

Valorar y Analizar un Plan de Negocio Basado en la Creación de una Empresa Avícola: El Señor Pollo S.A.S

Juan Esteban Vargas Oviedo

I. RESUMEN

Una granja avícola es aquella empresa dedicada a la producción y comercialización de pollos, puede ser una sola operación, solo producir o solo comercializar. Dicha granja cuenta con un espacio específico para cuidar y criar el cual se conoce como galpón, en donde se almacenan, alimentan y resguardan los pollos.

Los procesos desarrollados allí requieren una serie de parámetros y de estándares para garantizar un adecuado engorde; se requiere una inversión proporcional a la cantidad que se quiera producir o comercializar ya que de eso dependen los insumos, activos fijos y costos en general del proceso.

II. PALABRAS CLAVE

Pollo Campesino, Producción, Comercialización, Engorde, Galpón.

III. ABSTRACT

A poultry farm is an enterprise engaged in the production and marketing of chickens can be a single operation, or only produce only market. This farm has a specific space to care for and raise which is known as warehouse, where they are stored, feed and shelter the chickens.

Este trabajo ha sido apoyado y guiado por el Ingeniero Financiero Jaime Adolfo Romero Perdomo (Docente), Agradecimientos al Programa de Ingeniería Financiera, Universidad Piloto de Colombia Seccional Alto Magdalena, especialmente al Tutor, guía y Líder Decano Andrés Felipe Ortiz Zamora.

The processes developed there require a number of parameters and standards to ensure proper fattening; proportional to the quantity to be produced or marketed since that depend inputs, fixed assets and costs overall investment process is required.

IV. KEYWORDS

Chicken Farmer, Production, Marketing, Fattening, shed

V. INTRODUCCIÓN

Este documento tiene como función mostrar los resultados obtenidos por los estudios realizados previo a la creación de la empresa EL SEÑOR POLLO S.A.S y los cuales proporcionan una clara idea del sector avícola, puesto que muestra las oportunidades del mercado para incurrir en este.

Primero se refiere a la región del Alto Magdalena ya que esta no cuenta con una granja productora y comercializadora de pollo campesino reconocida, y esta necesidad ha sido satisfecha por empresas con locacion en otras ciudades, haciendo presencia unicamente con un punto de venta en frio, es decir donde llega y se distribuye el pollo, y por dicha movilización el precio del pollo tiene incluido el costo de transporte, o tambien por los pedidos programados se pierden las ventas esporadicas lo que da nacimiento a una oportunidad de negocio.

Es fundamental analizar el modelo de negocio que se utilizo para implementar este proyecto, se refiere al modelo canvas (The business model canvas) y para desarrollarlo fue necesario realizar distintos estudios estrategicos financieros como lo son el plan estrategico, el plan de mercado, el plan economico financiero, y el plan de producción y distribución.

PLAN ESTRATEGICO

MISION

Ser una empresa productora y comercializadora de pollos campesinos comprometida con la higiene de nuestro producto, y el bienestar del consumidor final, caracterizándose por la innovación al tener un producto con valor agregado debido a su proceso de engorde natural con un alto estándar de calidad y un servicio formal con calidad humana.

VISION

En un trienio aumentar la capacidad productiva, siendo una empresa líder en la producción y comercialización de pollo campesino, reconocida en el sector avícola por los altos estándares de calidad en cuanto al producto y al servicio se refiere, y también por el compromiso con nuestros clientes demostrando una estrategia comercial y financiera definida.

PLAN DE MERCADO

Se realizó un estudio de mercado basando en una encuesta aplicada en la región del alto magdalena a los supermercados de estratos socio-economicos uno, dos y tres, la cual nos ayudó a identificar cantidades de compra, frecuencias de compra, precios de compra, preferencias de compra, los gustos y las necesidades en cuanto al producto y al servicio se refiere.

Por lo anterior plantemos una base de datos con el fin de tener un estandar de clientes, de producto, de servicio y los costos en los cuales se incurre en todos los procesos, con el fin de brindar alta calidad de servicio y así conseguir liderazgo en el mercado.

La encuesta aplicada tiene comprobación en los anexos. Y esta tiene como fin demostrar las preferencias puntualmente de los consumidores finales, para así mismo idear un producto especializado, a la medida de los clientes.

Según la revista dinero Colombia esta consumiendo mas carne de pollo que de res o de cerdo, convirtiendose en el alimento predilecto y favorito por las familias.

