

MARCO LÓGICO PROGRAMA ECONÓMICO

ENCUENTRO Versión 01



| JERARQUÍA DE OBJETIVOS | METAS | INDICADORES | FUENTES DE VERIFICACIÓN | SUPUESTOS | AÑO 2023 |
|--|--|--|--|---|------------------------|
| 1. COMPETITIVIDAD E EMPRESARIAL AVICOLA | | | | | 1,354,889,238 |
| 1.1. Formación y desarrollo del capital humano en la cadena de valor del sector avícola: | <p>Metas:</p> <p>i. Desarrollar planes y programas de capacitación con entidades especializadas a nivel nacional e internacional, con recursos del Fondo Nacional Avícola y apalancados con otras fuentes a través de la alianza Sena y otras entidades, dirigidos al talento humano del sector, de los programas de Fenavi-Fonav, de las Seccionales, así como entidades de formación que tienen en su rol impartir conocimiento en todos los ámbitos del contexto avícola, para que indirectamente contribuyan con el mejoramiento continuo, el fortalecimiento de la productividad, competitividad y sostenibilidad del negocio avícola a nivel país.</p> <p>ii. Desarrollar y apoyar estudios de investigación aplicada, caracterizaciones regionales, proyectos y modelos piloto empresariales que puedan ser entendidos al sector y que estén relacionados con los diferentes eslabones de la cadena avícola, a través consultorías, universidades, pasantías, asesorías entre otros, con el objetivo de aportar información clave para su divulgación en pro del crecimiento y la competitividad del sector avícola.</p> <p>iii. Participar en diferentes eventos, reuniones de análisis técnicos, exploración de mercados, seminarios, congresos (aborden innovación tecnológica y líneas de acción afines a la avicultura), visitas a empresas avícolas para conocer desarrollo de procesos en la actividad productiva, y otros en donde se tenga delegación de representatividad a nivel nacional e internacional. Con el objetivo de transferir y divulgar información estratégica y de impacto para la cadena avícola a través de publicaciones especializadas. Financiados en su totalidad por el Fondo Nacional Avícola y parcialmente por entidades patrocinadoras.</p> <p>Actividades</p> <p>1. Participación en reuniones, eventos académicos, técnicos y gubernamentales nacionales e internacionales por parte del personal vinculado a las diferentes actividades y proyectos que desarrolla el Programa de Estudios Económicos, que permitan el intercambio de experiencias, de gestión sectorial, expansión de conocimientos, adopción de tendencias y el apalancamiento en la estructuración de proyectos formativos, que generen información de valor para la transformación de estrategia competitivas en la industria avícola.</p> <p>2. Formulación y coordinación de proyectos formativos, desarrollo de capacitaciones a través de eventos que generen la adquisición y desarrollo de conocimiento técnico y/o práctico válido para el fortalecimiento del talento humano del encadenamiento de valor del sector avícola, colaboradores de Fenavi-Fonav (programas y seccionales).</p> <p>3. Impulsar programas de transferencia de conocimiento y tecnología a entidades formativas, con financiación directa o cofinanciación, con el objetivo de replicarlos en los proyectos de capacitación y planes nacionales de evaluación y certificación de competencias laborales, diseñados específicamente para el mejoramiento de capacidades operativas y productivas del talento humano vinculado del encadenamiento de valor del sector avícola.</p> <p>4. Desarrollo de proyectos piloto en empresas que permitan identificar condiciones técnicas y/o administrativas para la formulación de estrategias de mejoramiento competitivo como mecanismo de referencia para el sector avícola.</p> <p>5. Desarrollo de actividades o acciones convergentes a los objetivos de: construcción, actualización, seguimiento y evaluación, así como de los planes de capacitación y de competencias laborales con el Sena y entidades especializadas, para el mejoramiento de las habilidades y conocimientos del talento humano del sector avícola.