				\$ 61,268,000.00		- 43,368,570.00
Inversion Diferida						
Capacitación	Programas	1	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00		200,000.00
Subtotal				\$ 200,000.00		- 75,000.00
Capital de Trabajo						
Alimento e insumos	presupuesto	3	83,679.47	\$ 251,038.41	226,038.41	25,000.00
Mano de obra	presupuesto	4	800,000.00	\$ 3,200,000.00	1,800,000.00	
Servicios y otros	lote mensual	3	250,000.00	\$ 750,000.00	750,000.00	
Camara de comercio y registro sanitario			\$ 475,000.00	\$ 475,000.00		-
Subtotal				\$ 4,676,038.41	2,776,038.00	25,000.00
Gran Total				\$ 66,144,038.41	2,776,038.00	43,468,570.00

Fuente. Autoría propia

La tabla 3 de costos iniciales refleja todos los gastos necesarios para la construcción y puesta en marcha del proyecto. Esto incluye insumos de construcción, materia prima, equipos y

demás gastos relacionados con la infraestructura. Es importante destacar que estos costos son fundamentales para garantizar el éxito y la rentabilidad del proyecto a largo plazo.

La inversión inicial para el proyecto de producción de huevos orgánicos se compone de una serie de gastos relacionados con la infraestructura, insumos y materia prima. Encontrados en la tabla anterior ahí se detallan los costos iniciales que se invertirán con nuestro capital de trabajo.

A continuación, se presentan las tablas de costos fijos y variables que detallan los gastos mensuales que se generarán en la producción de huevos orgánicos. Estas tablas son fundamentales para medir y controlar los gastos mensuales durante cada ciclo productivo, permitiendo una gestión eficiente y efectiva de los recursos. Los costos fijos y variables se han identificado y cuantificado para proporcionar una visión clara y precisa de los gastos mensuales, lo que permitirá tomar decisiones informadas y optimizar la rentabilidad del proyecto.

Tabla 4

Costos fijos

Concepto	Costo mensual
Alquiler granja	\$ 800,000.00
Salarios	\$ 12,452,000.00
Seguros	\$ 884,000.00
Comunicaciones	\$ 100,000.00
Mantenimeinto y reparacion	\$ 300,000.00
Servicios publicos	\$ 100,000.00
Total, costos fijos	\$ 14,636,000.00

Fuente. Autoria propia

En la tabla 4 podemos observar los costos fijos son gastos que no dependen del volumen de producción o venta de una empresa, sino que se basan en el tiempo. Son gastos obligatorios que se repiten periódicamente y que no se pueden reducir, incluso si el negocio es rentable.

Tabla 5*Costos variables*

Concepto	Costo mensual
Alimentos y suministros	\$ 398,100.00
Medicamentos y vacunas	\$ 99,950.00
Suministros de limpieza y desinfección	\$ 250,000.00
Publicidad y Marketing	\$ 500,000.00
Combustible	\$ 300,000.00
Capacitaciones	\$ 200,000.00
Suministros empaque y embalaje	\$ 200,000.00
Otros gastos	\$ 1,500,000.00
Total, costos variables	\$ 3,448,050.00

Fuente. Autoría propia

En la tabla 5 podemos observar los costos variables son aquellos que cambian en función del volumen de producción o venta de la empresa.

Tabla 6*Resumen de total de costos*

Concepto	Total, costos
Costos fijos	\$ 14,636,000.00
Costos variables	\$ 3,448,050.00
Total	\$ 18,084,050.00

Fuente. Autoría propia

La estructura de costos fijos del proyecto de producción de huevos orgánicos se compone de varios conceptos que suman un total de \$14.636.000 mensuales. El salario del personal de la empresa es el mayor componente de estos costos, representando el 67% del total. El alquiler de la granja es el segundo mayor componente, con un 4% del total. Es importante destacar que estos costos no varían con el nivel de producción, por lo que es fundamental mantener un nivel de producción constante para absorber estos costos.

Por otro lado, la estructura de costos variables del proyecto se compone de varios conceptos que suman un total de \$3.448.050 mensuales. Los alimentos y suministros para las gallinas son el mayor componente de estos costos, representando el 12% del total. La publicidad y marketing es el segundo mayor componente, con un 15% del total. Es importante destacar que estos costos varían directamente con el nivel de producción, por lo que es fundamental mantener un control estricto sobre estos costos para garantizar la rentabilidad del proyecto.