Y la pagina de sectores de inversion muestra el crecimiento per capita del consumo de pollo en colombia lo que refleja una gran oportunidad de entrar al mercado

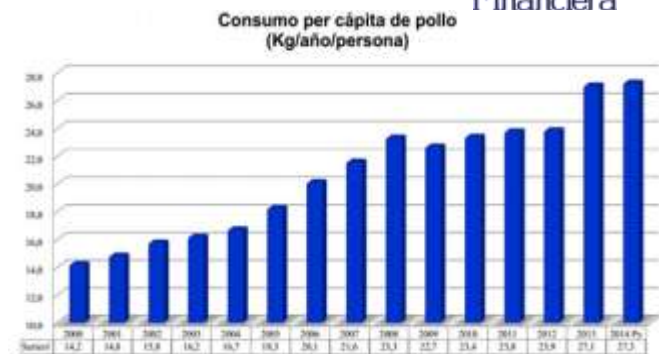


Fig 1. Consumo per cápita de pollo en Colombia. Sectores de inversión. 9 Ref

PLAN ECONOMICO FINANCIERO

Se hizo un estudio de la demanda del pollo campesino, del pollo entero amarillo para determinar los precios de venta del producto final, además de buscar satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto al como prefieren el producto, esto permitio saber que se va a vender, el costo, el precio de venta y por consiguiente su margen de beneficio.

PLAN DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Después de conocer los procesos de la producción y comercialización del pollo campesino, y teniendo en cuenta el mercado, la oferta, la demanda y las necesidades de los clientes pasamos a realizar un plan que nos permita ejecutar de la mejor manera dichos conocimientos.

Por ello se creó un plan estratégico que inicia en la producción ya que se brindan estándares de salubridad a los clientes al mejorar los procesos, en resumen, se plantea como una atracción de compra a una producción sana.

En cuanto a la distribución se enfatiza en un buen servicio, fundamentado por la calidad de atención, con puntualidad y al momento del trato mucha formalidad, ahora bien en la negociación intentamos crear lazos comerciales más allá de solo vender y por consiguiente realizamos un seguimiento que nos permita auto corregirnos y garantizar la satisfacción de nuestros clientes.



Fig. 2. Grafico del modelo canvas (The business model canvas) mostrando los nueve momentos de contacto. 7. Ref

Primero se requiere tener una propuesta de valor o un valor agregado del producto, despues de eso establecer las relaciones comerciales, las cuales permitiran proponer rutas de negociaci3n con los clientes.

Con efecto de promocionar el producto y la empresa se desarrollan actividades de comercializaci3n tales como creaci3n de redes sociales, publicidad, entre otras, con el objetivo de crear redes de socios y de clientes.

Luego se siguen una serie de procedimientos para resaltar la manera en que se tienen los nueve momentos claves del negocio; inicialmente se trata de saber a quien va dirigido el producto y en que segmento del mercado se va a incurrir, de esta manera se tendr3 un mayor enfoque para implementar estrategias especificas.

Puntualmente se habla de los supermercados de estratos socio econ3micos 1, 2 y 3 cuyos principales clientes sean las personas con bajo poder adquisitivo.

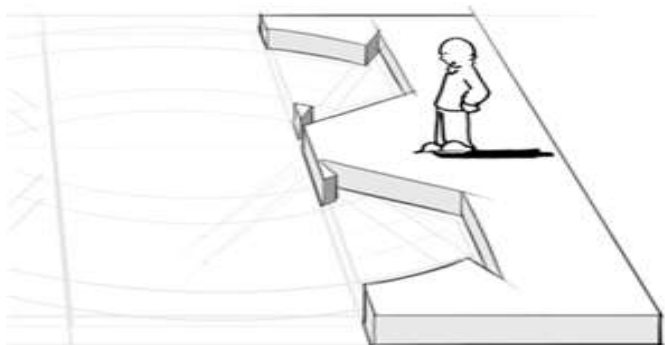


Fig. 3. Segmentaci3n de clientes: Momento uno del modelo Canvas. 7. Ref

Luego se da a conocer el valor agregado del producto, analizando mejor las necesidades de producto, servicio. Se habla especificamente de la venta de pollo campesino entero amarillo, con las viseras dentro, el cual cuenta con una crianza de buen tama1o asequible, de buen color, olor y sabor.

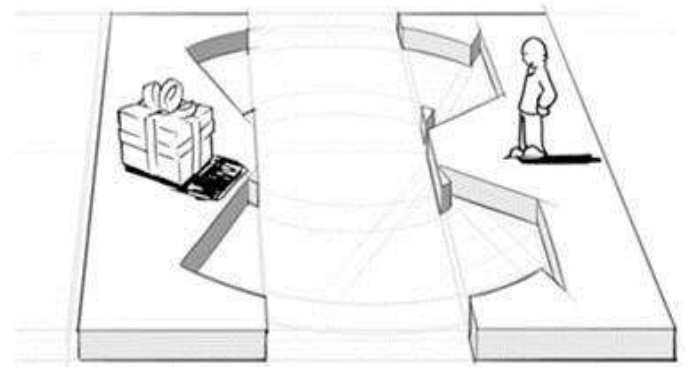


Fig. 4. Propuesta de Valor: Momento dos del modelo Canvas. 7Ref

A la hora de la distribuci3n del producto se hacen visitas o acuerdos previos administrador con los compradores, con el objetivo de generar una buena comunicaci3n y lograr convenios de entrega del producto, descuentos o acuerdos de pago. La distribuci3n se har3 en moto carguera, una moto con trailer cuya capacidad es de cuatrocientos cincuenta pollos promedio, embalados en canastillas dentro de bolsas contramarcadas. Los pedidos se entregar3n seg3n los acuerdos con el cliente.

