



Observaciones ID 112496 - ID 112834

Desde fondoemprender <fondoemprender@sena.edu.co>

Fecha Mié 03/12/2025 11:28 PM

Para Jairo Alejandro Munar Mercado <jmunarm@sena.edu.co>

CC Claudia Milena Hoyos Torres <cmhoyos@sena.edu.co>; Genny Andrea Garcia Pereira <ggarciap@sena.edu.co>; Maria Dimelza Del Rosario Rodriguez <mdrrodriguez@sena.edu.co>

Buenos días,

Estimado Evaluador (a)

De acuerdo con el cronograma de las convocatorias en proceso de evaluación, se envía observación realizada a un plan de negocios el cual estuvo a su cargo la evaluación:

Se solicita cumplir los lineamientos establecidos por parte del SENA para la respuesta.

En su OneDrive se encuentra una carpeta de color azul, denominada "RESPUESTA A OBSERVACIONES" con la información a construir. Solicitamos la respuesta de manera oportuna.

Observación presentada:

ID: 112496

Evaluador: JAIRO ALEJANDRO MUNAR MERCADO

Observación del postulante:

Componente Comercial: 1 Análisis de competidores regionales e institucionales Se incorporaron competidores de Boyacá, Santander, Antioquia y Cundinamarca que comercializan huevo y cerdo en pie a nivel regional También se incluyeron: Grandes mayoristas Empresas avícolas regionales Proveedores institucionales (restaurantes escolares, compras públicas, mercados campesinos regionales) Con esto se amplía el panorama competitivo y se explica por qué la cooperativa tiene una oportunidad de crecimiento basada en: Cercanía geográfica Modelo solidario Costos competitivos Producción con trazabilidad y prácticas sostenibles Enfoque territorial Lealtad comunitaria 2 Estrategia de acceso a nuevos mercados Se incluyeron acciones específicas: Participación en Compras Públicas Locales (Ley 2046 de 2020) Alianzas con tiendas y restaurantes en Borbur, Chiquinquirá, Otanche, Pauna y Tunja Acuerdos comerciales con mercados campesinos regionales Venta a institucionales (restaurantes escolares municipales) Fortalecimiento de la marca colectiva Presencia en ferias y festivales productivos Comercialización por WhatsApp Business y redes sociales 3 Segmentación y metas por canal Ahora el plan incluye metas de ventas separadas para: Canal institucional Canal mayorista Canal minorista Mercado local directo Cada uno incluye frecuencia, ticket promedio, capacidad de compra y volumen semanal 4 Presupuesto de marketing coherente Ahora el plan asigna presupuesto específico para: Diseño de marca Fotografía de producto Material POP Ferias y eventos Gestión comercial Redes sociales Estas mejoras fortalecen completamente el componente 12 Componente Técnico El informe reconoce un flujo de producción bien estructurado y un plan de personal robusto Para dar mayor claridad técnica, se ampliaron y justificaron los siguientes aspectos: 1 Coherencia entre tiempos productivos y costos por ciclo Se corrigieron y detallaron: Tiempos de levante y postura Tiempos de ciclo para cerdo en pie Costos de insumos por etapa Consumo de alimento por ave y por cerdo Frecuencia de vacunación, desparasitación y suplementos Rendimientos proyectados por lote Esto permite demostrar la relación directa entre el volumen de producción y las ventas 2 Capacidad productiva de la infraestructura solicitada El equipo e infraestructura se detalló incluyendo: Capacidad de los galpones (número de aves por metro cuadrado según ICA) Rendimiento esperado por ave en postura Capacidad de los corrales para porcinos Aforo del vehículo para transporte rural Aforo de bandejas y cubetas por semana Capacidad de la balanza digital Cada equipo incluye ahora: Especificación técnica Capacidad productiva Razones para el escalamiento Costo unitario Relación con el volumen de ventas 3 Justificación técnica de la inversión Cada rubro está vinculado a: Necesidades reales del proceso Cumplimiento de normas ICA de bioseguridad Continuidad del ciclo productivo Incremento de la eficiencia Reducción de pérdidas 4 Formación técnica para los 16 asociados Se detalló un plan de formación obligatorio en: BPP avícolas y porcinas Bioseguridad ICA Nutrición y manejo animal Clasificación de huevo Gestión administrativa y solidaria SG-SST rural Herramientas digitales Gestión ambiental Liderazgo cooperativo Estas formaciones se desarrollarán con SENA, UMATA, Cámara de Comercio, Secretaría de Agricultura y Actores tenidos en cuenta 13 Componente Legal Atendiendo las observaciones: 1 Claridad sobre permisos requeridos Se explica con fundamento normativo que: NO SE REQUIERE INVIMA Para huevo fresco Para cerdo en pie Porque no son productos transformados Lo que sí se requiere, y ya está incluido, es: Cumplimiento de BPP Bioseguridad ICA Registro de predio pecuario SG-SST básico Normas municipales Trazabilidad interna 2 Relación de debilidades del DOFA con la inversión solicitada Cada debilidad se vinculó a: Formación Equipos Infraestructura Capital de trabajo 3 Rigor técnico-productivo Ahora se evidencia la capacidad de operación mediante: Roles técnicos del equipo Soporte institucional Experiencia previa Capacitación continua 14 Componente Financiero Atendiendo la observación: 1 Coherencia entre