Tabla 7

Punto de equilibrio

Concepto	Total
Ingreso mensual por venta de huevos	\$39,600,000
Costos fijos	\$14,636,000
Costos variables	\$3,448,050
Total, costos	\$18,084,000
Utilidad bruta	\$21,516,000
Punto de equilibrio (unidades) 17.500 huevos mensuales	\$14,000,000

Fuente. Autoría Propia

En la tabla 7 podemos observar el punto de equilibrio de la empresa que es el nivel de ventas en el que los ingresos de una empresa son iguales a sus costos, es decir, cuando no hay ganancia ni pérdida.

El punto de equilibrio es de 17,500 unidades. Esto significa que la empresa necesita vender al menos 17,500 unidades de huevos por mes para cubrir sus costos fijos y variables y no obtener pérdidas ni ganancias. Si la empresa vende más de 17,500 unidades, obtendrá ganancias. Si vende menos de 17,500 unidades, obtendrá pérdidas.

Tabla 8.*Proyección de costos*

Concepto	Año 1	Año 2 (Aumento 5%)	Año 3(Aumento 5%)
Costos fijos	\$175,632,000	\$184,164,000	\$193,171,500
Costos variables	\$41,376,600	\$43,445,630	\$45,617,817
Total, costos	\$217,008,600	\$227,609,630	\$238,789,317

Fuente. Autoría Propia

La proyección de costos para los próximos tres años muestra un aumento constante en los costos fijos y variables. En el primer año, los costos fijos ascienden a \$175,632,000, mientras que los costos variables son de \$41,376,600. Esto representa un total de costos de \$217,008,600. En el segundo año, se espera un aumento del 5% en los costos fijos y variables. Esto significa que los costos fijos aumentarán a \$184,164,000, mientras que los costos variables serán de \$43,445,630. El total de costos para el segundo año es de \$227,609,630. En el tercer año, se espera otro aumento del 5% en los costos fijos y variables. Esto significa que los costos fijos aumentarán a \$193,171,500, mientras que los costos variables serán de \$45,617,817. El total de costos para el tercer año es de \$238,789,317.

En general, la proyección de costos muestra un aumento constante en los costos fijos y variables durante los próximos tres años. Esto puede ser un desafío para la empresa, especialmente si no puede aumentar los ingresos al mismo ritmo que los costos. Por lo tanto, es fundamental que la empresa tenga un plan de gestión de costos sólido y que se monitoree constantemente el flujo de caja para asegurarse de que la empresa pueda cumplir con sus obligaciones financieras.

Tabla 9*Estado de resultados e indicadores*

Concepto	Monto
Ventas de huevo	\$ 39,600,000.00
Costos fijos	\$ 14,636,000.00
Costos variables	\$ 3,448,050.00
Total Costos	\$ 18,084,000.00
Utilidad Bruta	\$ 21,516,000.00
Gastos administrativos	\$ 1,000,000.00
Gastos de marketing	\$ 500,000.00
Total Gastos	\$ 1,500,000.00
Utilidad Neta	\$ 20,016,000.00

Indicador	valor
Margen de Utilidad Bruta	54,3%
Rendimiento de la Inversión (ROI)	21,52%
Relación de Liquidez	2,5
Relación de Endeudamiento	0,33
Punto de Equilibrio	17,500 unidades

Fuente. Autoría propia

La empresa que produce y vende huevos ha registrado un total de ventas de \$39,600,000.00. Los costos fijos y variables ascienden a \$14,636,000.00 y \$3,448,050.00, respectivamente, para un total de costos de \$18,084,000.00. La utilidad bruta de la empresa es de \$21,516,000.00, lo que representa un margen de utilidad bruta del 54,3%. Este es un indicador importante que muestra la capacidad de la empresa para generar ganancias a partir de sus ventas. Después de deducir los gastos administrativos y de marketing, que ascienden a \$1,500,000.00, la utilidad neta de la empresa es de \$20,016,000.00. En cuanto a los indicadores financieros, el rendimiento de la inversión (ROI) es del 21,52%, lo que indica que la empresa está generando un buen retorno sobre su inversión. La relación de liquidez es de 2,5, lo que muestra que la empresa tiene una buena capacidad para cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