</p> <p>6. Desarrollo de estudios de investigación socioeconómica, técnica financiera, administrativa y formulación de proyectos, entre otros, con financiación directa o indirecta a Fenavi - Fonav, que aporten al mejoramiento de la productividad y sostenibilidad económica de los productores avícolas en las regiones convergentes al sector y otros estudios para la generación y modelación de información estadística de la coyuntura sectorial.</p> <p>7. Vinculación de pasantes universitarios en las áreas que sean pertinentes para el desarrollo de las actividades misionales del Fonav en todas las regiones del país, como apoyo en las investigaciones y demás estudios afines al desarrollo competitivo del sector.</p> <p>8. Participación en eventos técnicos, de la banca y tributarios entre otros asuntos transversales y/o en otros en que se participe como asistente considerado como herramientas de</p> | <p>1. Presupuesto ejecutado / Presupuesto asignado</p> <p>2. Capacitaciones y actividades ejecutadas / Capacitaciones y actividades programadas)* 100.</p> | <p>1. Informes y documentos de los proyectos y actividades ejecutadas.</p> <p>2. Cantidad de personas formadas y certificadas</p> | <p>Que no se realicen los proyectos y actividades</p> | 939,742,679 |
| 1.2. Actividades de estudios económicos | <p>Metas</p> <p>i. Contratar y/o desarrollar estudios económicos, proyectos, programas, investigaciones y planes de transferencia de tecnología en temáticas relacionadas con habilidades blandas, técnicas, tributarias, contables, administrativas, socioeconómicas y demás áreas transversales, que permitan identificar y conocer beneficios e impactos para mejorar las condiciones competitivas de la actividad avícola en el país; así mismo su difusión y divulgación nacional en los medios más idóneos y pertinentes.</p> <p>ii. Emplear los mecanismos e instrumentos adecuados para la captación y procesamiento de la información estadística que se considere clave para la realización de análisis y publicación de información y/o indicadores, a través de los medios que se consideren más efectivos desde el punto de vista de la difusión y aprovechamiento.</p> <p>iii. Aportar información y orientación para la co-gestión de líneas de acción estratégicas que contribuyan al mejoramiento competitivo y productivo para garantizar el crecimiento económico sustentable de la cadena avícola.</p> <p>Actividades</p> <p>1. El pago de los salarios de la Coordinación del programa económico y del Líder de Información Estadística.</p> <p>2. Desarrollo de actividades específicas requeridas en los proyectos de investigación, capacitación, ejecución de programas, estudios y/o trabajos de campo en diferentes áreas relacionadas con el ámbito económico, que permitan identificar beneficios e impactos que genera la actividad avícola en las diferentes regiones del país y/o que generen información de valor para promover la competitividad.</p> <p>3. Participación en la coordinación, estructuración, ejecución, seguimiento y evaluación de planes formativos, competencias laborales y de transferencia tecnológica para el fortalecimiento de las capacidades humanas y técnicas con efecto multiplicador al talento humano asociado a la industria avícola.</p> <p>4. Desarrollo de proyectos de asistencia técnica integral, social y económica que permita la resolución de retos sociales, culturales, productivos y administrativos que enfrentan los pequeños y medianos productores del sector avícola, con el fin de promover el fortalecimiento empresarial y desarrollo rural.</p> <p>5. Formulación de proyectos de acceso a la financiación de actividades avícolas con tasas de interés especiales y subsidios, orientadas al fortalecimiento productivo, preservación del estatus sanitario, local y regional y economía rural.</p> <p>6. Construcción de un observatorio de mercado de comercio exterior, para el desarrollo de instrumentos de medición del sector con alta confiabilidad.</p> <p>7. Asistencia a diferentes eventos y actividades nacionales e internacionales por parte del personal vinculado a los proyectos, programas, estudios, investigaciones, transferencias de conocimiento que desarrolla el Programa de Estudios Económicos, que permitan la expansión de información, su replicación y difusión en pro de la sostenibilidad y competitividad del sector avícola.</p> | <p>Presupuesto ejecutado / Presupuesto asignado</p> | <p>Informes y documentos de los proyectos ejecutados</p> | <p>Que no se realice la contratación de proveedores. Que no se requiera la compra software y hardware.</p> | 415,246,559 |