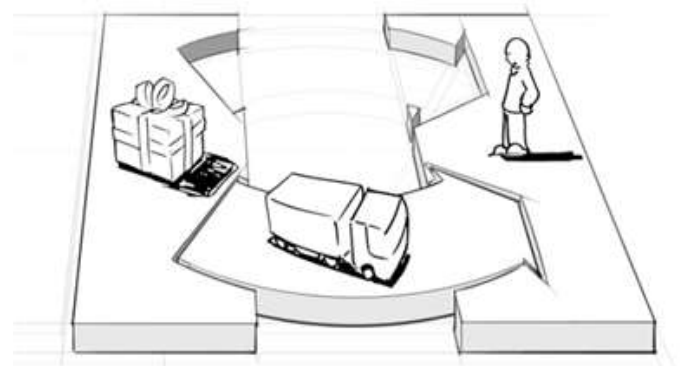


Fig. 5. Canales de Distribuci3n: Momento tres del modelo Canvas. 7Ref

Se intenta plantear una relacion con el cliente basada en la confianza, puntualidad y formalidad dando asi un valor



agregado más, esta vez en el servicio con el objetivo de fidelizar clientes y crear buen nombre.

La relación con el cliente es vital en la apertura o posicionamiento de mercado por eso ofreceremos un producto que guste tanto al cliente como al consumidor final y también brinde beneficios en la compra, con puntualidad y formalidad.

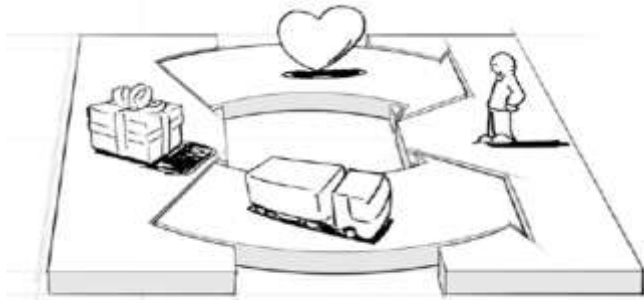


Fig. 6. Relación con el Cliente: Momento cuatro del modelo Canvas. 7Ref

Es ideal conocer las fuentes de ingreso para tener claro como se obtienen puntualmente los ingresos, pero también es necesario dejar en claro los costos, para deducir las utilidades del negocio.

Se refiere a las ventas que se generarán con la implantación del proyecto en su totalidad; una capacidad productiva de 1000 pollos en un promedio de 45 a 49 días pero con una tasa promedio de 8% de mortalidad por lote, lo que significa 80 pollos, lo que significará una utilidad oscilante en los COP 17.600.000; los pagos serían de manera inmediata puesto que es la manera acotrubrada de pagar o despues de tres dias, según lo acordado y las necesidades de el vendedor y el comprador.

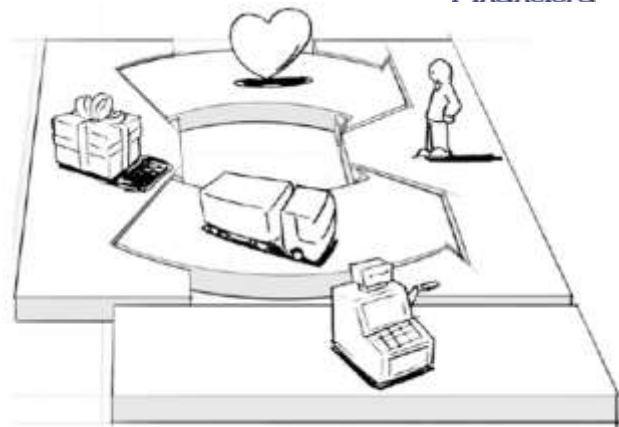


Fig. 7. Fuentes de Ingreso: Momento cinco del modelo Canvas. 7Ref

Los recursos clave son todos aquellos recursos que permiten que la empresa sobresalga o sea mas eficiente que las demás denotando un valor diferenciador en sus procesos.

El recurso clave de la empresa seria la locación ya que al ser situado en la región del alto magdalena para el abastecimiento de la misma, podemos ofrecer un producto más puntual, con un marketing directo y las entregas serían en menor tiempo.