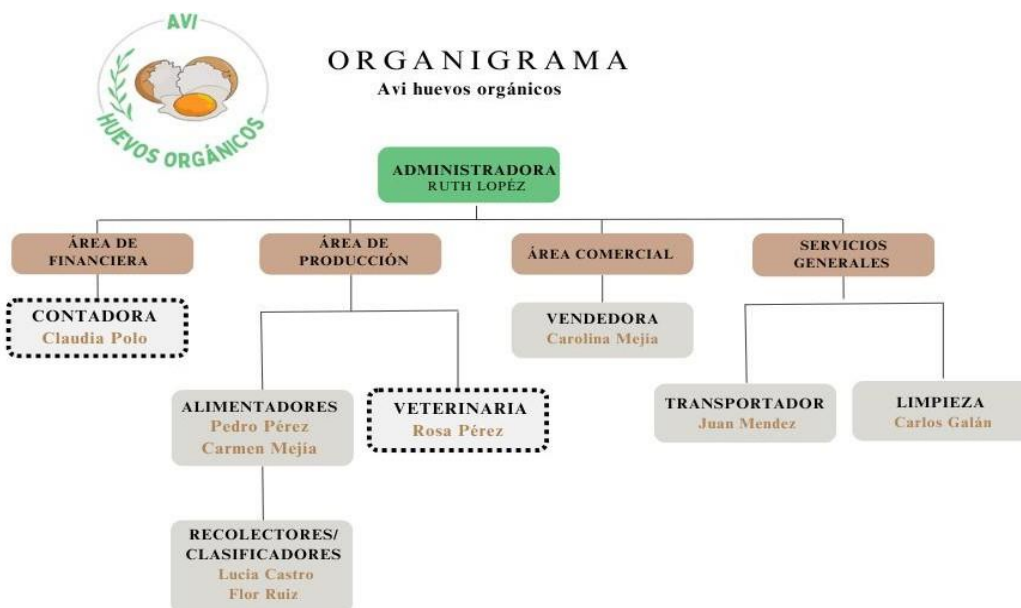
La relación de endeudamiento es del 0,33, lo que indica que la empresa tiene una deuda razonable en relación con su patrimonio. Finalmente, el punto de equilibrio es de 17,500 unidades, lo que muestra que la empresa necesita vender al menos esta cantidad de unidades para cubrir sus costos fijos y variables.

Conformación del equipo de trabajo

Tener una estructura organizacional clara y definida es fundamental para el éxito de Avi Huevo Orgánico. Esta estructura permite una distribución eficiente de responsabilidades funciones entre los diferentes departamentos y cargos, garantizando que cada área esté bien organizada y coordinada.

Figura 10

Organigrama de Avi huevos orgánicos



Fuente. Autoría propia

Para garantizar el adecuado funcionamiento de la granja dedicada a la producción de huevos orgánicos, se ha planteado un equipo conformado por diez colaboradores. Cada miembro

desempeñará un rol específico enfocado en la eficiencia operativa y el logro de los objetivos del proyecto.

Descripción de Cargos y Funciones del equipo

Administrador con conocimientos avícolas. Este será el líder encargado de la supervisión integral de la granja, gestionando tanto los procesos operativos como administrativos. Se encargará de coordinar las actividades diarias, establecer relaciones con proveedores, gestionar presupuestos y evaluar el desempeño general de los procesos. Además, tendrá la responsabilidad de asegurar que las operaciones cumplan con las normativas y estándares de calidad requeridos.

Encargado de la alimentación de las gallinas (2 trabajadores)

Supervisa la correcta alimentación de las gallinas con insumos orgánicos y garantiza que las aves mantengan condiciones óptimas de salud y que estas realicen sus actividades de pastoreo. También administra la implementación de programas preventivos, como vacunaciones.

Encargado de limpieza y desinfección. Asegura la higiene de las instalaciones mediante la limpieza regular de los espacios y la desinfección, evitando riesgos sanitarios.

Encargados de recolección, clasificación y empaque de huevos (2 trabajadores)

Organiza y ejecuta la recolección diaria de los huevos, asegurándose de su correcto almacenamiento, clasificación y embalaje para mantener la calidad del producto y así mismo estén listos para su distribución.

Vendedor especializado en marketing y publicidad. Diseña estrategias de promoción para posicionar los huevos en el mercado, desarrollando campañas publicitarias y gestionando la interacción con los clientes. Será el responsable de la distribución de los productos, asegurando que lleguen en óptimas condiciones a los puntos de venta o consumidores finales.

Encargado del transporte y entrega del producto

Tiene la responsabilidad de la entrega y recogida del producto tanto a nivel local y a nivel nacional. Sus responsabilidades incluyen, entre otras, cargar el vehículo, descargarlo en el punto de entrega, hacer el recorrido y realizar el mantenimiento básico del vehículo. Manteniendo así el producto en excelentes condiciones para la entrega al cliente final.

Contador (servicios externos). Este profesional prestará servicios puntuales mensuales relacionados con la contabilidad, como elaboración de balances financieros, control de gastos, y proyecciones económicas. El salario del contador se calculará en función de la frecuencia de servicios requeridos, que se estima serán necesarios dos veces al mes, aproximadamente cada 15 días, para realizar elaboración de presupuestos, control y revisión de gastos. El pago se realizará según la tarifa acordada por cada servicio prestado.