| 2. SISTEMAS DE INFORMACIÓN | | | | | 233,851,490 |
| 2.1. Mantenimiento y suministro de tecnología | <p>Meta</p> <p>Garantizar la operatividad, administración, soporte e infraestructura tecnológica de los sistemas de información en los diferentes programas del FONAV en beneficio del sector avícola, que requieren de soporte técnico que garantice el acceso permanente a herramientas tecnológicas, información y medios de comunicación, para mejorar los procesos de divulgación a los avicultores.</p> <p>Actividades:</p> <p>1. Renovación de licenciamiento Microsoft365 (Outlook, teams, onedrive, etc.)</p> <p>2. Internet Fenavi - Fonav.</p> <p>3. Mantenimiento y soporte de los servidores (Skill-Net).</p> <p>4. Renovación de Antivirus.</p> <p>5. Bolas de horas plataforma SAIA (10 horas) o ajustes por demanda.</p> <p>6. Mantenimiento y soporte de plataforma SAIA.</p> <p>7. Mantenimiento de servidores, UPS y pantalla Sala de Juntas.</p> <p>8. Servicio de Hosting web (fenavi.org) y demás sitios y renovación de dominios - migración.</p> <p>9. Licencia de herramienta de soporte remoto (Anydesk).</p> <p>10. Renovación de licencia de software BI para Económicos.</p> <p>11. Suscripción licencia de plataforma correos masivos (Mailjet).</p> <p>12. Traslado del dominio fenavi.org a GoDaddy.</p> <p>13. Renovación y adquisición equipos FONAV.</p> <p>14. Herramientas de diseño para el área de Comunicaciones.</p> <p>15. Extensión PowerBI growthrate.</p> <p>16. Mantenimiento y soporte página web www.fenavi.org</p> <p>17. Implementación sistema de Gestión Documental - Sistematización con FRP-Ordo.</p> | <p>Presupuesto ejecutado / Presupuesto asignado</p> | <p>1. La estructura de la información en la web.</p> <p>2. Operación de la web</p> <p>3. Actualización de los sistemas de computo.</p> <p>4. Flujo de información.</p> | <p>Que no se realice la contratación de proveedores. Que no se requiera la compra software y hardware.</p> | 233,851,490 |
| 3. SEMINARIOS Y DIVULGACIÓN | | | | | 182,459,040 |
| 3.1. Publicación, Promoción y Divulgación | <p>Metas</p> <p>i. Representar al sector avícola ante entidades especializadas, gubernamentales entre otras, dentro y fuera del país con temas estratégicos enfocados en socializar y promover las diferentes gestiones y resultados de actividades para potenciar al sector avícola.</p> <p>ii. Avicultura analítica para aportar información pertinente y de valor por medio de documentos y/o publicaciones especializadas en temas de carácter general y particular que oriente la toma de decisiones y planteamiento de iniciativas y soluciones estratégicas en pro del fortalecimiento del sector avícola.</p> <p>Actividades</p> <p>1. Capacitación al talento humano de Fenavi-Fonav y seccionales, a través de evaluadas especializadas, que permitan fortalecer las actividades de trabajo pertinentes en todas las áreas, y que éstas a su vez redunden en un beneficio directo en el desarrollo de la actividad productiva avícola.</p> <p>2. Apoyo a logística de las diferentes actividades y eventos desarrollados en las regiones del país, que contribuyen con herramientas para apalancar y fomentar acciones en la dirección de planes estratégicos para el desarrollo del sector avícola.</p> <p>3. Participación del personal vinculado a los proyectos que realiza el Programa Económico a diferentes eventos estratégicos a nivel nacional e internacional para la promoción y divulgación de información coyuntural, gubernamental y de los proyectos estratégicos gestionados a favor de la competitividad del sector avícola, actividades relacionadas con visitas a empresas avícolas para conocer el desarrollo de los procesos en la actividad productiva.