Por otra parte las actividades clave son todas aquellas actividades que permitan desarrollar el valor agregado de la empresa para mejorar su competitividad y generar atracción.

Las actividades clave se basan en la producción y distribución al ser un producto con estándares de salubridad, y en la entrega al ser un servicio puntual y con seguimiento post-compra para comprobar la satisfacción de los clientes.

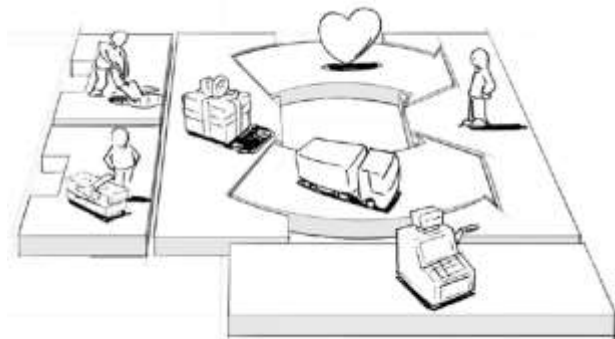


Fig. 8 Recursos Clave – Actividades Clave: Momento seis y siete del modelo Canvas respectivamente. 7Ref

La creación de una red comercial es básica para las negociaciones tanto con socios que nos ofrezcan beneficios para la compra de insumos como para los clientes potenciales y poder llegar a acuerdos de precios y costos con beneficios mutuos.

Se crean acuerdos de compra con la empresa ITALCOL S.A para la adquisición de materias primas e insumos.

Se llega a convenios con empresas como SUPERMERCADOS K y SUPERCUNDI S.A para la venta semanal específica con opción de incremento.

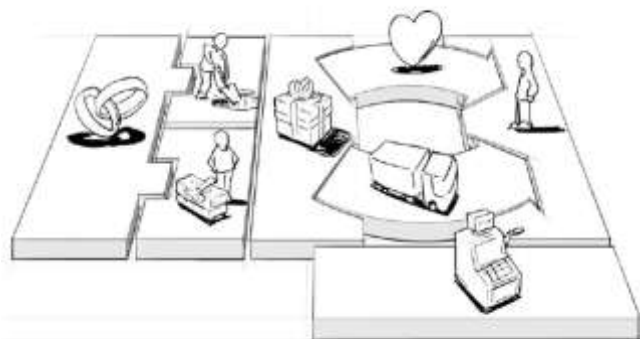


Fig. 9. Red de Socios: Momento ocho del modelo de Canvas. 7Ref

Contar con costos definidos que permita conocer la inversión necesaria y así poder crear estrategias comerciales que permitan generar rentabilidades y utilidades.

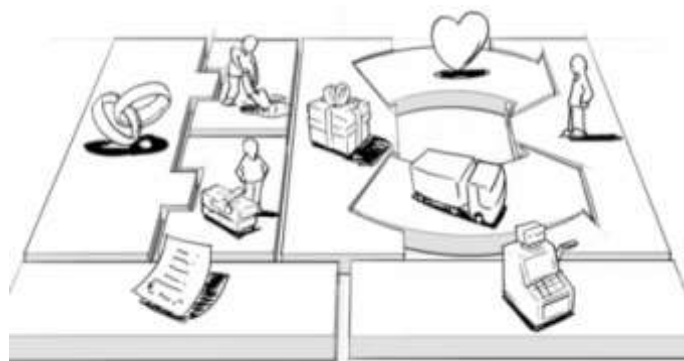


Fig. 10. Estructura de Costos: Momento nueve del modelo Canvas. 7Ref

VI. MARCO TEÓRICO

Chris Wright dijo: Se sabe bien que el buen manejo de la cama es fundamental para asegurar el éxito en el rendimiento de los pollos de engorde. Se habló en profundidad del manejo de la cama durante el Foro Internacional Científico Avícola, celebrado en Atlanta (EUA) en enero.

Se reconoce que la cama del galpon tiene una relación proporcional a la salubridad del lote y por consiguiente a su buen desarrollo, debido a que dependiendo del material se puede absorber mejor los residuos o filtraciones inhibiendo así la aparición de bacterias que afecten la vida sana del pollo, también tiene como efecto brindar calor y mantener la temperatura del pollo.

Ahora bien se han realizado estudios bacterianos que permiten analizar la importancia de desechar la cama por cada lote de pollo ya que esto representa un desperdicio para la naturaleza, debido a que este material donde sea desechado crea un problema de suelo debido a que no permite que el agua llegue al suelo impidiendo absorber los nutrientes suficientes para un sano desarrollo, lo cual ha presentado la idea de desinfectar la cama sin necesidad de desecharla dándole muchos más uso sin afectar la salubridad del lote, por el contrario se ha comprobado que mantener un capa bacteriana pequeña en la cama permite al pollo crear defensas para poder crecer con la presencia de estas.