Veterinario (servicios externos). Brindará atención médica cuando sea necesario, supervisando la salud de las aves y aplicando tratamientos o vacunas en situaciones específicas. De esta forma el salario mensual será de acuerdo con lo pactado entre las partes por la cantidad de servicios prestados en el mes ya que no se requiere visitas constantes.

Nuestro equipo está capacitado en cada área de la granja avícola siendo esta la clave para alcanzar los logros y objetivos propuestos por nuestra empresa. Con su experiencia y dedicación, estamos seguros de que podremos superar nuestros objetivos y consolidar nuestra posición en el mercado.

Gracias a este equipo altamente capacitado y comprometido, la familia Avi Huevos Orgánicos seguirá creciendo y ofreciendo productos de excelente calidad que contribuyen al bienestar y salud de nuestros consumidores. Nuestro compromiso con la calidad y la sostenibilidad es absoluto, y estamos convencidos de que nuestro equipo nos permitirá, mantener los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria.

Tabla 10*Salario de empleados*

N° Nombre	Cargo	Sueldo básico	Sub.Transporte	Total ganado	Salud 4%	Pension 4%	Líquido a pagar
1 Ruth López	Administradora	\$ 1,650,000.00	\$ -	\$ 1,650,000.00	\$ 52,000.00	\$ 52,000.00	\$ 1,546,000.00
2 Pedro Pérez	Alimentador	\$ 1,300,000.00	\$ 162,000.00	\$ 1,462,000.00	\$ 52,000.00	\$ 52,000.00	\$ 1,358,000.00
3 Carmen Mejía	Alimentadora	\$ 1,300,000.00	\$ 162,000.00	\$ 1,462,000.00	\$ 52,000.00	\$ 52,000.00	\$ 1,358,000.00
4 Carlos Galán	Limpieza	\$ 1,300,000.00	\$ 162,000.00	\$ 1,462,000.00	\$ 52,000.00	\$ 52,000.00	\$ 1,358,000.00
5 Lucía Castro	Recolector/Clasificador	\$ 1,300,000.00	\$ 162,000.00	\$ 1,462,000.00	\$ 52,000.00	\$ 52,000.00	\$ 1,358,000.00
6 Flor Ruiz	Recolector/Clasificador	\$ 1,300,000.00	\$ 162,000.00	\$ 1,462,000.00	\$ 52,000.00	\$ 52,000.00	\$ 1,358,000.00
7 Carolina Mejía	Vendedora	\$ 1,300,000.00	\$ 162,000.00	\$ 1,462,000.00	\$ 52,000.00	\$ 52,000.00	\$ 1,358,000.00
8 Juan Mendez	Transportador	\$ 1,300,000.00	\$ 162,000.00	\$ 1,462,000.00	\$ 52,000.00	\$ 52,000.00	\$ 1,358,000.00
9 Rosa Pérez	Veterinaria	\$ 600,000.00	\$ -	\$ 600,000.00	\$ -	\$ -	\$ 600,000.00
10 Claudia Polo	Contadora	\$ 800,000.00	\$ -	\$ 800,000.00	\$ -	\$ -	\$ 800,000.00
Total							\$ 12,452,000.00