</p> <p>4. Artículos en la revista Avicultores.</p> <p>5. Diseño, edición y publicación del Boletín Fenaviquin.</p> <p>6. Diseño, edición e impresión de documentos, artículos, notas de prensa y otro material, que permitan dar a conocer información estratégica y pertinente de las actividades desarrolladas, para la definición y/o reorientación de planes, programas, políticas públicas y toma de decisiones en pro de la sostenibilidad y competitividad del sector avícola.</p> | <p>Presupuesto ejecutado / Presupuesto asignado</p> <p>(Número publicaciones difundidas / Número de publicaciones proyectadas)* 100</p> | <p>Página web www.fenavi.org, Fenaviquin, Revista Avicultores, Documentos Avícolas, Artículos y presentaciones</p> | <p>Que el sector avícola no solicite reuniones y presentaciones</p> <p>Que no soliciten la participación de Fenavi - Fonav en reuniones</p> | 113,173,040 |
| 3.2. Renovaciones y suscripciones | <p>Meta</p> <p>Renovar suscripciones para recopilar información nacional e internacional de carácter económico, estadístico, de mercados, tributario, jurídico, aduanero, importaciones y exportaciones, entre otros, requeridos por el Programa Económico, con el objetivo de generar información de valor y desarrollar documentos especializados para mantener actualizado a la industria avícola, a través de la divulgación en los diferentes medios dispuestos para tal fin.</p> <p>Actividades</p> <p>1. Prospectiva Económica de Fedesarrollo.</p> <p>2. Gata S.A. Centro de Estudios Tributarios de Antioquia.</p> <p>3. Umer Barry.</p> <p>4. Noticiero oficial.</p> <p>5. Suscripción servicio de telefonía celular y plan de datos</p> <p>6. Publicaciones Multilog.</p> <p>7. Legiscomex.</p> <p>8. Renovación suscripción Diario La República, Revista Semana.</p> <p>9. Informes Información Empleo/Incluid - suscripción por un año.</p> | <p>Presupuesto ejecutado / Presupuesto asignado</p> | <p>1. Análisis de datos materializados en el Fenaviquin, la página web y actividades de difusión.</p> <p>2. Disponibilidad de la información a través de la web</p> | <p>Que no se renueven y/o compre información estadística y económica, entre otras</p> | 69,286,000 |
| 4. CONCEPTOS JURÍDICOS Y GESTIÓN DE ASUNTOS PÚBLICOS | | | | | 40,000,000 |
| 4.1. Asesoría para Asuntos Regulatorios | <p>Meta</p> <p>Apoyar, asesorar y acompañar a los Programas del FONAV y a los avicultores del país en la generación de conceptos jurídicos, programas de capacitación, análisis normativo y de proyectos de ley y en la gestión de reuniones ante las distintas entidades de Gobierno, entidades administrativas descentralizadas y de las Entidades Territoriales, en aquellos aspectos jurídicos que afectan de forma transversal a la avicultura, tanto a nivel de producción primaria como en la transformación y comercialización del producto.</p> <p>Actividades:</p> <p>1. Asesorías para la formulación de proyectos con alcance jurídico para el sector avícola.</p> <p>2. Validación de conceptos especializados en asuntos críticos del sector.</p> <p>3. Realizar seminarios y actividades de capacitación en las regiones del país para avicultores de todos los tamaños, en asuntos jurídicos de impacto para el desarrollo de la actividad avícola.</p> <p>4. Celebración de reuniones con actores del sector público y privado en distintas regiones del país, para la revisión de asuntos jurídicos con impacto en el sector avícola.</p> | <p>Presupuesto ejecutado / Presupuesto asignado</p> | <p>1. Conceptos jurídicos elaborados.</p> <p>2. Iniciativas legislativas y reglamentarias</p> <p>3. Actas de reuniones adelantadas con entidades públicas y privadas de orden nacional e internacional</p> <p>4. Actas de asistencia a capacitaciones dirigidas a los avicultores</p> <p>5. Presentaciones que sirven como apoyo para el desarrollo de las actividades</p> | <p>Que no se requieran todos los conceptos proyectados</p> | 40,000,000 |
| | | | | | \$1,811,299,698 |

| MARCO LOGICO PROGRAMA HUEVO | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---------------|--|