Analizando el consumo del pollo notamos la demanda creciente de carne de pollo es una realidad en la actualidad, la cual se ve satisfecha con producciones mas rapidas y eficaces pero no tiene nada que ver con las hormonas de crecimiento para mejorar dichas producciones ya que estas no son efectivas para el engorde del pollo afirmó Natalia Gimferrer Morato después de un estudio profundo sobre los pilares del engorde animal; despues de haber consultado a expertos en hormonas concluyo que los unicos aspectos que influyen en la producción del pollo son cuatro pilares, los cuales son: una genetica mejorada del pollo de engorde, la buena alimentación de productos concentrados, la sanidad guiada por una vacunación previa al nacimiento y un manejo adecuado para mantener un buen desarrollo y posterior engorde del pollo. De esta manera se tendrá al final un lote con una productividad mejorada.

Ahora bien se tiene que reconocer que la primera semana es fundamental para el buen desarrollo del pollo pero la ultima semana es una semana de cuidados importantes para el buen proceso de sacrificio, puesto que es la semana de mayor mortalidad. Es una fase desafiante para los nutricionistas debido a que es el momento en el que se ajusta el pollo según la necesidad nutricionales de venta. Antonio Mario Penz

Junior, expresa ideas frente a la última semana de vida del pollo y hace referencia a las restricciones alimentarias que se presentan para obtener un resultado específico, al estrés que atraviesa el pollo debido a la extracción progresiva de pollos, separación de pollos según el sexo y es el momento en el que la bioseguridad se ve más afectada.

Las consideraciones generales se describen por manejo y los procesos de la producción de pollo campesino durante su desarrollo y engorde, desde el primer día hasta el día 45, tiempo en el cual el pollo está listo para sacrificio con un peso promedio vivo de 7 a 8 libras (hembras y machos).

La producción de pollo ha tenido un desarrollo importante durante los últimos años y está muy difundida a nivel mundial, especialmente en climas templados y cálidos, debido a su alta rentabilidad, buena aceptación en el mercado, facilidad para encontrar muy buenas razas y alimentos concentrados de excelente calidad que proporcionan aceptables resultados en conversión alimenticia.

Para que nuestro proyecto avícola tuviera resultado fueron necesarios cuatro procesos fundamentales, son:

- Procedencia
- Control sanitario
- Comida y bebida
- Sacrificio

La procedencia del pollo es importante para garantizar la calidad y genética del pollito de engorde lo cual nos da seguridad de trabajar con un ave con estándares garantizados.

El control sanitario hace referencia inicialmente a las condiciones del galpón, el cual debe estar debidamente desinfectado, luego hablamos de las condiciones sanitarias del pollito de engorde el cual debe contar con una vacunación contra las enfermedades más comunes, y por último se habla del control sanitario del cuidador, el cual debe hacer una desinfección previa al ingreso al galpón para evitar enfermedades y descartes innecesarios.

La comida y la bebida de los pollos es fundamental para el desarrollo y engorde de estos, y para esto se tiene que tener en cuenta el fácil acceso que tiene el pollo en referencia al concentrado y al agua, también se tiene que proveer la cantidad de comida y bebida por pollo para de esta manera garantizar el sano y puntual engorde del lote.

El sacrificio es fundamental para completar el proceso, ya que una buena manipulación de los pollos y un buen sacrificio nos permite conservar los estándares del pollo y de esta manera empezar con la venta comercialización y distribución con grado A.

VII. MARCO CONCEPTUAL

Para tener claro cada proceso y el manejo que cada uno tiene es necesario conocer los conceptos utilizados:

Materia prima: Son los materiales que se utilizan en el proceso de producción, y se transforman desde productos iniciales hasta el producto terminado o final. En este caso nos referimos a materias renovables ya que al ser transformación animal puede tener un ciclo compensatorio que nos indique la relación nacimiento de pollo por cada muerte del mismo.

Equipos: Bebederos manuales: son bebederos plásticos de 4 litros. Se coloca un bebedero por cada 25 pollos.

Comedero de tolva bebe: Comederos en plástico de 10 kilogramos.

La cama: Es de 5 a 15 cm de grosor, y el material es en viruta de madera, cascarilla de arroz, y su objetivo es evitar la humedad en el interior del galpón.

Pollo Campesino: Se compran pollitos campesinos de un día de nacidos, estos son pollitos de engorde con una genética especial para dicho proceso; los cuales requieren de cuidados fundamentales como lo son una temperatura corporal y de lugar específico, salubridad y comida y bebida accesible.