Fuente. Autoría propia

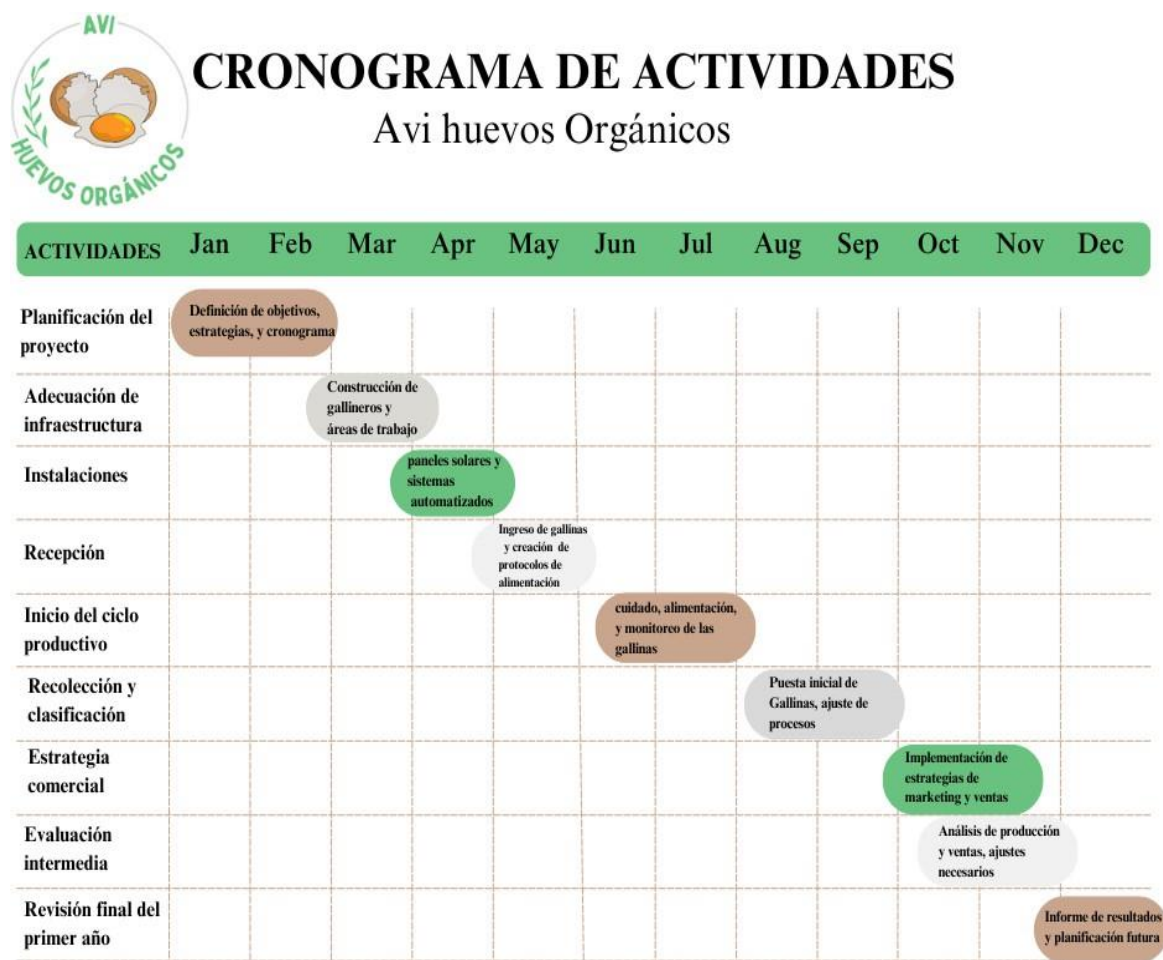
En la tabla 6 se observa la lista de empleados con cargos y el porcentaje de aportes de seguro y pensión y el total de líquido a pagar.

Cronograma de actividades

El cronograma de actividades para Avi Huevos Orgánicos es una herramienta fundamental que nos permite visualizar y planificar de manera clara y ordenada las tareas necesarias para llevar a cabo el proyecto durante el primer año. Al establecer un orden cronológico de ejecución, podemos garantizar que cada actividad se realice en el momento adecuado, asegurando así el cumplimiento de nuestros objetivos y la ejecución exitosa del proyecto.

Figura 11

Cronograma de actividades



Fuente. Autoría Propia
Proyecciones de ingresos

Una proyección de ingresos es una estimación de los ingresos que una empresa espera generar en un período específico. Es una parte fundamental de cualquier plan financiero y se basa en datos históricos, tendencias actuales y estrategias de marketing.

Las proyecciones de ingresos para Avi Huevo Orgánico se basan en una producción diaria de 1.500 huevos, con un precio de venta promedio por huevo de acuerdo con la categoría. Con una demanda y volumen de ventas estimados en 100% de la producción, de esta forma se proyectarán ingresos anuales.

A continuación, les mostraremos una tabla 11 con los ingresos que se tendrían mensuales de la primera postura de las gallinas teniendo en cuenta que el porcentaje promedio de huevos AAA sería de 60% mientras que el de AA sería de 40% y el costo de venta de huevos por unidad.

Tabla 11

Ingresos mensuales de huevos

Producto	Cantidad	Precio unitario	Ingreso total
Huevos AAA	27.000	\$1.000	\$27.000.000
Huevos AA	18.000	\$700	\$12.600.000
Ingresos totales mensuales			\$39.600.000

Fuente. Autoría propia

Según nuestra proyección financiera, los ingresos mensuales por la venta de huevos orgánicos alcanzarían un total de \$39.600.000 por unidad. Estos ingresos son viables y sostenibles para el proyecto, ya que nos permitirán cubrir nuestros costos fijos y demás responsabilidades financieras, asegurando así el funcionamiento óptimo y rentable de nuestro negocio de huevos orgánicos.

A continuación, mostrare las proyecciones de ingresos anuales por tres

Producción de huevos

$1,500 \text{ gallinas} \times 1 \text{ huevo diario} \times 365 \text{ días} = 547,500 \text{ huevos anuales.}$

Distribución por categoría

AAA: 60% → 328,000 huevos anuales.

AA: 40% → 219,000 huevos anuales.

Precio

AAA c/u a \$1,000

AA c/u a \$700.