ejecución y proyecciones Distribución del capital de trabajo Ciclos productivos continuos Activación de equipos Cronograma de producción Flujo de caja operativo Gastos laborales posteriores al apoyo FE 2 Sostenibilidad del empleo después de Fondo Emprender Se incluyeron fuentes claras: Ventas crecientes por contrato institucional Mayor producción con infraestructura nueva Diversificación de canales Programa de compras locales 3 Matriz de riesgos ampliada Incluye riesgos: Sanitarios De mercado Climáticos Institucionales Financieros Operativos Con medidas concretas de mitigación 15 Componente Impacto Se ampliaron: Indicadores sociales cuantificados Beneficios directos a los 16 asociados Formalización de familias que antes dependían de la guaquería Impactos ambientales medibles Relación impacto-inversión solicitada Todo esto refuerza la sostenibilidad a largo plazo Agradezco el informe de evaluación emitido y el reconocimiento de la viabilidad del proyecto De manera atenta, presento la ampliación, aclaración y fortalecimiento de los puntos señalados, demostrando que la cooperativa sí desarrolló los aspectos evaluados, y que la inversión solicitada es coherente con la capacidad productiva, técnica, comercial, legal y financiera del proyecto El 95% son ex mineros artesanales de esmeralda

Observación presentada:

ID: 112834

Evaluator: JAIRO ALEJANDRO MUNAR MERCADO

Observación del postulante:

Componente Comercial: Nuestros clientes foco priorizados son los industriales de la producción de huevo nacional. Población de gallinas año 2024 son 56'000.000 en Colombia. creció 9,5 % el sector. Nuestra producción proyectada corresponde a 10.000 aves ciclo de 5 meses. 16 semanas de levante y 1 mes de limpieza, desinfección, lavado, alistamiento y descanso. Dentro de las necesidades insatisfechas de los clientes del centro del país está la baja oferta de aves libres de Salmonella. Los precios de venta de nuestro producto para facilitar la penetración al mercado está entre \$25.000 y \$26.000. El mercado actual \$27.000. COMPONENTE TÉCNICO: La unidad de peso de nuestro subproducto pollinaza es lona de 40 kilos. COMPONENTE LEGAL: La consideración territorial USO DE SUELO Subgrupo A3 AGROPECUARIO Rural determina de alto impacto áreas construidas mayores a 750 metros cuadrados. nuestro proyecto está por debajo de 700 metros. La consideración ambiental de CORPOBOYACA considera habilitado el proyecto 1- la fuente de agua de las aves es de acueducto rural. 2- No hay tala de arboles. 3- No se generan aguas residuales. COMPONENTE FINANCIERO: Se obviaron costos de energía eléctrica por la implementación de paneles solares y los valores de teléfono y papelería no son relevantes.

Fecha de entrega en cumplimiento del lineamiento: Jueves 04 de diciembre de 2025. Hora 3: 00 pm del día.

Equipo Evaluación Fondo Emprender