Concentrado: Se refiere al tipo de alimento ideal para la iniciación y posterior engorde del pollo campesino, para ello tenemos cuatro tipos de concentrados los cuales son preiniciador que va de un día de nacido hasta los siete días, el iniciador va desde el día ocho hasta conseguir un peso de 1.2 kg que se da alrededor del día veinte, engorde es el que sigue y va desde dicho peso hasta el día treinta y ocho, y por último finalización que se suministra la última semana de vida del pollo.

Vacunación: Cuando se compran los pollos campesinos de engorde se solicita al distribuidor que tengan mínimo las dos vacunas exigidas por la legislación colombiana, que hacen referencia a las enfermedades más comunes para los pollos y poder prevenirlas eficientemente, estas son Marek y New Castle.

El galpón: Nombre que recibe el lugar de almacenamiento y engorde del pollo, algo así como la jaula para pollos. En clima cálido el galpón debe ser orientado de oriente a occidente, así el sol no llega al interior del alojamiento, lo cual conllevaría a una alta elevación de la temperatura, además los pollos se corren hacia la sombra, produciendo mortalidades por amontonamiento.

Condiciones de Galpones: Se tiene que tener en cuenta la temperatura del lugar donde se ubican los galpones ya que este influye en el espacio para el engorde adecuado del pollo, también se debe tener en cuenta la buena ventilación ya que esta también influye en la temperatura del lugar y de los pollitos; inicialmente dichos galpones pasan por un proceso de lavado y desinfección luego de esto son fumigados contra plagas, después de esto se procede a la instalación de los bebederos y comederos que van dependiendo de la cantidad de pollitos campesinos, y por último se adecua la cama que se basa en viruta o cascara de arroz con un grosor de 15 cm.

Transformación: Ahora se empieza el proceso de transformación que tiene la materia prima causados por los productos iniciales tales como el concentrado y la mano de obra, es decir el buen cuidado y verificación por parte del cuidador intentando así obtener un producto terminado en excelentes condiciones sanitarias, y de la misma manera consiguiendo un producto de calidad.

Alimentación: La administración del concentrado es vital para el sano crecimiento del pollito campesino, por eso lo primero que se tiene que tener en cuenta es el fácil acceso a la comida y al agua, también se debe tener en cuenta el peso y edad para el suministro adecuado del concentrado correspondiente.

Producto terminado: Después de que el pollo tenga cierto peso dependiendo del tipo de venta o para lo que se requiera, se sabe que esta en su fase final y por consiguiente se continúa con la decisión del sacrificio o la puesta en pie dependiendo del cliente y los preacuerdos tenidos en cuenta.

Residuos: Los residuos están presentes en todo el proceso de engorde del pollo campesino por eso se debe tener en claro las empresas ambientales a las que se recurre para un buen uso de estos; después de la salida del lote de pollos y después del sacrificio se procede a la limpieza, y dependiendo su procedencia secos o desechos sanitales y flujos se habla con la empresa idónea, o si se reutilizarán los desechos tales como la pollinaza se preacuerda con una empresa o persona que los requiera.

Limpieza: Luego de la venta de los pollos campesinos sigue la desinfección y fumigación, y posterior adecuación sanitaria para estar preparados para el nuevo lote de pollitos.

Permisos: Las CAR (Corporaciones Autónomas Regionales) son la primera autoridad ambiental a nivel regional y son los encargados de los permisos ambientales, los cuales se consiguen mediante visitas en donde certifican la crianza, el engorde, el manejo del medio ambiente y los recursos naturales y de todos los procesos en general.

Ventas: Se trata de la negociación y/o acuerdos que se tienen con los clientes siempre buscando un beneficio mutuo y procurando crear un relación comercial sostenible, para esto nos basaremos en la creación de una red de partners o clientes clave los cuales tendrán más beneficios por compras de elevado volumen, y de esta manera poder crear un buen nombre por nuestra calidad y servicio.

Producto: La empresa es parte de la cadena avícola, ofreciendo pollos campesinos saludables alimentados con concentrados y productos naturales o derivados de la naturaleza tales como chucho, ajo, limón; se cuenta con todos los permisos requeridos para la manipulación de los pollos y estándares de salubridad para mantener un buen proceso en los pollitos de engorde.

Clientes: Los clientes son empresas o personas naturales con un bajo poder adquisitivo, o con un nivel socioeconómico bajo y medio. El proceso de vinculación de clientes se basará en un mercadeo inicial para despertar interés, luego a los que quieran adquirir nuestro producto se realizará una cita o junta en las cuales se llegarán a acuerdos de cantidad, estado del pollo (en pie o muerto), distribución (esta parte hace referencia al transporte del pollo, la necesidad del canal en frío y como se repartirán los costos), dependiendo de todo lo anterior se basa el precio y las responsabilidades del producto.