Venta de gallinas al finalizar su ciclo (80 semanas).

Las gallinas se venden a \$15,000 cada una al término de 80 semanas.

Cada año incluye una rotación de población al finalizar el ciclo productivo.

Crecimiento del negocio

Incremento anual del 10% en ventas por mejoras en producción y expansión.

Proyecciones de ventas (huevos y gallinas)

Para consolidar nuestro crecimiento y aumentar nuestra producción, hemos establecido un plan de expansión a tres años, donde incrementaremos la cantidad de gallinas en un 10% durante cada ciclo de producción. Esto nos permitirá aumentar nuestra producción de huevos orgánicos y, consecuentemente, nuestras ventas. A través de estas proyecciones de ventas, esperamos alcanzar un crecimiento sostenible y rentable, consolidando nuestra posición en el mercado de huevos orgánicos de alta calidad

Tabla 12

Proyección año 1

Producto	Cantidad	Precio Unitario	Ingresos Totales
Huevos AAA	328,000	\$1,000	\$328,000,000
Huevos AA	219,000	\$700	\$153,300,000
Total, Huevos	-	-	\$481,300,000
Venta de gallinas	1,500	\$15,000	\$22,500,000
Ingresos totales Año 2025	-	-	\$503,800,000

Fuente. Autoría propia

Tabla 13*Proyección año 2*

Producto	Cantidad	Precio Unitario	Ingresos Totales
Huevos AAA	360,800	\$1,000	\$360,800,000
Huevos AA	240,900	\$700	\$168,630,000
Total, Huevos	-	-	\$529,430,000
Venta de gallinas	1,500	\$15,000	\$22,500,000
Ingresos totales Año 1	-	-	\$551,930,000

*Fuente. Autoría propia***Tabla 14***Proyección año 3*

Producto	Cantidad	Precio Unitario	Ingresos Totales
Huevos AAA	396,880	\$1,000	\$396,880,000
Huevos AA	264,990	\$700	\$185,493,000
Total, Huevos	-	-	\$582,373,000
Venta de gallinas	1,500	\$15,000	\$22,500,000
Ingresos totales Año 3	-	-	\$604,873,000

*Fuente. Autoría propia***Tabla 15***Resumen de proyecciones*

Año	Ingresos Huevos	Ingresos Gallinas	Ingresos Totales
Año 1	\$503,800,000	\$22,500,000	\$526,300,000
Año 2	\$551,930,000	\$22,500,000	\$574,430,000
Año 3	\$604,873,000	\$22,500,000	\$627,373,000

Fuente. Autoría propia

En las anteriores tablas se muestran las proyecciones a tres años de la empresa avi huevos orgánicos estos son un análisis que permite estimar el desempeño financiero de una empresa o proyecto en el futuro.

Análisis de la proyección

La proyección de ingresos para los próximos tres años muestra un crecimiento sostenible y rentable para Avi Huevos Orgánicos. El aumento del 10% en la cantidad de gallinas durante cada ciclo de producción se traduce en un incremento significativo en los ingresos totales. En el primer año, los ingresos totales ascienden a \$526.300.000, con un crecimiento del 9,6% en el segundo año, alcanzando un total de \$574.430.000. En el tercer año, los ingresos totales llegan a \$627.373.000, lo que representa un crecimiento del 9,8% con respecto al año anterior. Es importante destacar que el ingreso por la venta de gallinas se mantiene constante en \$22.500.000 durante los tres años, lo que sugiere que la empresa está enfocada en la producción y venta de huevos orgánicos como su principal fuente de ingresos.

En general, la proyección de ingresos muestra un crecimiento sólido y sostenible para Avi Huevos Orgánicos, lo que sugiere que la empresa está en camino de alcanzar sus objetivos de crecimiento y rentabilidad.

Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento son los recursos o medios que se utilizan para obtener los fondos necesarios para llevar a cabo actividades, proyectos o inversiones. Las fuentes de financiamiento son las vías que utilizan las empresas para conseguir los recursos financieros necesarios y realizar su operación.

Para la puesta en marcha de nuestro proyecto de gallinas ponedoras sostenibles, es fundamental contar con una fuente de financiamiento sólida. Nuestro proyecto se centra en la

producción de huevos orgánicos, y para lograrlo, necesitamos invertir en la adquisición de gallinas ponedoras, la construcción de un gallinero sostenible y la compra de equipo y suministros necesarios.

La inversión inicial es un paso crucial para el lanzamiento de nuestro proyecto. Por lo tanto, es esencial que identifiquemos y exploremos todas las opciones de financiamiento disponibles, capital inicial, como créditos bancarios, inversiones de socios, entre otras. Al contar con una fuente de financiamiento adecuada, podremos asegurar el éxito y la sostenibilidad de nuestro proyecto a largo plazo.