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | | METAS | | INDICADORES | | FUENTE DE VERIFICACION | | SUPIUESTOS | | AÑO 2023 | |
| 1. INOCUIDAD Y CALIDAD | | | | | | | | | | 399.566.594 | |
| 1.1. Formación y desarrollo del capital humano en la cadena de valor del sector avícola: | | 1. Elaboración, diseño, impresión y distribución de material de capacitación a productores y consumidor final, conforme a lo establecido en la normativa emitida por el ICA, INVIMA, Secretarías de Salud, referente a la producción y comercialización de huevo en cáscara y ovoproductos y con el objetivo de garantizar un adecuado manejo del producto y actualización en temas de interés. 2. Tramitar, revisión y monitoreo permanente de temas normativos que impacten al subsector de huevo y ovoproductos, con las autoridades sanitarias nacionales y revisión de normas internacionales como referentes. 3. Prestar asistencia técnica presencial y virtual a los productores pequeños, medianos y grandes de huevo y ovoproductos. 4. Organización y ejecución de mesas de trabajo con las empresas de ovoproductos de forma trimestral y trabajar en la promoción de los ovoproductos desde el punto de vista técnico orientado a la apertura de nuevos mercados y admisibilidad de los productos, visita a plantas en el exterior que estén exportando y asistencia a eventos internacionales, como ferias, misiones técnicas con el objetivo de ver tendencias y demás temas de interés para el sector de huevo, desde el punto de vista técnico. 5. Realizar recorrido por las plantas de ovoproductos en el marco del plan de intervención con el INVIMA, la academia y trabajar en las clasificatorias de huevo en planes de mejoramiento, prevención de patógenos y plan de residuos. 6. Realizar jornadas de actualización presencial y virtual en las diferentes zonas avícolas a productores grandes, medianos y pequeños con el fin de actualizar en temas de inocuidad, BPM, normativos y nutricionales de huevo y ovoproductos a personal técnico y operativo de las empresas productoras de huevo y ovoproductos. 7. Organización y ejecución de seminarios de actualización para el personal técnico y administrativo de las empresas de huevo en cáscara y ovoproductos. 8. Actualización Audiovisual del programa desde la parte de inocuidad que sea pertinente para todos los tamaños de productores. 9. Coordinar y ejecutar capacitaciones, convenios y proyectos con diferentes entidades públicas y privadas y consumidor final. 10. Fortalecimiento, mantenimiento y retroalimentación de la plataforma e-learning Huevopedia así como desarrollo de contenidos. 11. Planeamiento y desarrollo de proyectos de investigación con entidades públicas y privadas en pro del sector huevo y ovoproductos. 12. Desarrollo e implementación del plan de Bienestar Animal a través de videos validados, con un mensaje unificado de "un solo bienestar" 13. Producción audiovisual de nuevos capítulos de la serie Digital "Familia Campo" en el marco del plan de Bienestar Animal "un solo bienestar" 14. Apoyar técnicamente el desarrollo de campañas para prevenir el reuso de bandejas. 15. Apoyar técnicamente a las seccionales en el desarrollo de actividades relacionadas con la calidad e inocuidad de huevo y ovoproductos, con los productores y las entidades públicas y privadas. Y asistencia a las jornadas técnicas en las zonas avícolas del país. | | 1. Material impreso publicado / material diseñado y construido. 2. Asistencias técnicas realizadas/ Asistencias técnicas programadas. 3. Mesas de trabajo realizadas/ mesas de trabajo proyectadas. 4. Jornadas de actualización realizadas/ Jornadas de actualización proyectadas. 5. Seminarios de actualización realizados / Seminarios de actualización proyectados. 6. Material audiovisual realizado/ Material audiovisual proyectado. 7. Capacitación realizadas/ capacitaciones proyectadas. 8. Desarrollo del plan de Bienestar animal. 9. Contenidos desarrollados/ contenidos programados. | | 1. Actas y listados de asistencia de las reuniones. 2. Evaluaciones de capacitación realizadas. 3. Documentos y material físico digital y audiovisual. 4. Informes de las asistencias técnicas. 5. Reporte de la plataforma E-learning. 6. Documentos de proyectos desarrollados. 7. Informes de misiones técnicas o participación en eventos nacionales e internacionales. | | 1. Que autoricen las Autoridades Sanitarias. 2. Que no se logren convenios ni proyectos con las entidades. 3. que no se tengan públicos objetivos para capacitar. 4. Que no hayan eventos de interés para participar. 5. Que los productores no participen en los eventos o en los cursos presenciales o virtuales. | | 399.566.594 | |