Servicio: El servicio será basado por la formalidad, es decir desde el momento de promocionar nuestro producto manejar la respectiva cordialidad con las personas a las que atendemos siempre en pro de formalizar una idea de negocio, también ser formal a la hora de la reunión que tendrá por objetivo los acuerdos de mutuo beneficio, y por último el seguimiento será para fidelizar los clientes y para constatar la satisfacción de los mismos.

Distribución: La distribución será acordada con cada cliente puntualmente en la cita de negocios, en donde atenderemos sus preferencias y escucharemos sus necesidades para poder brindar la solución más adecuada, y de la misma manera pondremos a su disposición toda nuestra capacidad ya que contamos con equipos de refrigeración para mantener la puesta en frío del producto; el transporte por la distancia y tiempo de entrega no rompe la cadena de frío, si se acuerda o no daña la salud del pollo ya que se entrega después de pocas horas del sacrificio.

VIII. ARGUMENTACIÓN.

De la idea de una granja avícola y de la oportunidad de negocio que se da en la región del Alto Magdalena por comprar pollos campesinos locales, de buena calidad y buen

precio surge EL SEÑOR POLLO S.A con el objetivo brindar beneficios a todas las personas principalmente a las de bajo poder adquisitivo, por consiguiente se desarrolla una idea de negocio que se encamina a investigaciones y actividades para desarrollar la mejor estrategia productiva y comercial en la región.



Fig. 11. Pollo de Engorde: Primera semana de vida. Foto propia.

Inicialmente se habla que la carne de pollo es uno de los bienes que se consume en casi todo el mundo, siendo un producto nacionalmente necesario para los Colombianos, ya que es imprescindible en la dieta alimentaria por su bajo contenido de carbohidratos en relación a las carnes rojas, tiene un alto grado de preferencia por aquellas personas que son disciplinadas en el cuidado de su salud, por su sabor y su contenido proteico necesario para una buena dieta.



Fig. 12. Pollo de Engorde – Tolva bebe: Primera semana de vida. Foto propia

Ahora bien lo primero que se deja en claro es nuestro producto (el pollo campesino), es un alimento primario en la dieta regular diaria de la persona promedio, esto es debido a su valor nutricional ya que a comparación de los demás pollos esta engordado por alimentos concentrados y derivados de la naturaleza lo que le brinda su sabor sobresaliente. Se presenta una oportunidad en cuanto a la locación de las empresas, en cuanto a la entrega debido a la distancia se tienen que planear entregas con anticipación, y en cuanto al precio ya que el pollo campesino es costoso, y esto se da al proceso que tiene y también porque en la ciudad de Girardot o en las regiones aledañas no cuentan con una granja la cual pueda abastecer la demanda de estos, las empresas que cubren dicha demanda tienen nacimiento fuera de la región y son empresas grandes y poseionadas en el mercado, por ende los precios del pollo son altos.



Fig. 13. Pollo de Engorde: Tercera semana de vida. Foto propia

El SEÑOR POLLO S.A.S nace como una empresa productora y comercializadora de pollos campesinos, la cual compra pollitos de engorde y los transforma para poder venderlos en el mercado; se hicieron los estudios estratégicos adecuados para conocer el mercado más a profundidad, a medida que transcurría el tiempo se fueron consolidando datos, procesos y algunos tips de beneficio propio creando así, una buena estrategia de ejecución con una clientela potencial y presupuesto de ventas.



Fig. 14. Pollo de Engorde: Cuarta semana de vida. Foto propia

La ubicación y el galpón son lo primero que se tienen en cuenta para la conformación de la idea, y en ese punto inicia la inversión; y se entiende que una buena inversión lo es todo porque de eso dependerá el buen desarrollo del proyecto.

Es ideal tener en cuenta la cama, la temperatura y la buena alimentación de los pollos y su entorno para no tener imprevistos como descartes, muertes, o no incremento de peso.



Fig. 15. Pollo de Engorde: Quinta semana de vida. Foto propia

Por eso en la primera semana se debe facilitar el encuentro con la comida, ya que de la fijación por el pollito de la ubicación del alimento y bebida depende su buen desarrollo, y con esto los pollitos se acostumbran y tengan un sano engorde; y en el

agua se debe tener mucho control pues el pollo puede regarla, no alcanzar o sencillamente haber muy poca para cada pollo.

E puede suministrar al pollo limón en el agua lo que es ideal puesto que le ayuda a prevenir resfríos y mejora su respiración y sobre todo en época de lluvias, invierno o mucho frío.



Fig. 16. Pollo de Engorde: Sexta semana de vida. Foto propia

Este negocio presenta una buena proyección si se sabe llevar, es decir si se identifica el nicho de mercado o el tipo de cliente al que vamos a llegar, por ejemplo con el objetivo de plantear un posible crecimiento en el horizonte se habla de que en Colombia se encuentran tres diferentes tipos de clientes según su uso o negocio y cada una cuenta con cosas a favor y en contra.