La fuente de financiamiento para el proyecto de avi huevos orgánicos es fundamental para su éxito. En este caso, se ha identificado una fuente de financiamiento que permitirá cubrir los costos iniciales y de operación del proyecto.

Tabla 16

Fuentes de financiamiento

Concepto	Monto	plazo	Tasa de interés anual
Capital propio	\$100.000.000	-	-
Crédito bancario	\$70.000.000	4 años	15%
Inversión de socios	\$50.000.000	-	-
Total	\$220.000.000		

Fuente. Autoría propia

En la tabla 16 se muestra la fuente de financiamiento de la empresa Avi huevos orgánicos los cuales son un recurso o medio para obtener capital y respaldar las actividades financieras de la empresa.

La estructura de financiamiento para el proyecto de producción de huevos orgánicos parece ser sólida, con un 45% de capital propio, lo que indica que los propietarios tienen una participación significativa en el proyecto y están comprometidos con su éxito. El crédito

bancario de \$70.000.000 representa el 32% del total, lo que es una proporción razonable y no excesivamente alta. Esto sugiere que el proyecto tiene un buen nivel de solvencia y capacidad de pago. La inversión de socios de \$50.000.000 representa el 23% del total, lo que es una contribución significativa y muestra que hay interés y confianza en el proyecto por parte de los socios.

En general, la estructura de financiamiento parece ser equilibrada y razonable, lo que sugiere que el proyecto tiene una buena viabilidad financiera. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la viabilidad del proyecto también depende de otros factores, como la demanda del mercado, la competencia, la gestión y la eficiencia en la producción.

Conclusiones

En conclusión, el proyecto Gallinas Ponedoras Sostenibles es una iniciativa que busca promover la producción de huevos de manera sostenible, respetuosa con el medio ambiente y garantizando el bienestar animal. La granja de gallinas ponedoras sostenibles es un proyecto innovador que busca combinar la eficiencia económica con la protección del medio ambiente y el bienestar animal. (FAO 2020) y (ICA,2023). Este proyecto tiene el potencial de convertirse en un modelo replicable para la industria avícola y contribuir a la construcción de un futuro más sostenible.

En definitiva, con este proyecto de emprendimiento social Avi-huevos orgánicos busca dar la oportunidad de empleo a madres cabeza de hogar mejorando su calidad de vida, y de esta forma creando alternativas enfocadas en prácticas sostenibles que incentiven a los demás avicultores a una alimentación, cuidado y bienestar animal para la producción de huevos más naturales sin tantos concentrado y químicos que contaminan el medio ambiente y la salud de los consumidores. Satisfacer estas necesidades de manera efectiva puede ayudar a asegurar la viabilidad y sostenibilidad a largo plazo del emprendimiento social. Es crucial tener una planificación integral y estar preparado para adaptarse a los cambios y desafíos que puedan surgir.

Cuando hablamos de sostenibilidad en producción animal bien sean Gallinas ponedoras, granja de pollos u otra modalidad, nos referimos a una manera de producir con responsabilidad y con la que se asegure el mantenimiento de la actividad. Según (avicolascana 2006). El bienestar animal, es fundamental para el desarrollo pecuario del país en todas las líneas de producción (ICA,2023).

Una alimentación y una agricultura sostenibles se basa en que los alimentos son nutritivos y accesibles para todos y en que los recursos naturales se gestionan de tal forma que se preservan las funciones de los ecosistemas para responder a las necesidades humanas del presente y el futuro. FAO (2017). La producción sostenible en la agricultura.

Como conclusión, se puede decir que el análisis de mercados es una herramienta importante que ayuda al empresario a conocer las necesidades y expectativas de sus clientes, así como a tener un conocimiento más preciso y amplio de su competencia, con la finalidad de idear estrategias que le permitan mantenerse o mejorar su posicionamiento en el mercado actual. El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa el producto en el mercado específico.

Al realizar el análisis de mercado tenemos la ventaja de obtener la información necesaria sobre el sector en el cual la empresa desea participar y de esta forma tomar decisiones oportunas y rentables para el negocio de Avi huevos orgánicos.

El Modelo de negocio es la razón de ser de un proyecto empresarial. La metodología Canvas de Osterwalder y Pigneur le permite al emprendedor visualizar mediante nueve bloques los aspectos externos e internos, en los que interactuara el negocio, validando de esta forma la idea empresarial.

Las proyecciones financieras son una herramienta fundamental para que las empresas planifiquen su futuro y tomen decisiones informadas. De esta forma la empresa Avi huevos orgánicos podrá predecir los ingresos, gastos y flujo de efectivo, para que de esta forma pueda tomar decisiones más informadas y asegurarse de que están en el camino correcto para alcanzar sus objetivos.