| 2. FORTALECIMIENTO DEL CONSUMO | | | | | | | | | | 2.048.853.742 | |
| 2.1. FORMACION DE CONSUMIDORES | | 1. Fomentar el consumo de huevo en la población colombiana por medio del desarrollo de la campaña publicitaria, que se emitirá a través de pauta en medios masivos de comunicación (TV, radio, TV cable, Radio, Digital, impresos, vallas, Medios de transporte masivo, Cine, etc). 2. Diseño de actividades con cobertura nacional y regional, con impacto en las principales zonas avícolas del país dirigidas a fomentar el consumo de huevo enmarcadas en la campaña y las líneas de acción generales del programa. 3. Contratación de agencia creativa, digital y de asesoría en medios para el desarrollo y ejecución de la estrategia de comunicación y campañas publicitarias de fomento al consumo de huevo, así como la compra de una herramienta de medición para las campañas. 4. Desarrollo e implementación del plan de Bienestar Animal a través de videos validados, con un mensaje unificado de "un solo bienestar". 5. Desarrollo de actividades BTL presenciales y virtuales a nivel nacional en fechas emblemáticas para el programa y el sector como el día del niño, día de la nutricionista, halloween, navidad, entre otras que contribuyan a dar mensajes de buena alimentación y nutrición consumo de al menos dos huevos siempre, dando el mensaje de cuidado de corazón. 6. Desarrollo, producción y publicación de capítulos digitales y otros formatos de la serie animada La Liga Super Crack para aumentar la difusión. 7. Establecer y fortalecer la estrategia para la celebración del día mundial del huevo. 8. Desarrollo, producción edición y publicación de capítulos digitales para el canal de cocina Show Preparar con huevo, donde el protagonista es el huevo, los participantes son personas que la rompen famosas y no famosas, con la contratación de presentador que nos sirva como influencer y embajador de la categoría. 9. Realizar la medición y/o tracking de los resultados de la campaña publicitaria. 10. Realizar y participar en estudios y capacitaciones en temas de consumo en hogares, tendencias, hábitos de compra, consumo, mercado, innovación, proyectos, comunicación, gasto de hogares entre otros. 11. Desarrollar material audiovisual, promocional y divulgativo dirigido al apoyo de la campaña de fomento al consumo de huevo como piezas para TV, cable, digital, cuñas de radio, jingles y actividades BTL a nivel nacional y regional. 12. Realización de actividades de BTL y producción de material POP y/o Merchandising que generen un contacto directo con el consumidor, para difundir los beneficios de consumir huevo. 13. Alianzas y desarrollo de actividades con entidades, fundaciones y empresas públicas y privadas para difundir mensajes de buena alimentación, nutrición, beneficios, tips, cocina, entre otros, todos enfocados al fomento del consumo del huevo a nivel nacional. 14. Participación en la Revista Avicultores a través de infografías, entrevistas, notas y/o diferentes publicaciones de resultados de las actividades del programa huevo y de la campaña de fomento al consumo. 15. Fortalecer, mantener y dar continuidad al programa de asistencia nutricional para los adultos mayores en Colombia denominado Línea Dorada con la base de datos de la entidad de Prosperidad Social. 16. Contratar alianzas con entidades que nos permitan difundir el poder del huevo. 17. Diseñar y construir plan de trabajo con médicos especializados que aporte a la industria y la difusión de conocimiento y beneficios del huevo y así aumentar su | | 1. Porcentaje de recordación de la campaña en el consumidor. 