En primer lugar encontramos aquellos que prefieren un pollo de tres a cuatro libras que por lo general son todos aquellos asaderos lo cuales no tienen problema por el color del pollo ni por su sabor porque ellos condimentan y dan su textura o “toque” al pollo; estos nos brindan un beneficio en costo del pollo y en la cantidad que compran, para lo cual se ejecutarían producciones específicas.

En segundo lugar existen aquellos compradores que no tienen preferencia en la compra de pollo ya que pueden comprar un pollo grande de siete a ocho libras, o pequeño de tres a cuatro libras, este hace referencia a los supermercados, pero estos se dividen en dos tipos, aquellos con los que se tienen acuerdos comerciales que solo compran a un proveedor y en gran cantidad pero existen un cantidad de convenios como lo es la variación del pollo (despresado, por presas, entero), responsabilidad de venta (quiere decir que se hacen responsables los proveedores de los pollos que no se vendan y por consecuencia de esto se dañen), y entrega en frío (el pollo tiene que ser entregado con una temperatura térmica de cada

pollo para garantizar su conservación); y aquellos sin convenios en donde solo se fija la tasa de compra por libra y una cantidad convenida dependiendo de la capacidad del proveedor y la necesidad del cliente. Todo lo anterior puede traer utilidades por cantidad comprada pero también costos por responsabilidad de producto vendido, en ambos casos se exige una buena calidad y sabor del pollo.

En tercer lugar se encuentran aquellas personas naturales que compran el pollo en vivo o muerto con el mayor pesaje posible para beneficio de su propio y de su familia, en este caso el sabor es indispensable y los beneficios por precio son mayores aunque sus ventas son a menor proporción.

EL SEÑOR POLLO S.A.S



Fig. 17. El señor Pollo S.A.S: Imagen Publicitaria. Imagen propia

IX. CONCLUSIONES

La alimentación que tiene el pollo es fundamental para su sabor y el unico momento de notararlo es en el momento de consumo por eso es preferible invertir un poco mas y brindarle un buen cuidado al pollo para mejorar su calidad que al final se invierta poco en un producto que no gusta.

¿Cuando pruebas un pollo piensas que es muy pequeño, incoloro o insaboro? Tal vez la calidad del pollo que estas comiendo no es la mejor, por es misma idea, ¿Deberias seguir frecuentando ese lugar para comer pollo?

¿Diferencias un pollo, de un pollo criollo y estos de un pollo campesino? Conocer lo que comes es la base para una buena alimentación

Se presenta la oportunidad de invertir en un proyecto de creación de empresa la cual puede generar una rentabilidad de COP 2.280.000 es decir un 8% EA sobre la inversión.

Esta empresa cuenta con estrategias de expansión hasta estar en todos los productos derivados de los carnicos del pollo incrementando sus ventas a todos los compradores de pollo.

Participar puede ampliar sus conocimientos y sus prospecciones empresariales, dar la oportunidad a una empresa de la región para la región puede ampliar el horizonte de los emprendedores.

X. REFERENCIAS

1. El sitio avicola. Artículo: Manejo de la cama de pollos de engorde 17 de abril de 2012 <http://www.elsitioavicola.com/articulos/2145/manejo-de-la-cama-de-pollos-de-engorde/>
2. Erokxi consumer. Hormonas y pollo: 6 de agosto de 2012 <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/ciencia-y-tecnologia/2012/08/06/211385.php>
3. El sitio avícola. Artículo: Nutrición del pollo durante la última semana 6 de abril de 2015 <http://www.elsitioavicola.com/articulos/2696/nutrician-del-pollo-durante-la-aoltima-semana-introduccian/>
4. Scrib. Plan de negocios completo con sus etapas correspondientes 26 de junio de 2012 <http://es.scribd.com/doc/97278952/Plan-de-Negocios-Completo-Con-Sus-Etapas-Correspondietes#scribd>
5. Blog. Control y desarrollo pollo de engorde 19 de julio de 2009 <http://criaderodepollo.blogspot.com/>
6. Slidsahre. Establecimiento y manejo tecnico de dos lotes de setenta pollos de engorde en la concentración del desarrollo rural 10 de noviembre de 2011 <http://es.slideshare.net/luiseduardomendoza/marco-teorico-10108068>
7. Imagenes del modelo de canvas. <http://javiermegias.com/blog/2011/11/herramientas-el-lienzo-de-modelos-de-negocio-business-model-canvas/>
8. Revista Dinero <http://www.dinero.com/empresas/articulo/consumo-pollo-huevo/196801>
9. Sectores de inversión <http://www.investpacific.org/es/sector.php?id=3&su=1>