Referencias bibliográficas

Análisis y estrategias de mercadeo (2024)

<https://youtu.be/sZdVinUQPw8?si=BWLo6lBMyuWrAR80>

Bienestar animal OMSA (2022) Organización Mundial de Sanidad

Animal.<https://seleccionesavicolas.com/wp-content/uploads/2018/12/20-PROD->

HUEVOS-noticias-OIE-normas-bienestar-gallinas-ponedoras-SA201812.pdf Y

https://rr-americas.woah.org/app/uploads/2022/05/08_spa-suzannemillman_welfare-and-laying-hens-production-systems.pdf

Bienestar animal ICA (2023) Instituto Colombiano Agropecuario

<https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/El-ICA-avanza-en-extensi%C3%B3n-agropecuaria-con-bienestar-animal.aspx>

Camacho Rodríguez, L. D., & Rodríguez Riaño, A. P. (Eds.). (2024). El perfil emprendedor.

Sello Editorial UNAD. <https://doi.org/10.22490/>

DANE /https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/bolivar/san_jacinto.pdf

Fases de la metodología desing thinking (<https://designthinking.es/que-es-design-thinking/Y>

<https://designthinkingespaña.com/lienzo-de-propuesta-de-valor>)

FENAVI (2020) Federación Nacional de Avicultores de Colombia

<https://fenavi.org/publicaciones-programa-ambiental/guia-rapida-estrategia-fenavi-para-la-sostenibilidad-avicola/>

Galindo, G. (2019). El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados; Desing

Thinking: a technique that conquers new markets. Grado Cero, 1 (2019)

<https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/858>

La producción sostenible en la agricultura FAO. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación <https://www.fao.org/sustainability/background/es/>

<https://www.fao.org/faolex/results/details/es/c/LEX-FAOC208015/>

Level Communications, H. Maciá, F. (Dir.) & Santoja, M. (Dir.). (2018). Marketing en redes sociales. Difusora Larousse - Anaya Multimedia. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932)

Objetivos de desarrollo sostenible ODS 9, 12 (2015)

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Peña Huaytalla, E. (2019). Desing Thinking - 3. Universidad Continental; Repositorio

Institucional-Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/6673>

Preservación de las especies y sostenibilidad Fukumoto, (2009)

<https://www.redalyc.org/journal/437/43768194022/html/#:~:text=Oportunidades->

,La%20avicultura%20de%20traspasio%20contribuye%20al%20desarrollo%20equilibra
do%20del%20territorio,muchos%20gobiernos%20en%20la%20actualidad.

Sánchez de Puerta, P. (2019). Fundamentos del plan de marketing en marketing. COMM025PO.

IC Editorial. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250>

Apéndices

Apéndice A

Galpón de María González



Apéndice B

Galpon de Oscar Lancheros



Apéndice C

Galpón de Daney León



Apéndice D

Galpón de Jorge Carrillo



Apéndice E

Galpón de Jhon Anzola



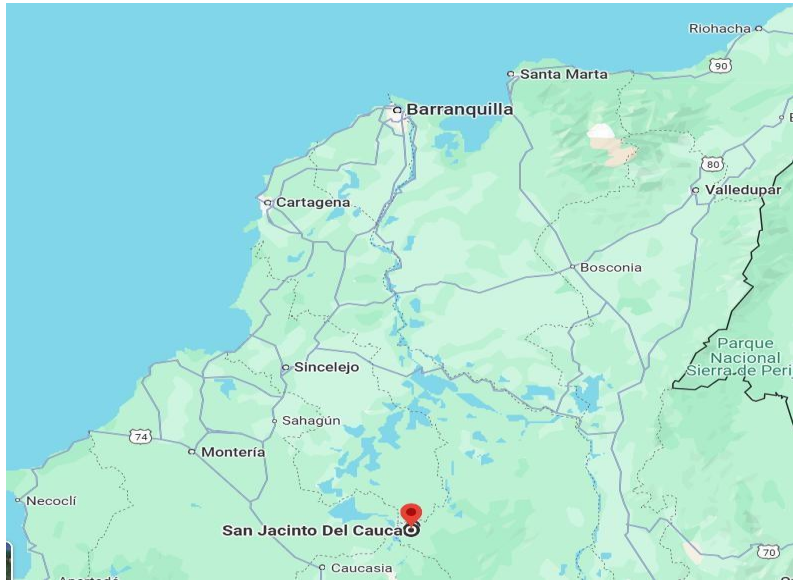
Apéndice F

Municipios vecinos



Apéndice G

Departamentos cercanos



Fuente. Google maps