2. Impacto de la campaña en el consumidor. 3. Consumidores cubiertos con la campaña/Universe de consumidores. 4. Material desarrollado Vs material entregado. 5. Numero de seguidores en las redes sociales, pagina web y youtube. 6. Crecimiento de al menos el 20% en visualizaciones en el total de los contenidos. 7. Numero de impacto en actividades virtuales y presenciales. 8. Numero de actividades con las seccionales. 9. Numero de Estudios y divulgación de los resultados. 10. Numero de asistencias nutricionales a adultos mayores del programa Línea Dorada. 11. Mantener las entidades aliadas y lograr al menos una más. | | 1. Informe de medio de comunicación. 2. Registro de base o guen haga sus veces 3. Informe Tracking 4. Contratos. 5. Informe de Analíticas y audiencias digitales. 6. Evidencias fotográficas de las actividades BTL. 7. Evidencia física y/o fotográfica del material POP o Merchandising elaborado. 8. Informes de los estudios | | 1. No contar con los recursos para realizar una campaña que tenga cubrimiento y permanencia. 2. Que la situación de pandemia continúe o empeore 3. Que ocurra un evento climático o catastrófico de fuerza mayor | | 1.573.853.742 | |
| 2.2. LA IMPORTANCIA DEL HUEVO Y SU IMPACTO EN LA NUTRICION HUMANA | | 1. Desarrollar convenio con la academia y/o Instituciones especialistas en salud para tener espacios académicos en seminarios, simposios, congresos comunicaciones en diferentes medios y demás actividades con profesionales de la salud. 2. Trabajar para promover el consumo de huevos diariamente, de acuerdo a las recomendaciones de las guías nutricionales del ICB y a las recomendaciones de entidades científicas internacionales. 3. Divulgar conocimiento en línea de la importancia del huevo y su impacto en la nutrición a través de profesionales de la salud en espacios especializados y masivos como mañanas de la salud. 4. Impresión y entrega en diferentes eventos del Libro Huevo en la Mira 3.0 y contratación de artículos para futuros libros de salud. 5. Desarrollo de material que permita divulgar y difundir entre formadores de opinión, los beneficios del huevo en la alimentación diaria de los colombianos e información científica. (Banco de alimentos, entidades públicas y privadas, acordes, cotelo fundaciones, propiedad, sena, icbf entre otros.) 6. Participación en el congreso avícola y congresos médicos con la invitación de profesionales especializados nacionales e internacionales quienes dicen conferencias, simposios, o foros con el fin de fortalecer la imagen del huevo y fomentar el consumo del mismo a través de la comunidad médica y los formadores de opinión que participen en los mismos. 7. Escribir y publicar artículos científicos y avances investigativos en el tema de huevo. 8. Plantear y ejecutar actividades para continuar el trabajo de fomento de consumo de huevo los diferentes públicos. 9. Desarrollar actividades en conjunto con entidades públicas y privadas para promover el consumo de huevo, garantizar el manejo adecuado del producto, desmitificar los mitos y fortalecer los beneficios. 10. Alimentar la plataforma e learnig y los blog con el contenido generado de todas las iniciativas. 11. Evaluar posibles convenios con otras entidades públicas y privadas que puedan generar un buen impacto en el sub-sector huevo y los ovoproductos. 12. Realización de estudios de tendencias de consumo para el sector así como hábitos y usos para identificar los cambios en el consumidor. 13. Capacitación a productores en diferentes temas que aporten al impacto de la industria avícola. 14. Reuniones mensuales con representantes de las principales regiones avícolas- Envío material a nivel nacional. 15. Actividades de divulgación del Huevo como Alimento Cardioprotector y darle mayor alcance con productores y entidades del reconocimiento de "Huevo Alimento Cardioprotector". 16. Realizar estudio nutricional en población vulnerable e intervenir para demostrar con evidencia y medicina técnica nutricional y medica que el huevo impacta positivamente a la nutrición. | | 1. Convenios realizados/ convenios planteados. 2. Publicaciones de recomendación de guías de alimentación/Publicaciones de recomendación de guías de alimentación planeadas. 3. Total de participación en eventos y congresos/ Participación en eventos y congresos planeados. 4. Artículos científicos del huevo publicados/ artículos científicos del huevo planeados. 5. Numero de alianzas ejecutadas/ numero de alianzas planeadas. 6. numero de personas capacitadas/ numero de personas planeadas para capacitar. 7. total de reuniones hechas/total de reuniones planeadas. 8. estudios realizados/estudios planteados. | | 1. Listados de asistencia a las capacitaciones y reuniones. 2. Encuestas de satisfacción de capacitaciones. 3. Informes de capacitaciones. 4. Memorias de las conferencias. 5. Reporte de congresos. 6. Informes Convenio. 7. Material gráfico. 8. Artículos en revistas publicadas. 9. Informes de cada una de las iniciativas | | 1. Que no se participe congresos o eventos de salud a nivel nacional. 2. Que no existan programas de alimentación en los que intervenga el huevo. 3. Que no se logre convocatoria para las capacitaciones. 4. Que no exista interés para incluir productos con huevo en los programas de gobierno. 5. Que no se pueda coordinar las capacitaciones con las diferentes entidades. 6. Que no se tenga convenios. 7. Que no se publiquen revistas. 8. Siga la situación de pandemia en el país. | | 365.000.000 | |
| 2.3. MERCADO MUNDIAL | | 1. Participación en eventos internacionales que permitan conocer avances en materia del desarrollo del subsector a nivel internacional. Conferencias IEC de Barcelona y Canada y ferias como Atlanta y Latinoamérica 2. Participar en misiones y/o seminarios y/o ferias tecnológicas y/o comerciales que permitan tener un mayor conocimiento de la industria del huevo y ovoproductos a nivel internacional y las nuevas tendencias en la producción y comercialización del huevo en el mundo. 3. Desarrollo de actividades que permitan promover y facilitar la internacionalización del sector. 4. Dar continuidad a las membresías internacionales de impacto para el subsector como IEC, IEH, ILH, entre otros. | | 1. Eventos programados / asistencia a eventos. | | Memorias. Material. Base de datos. | | Que no se pueda asistir a las reuniones programadas. Que no hayan eventos de interés Que la situación de pandemia continúe | | 110.000.000 | |
| 3. SEGUIMIENTO EN FRONTERA Y LUCHA CONTRA LA INFORMALIDAD | | | | | | | | | | 75.000.000 | |
| 3.1. SEGUIMIENTO EN FRONTERA Y LUCHA CONTRA LA INFORMALIDAD | | 1. Contrato con empresa especializada que realice monitoreo permanente en las zonas fronterizas a través de observadores autorizados. 2. Desarrollo, ejecución y actualización de programa de capacitación y actualización a los funcionarios de las entidades públicas (policivas, aduaneras y sanitarias) y privadas (comercializadores de huevo) 3. Seguimiento a las condiciones de mercado y al comercio en las fronteras con Ecuador y Venezuela y a la empresa observadora contratada. 4. Trabajo conjunto con autoridades sanitarias, aduaneras y de control. 5. Evaluación de estrategias para evaluar el control y la prevención del contrabando, la legalidad y la informalidad en el país, con énfasis en zonas de frontera. Incluido estudios y observadores fronterizos 6. Participación en las mesas anti-contrabando que se organizan en las dos Ciudades fronterizas. 7. Desarrollo de material POP y estrategia de comunicación enfocada a la estrategia de "Romper la bandeja de Huevos" y/o no reutilizarla. 8. Desarrollo de campañas de fomento regionales, fomentando el consumo de huevo colombiano. 9. Implementación, mantenimiento y seguimiento de App para recopilar información en tiempo real de las fronteras y que sirva de soporte esta herramienta para las autoridades. 10. Dar continuidad al INFROFRONTAS, a través del cual se circulará mensualmente información de interés y relevante para los avicultores nacionales con énfasis en los de zonas fronterizas. 11. Realización de alianzas con otros gremios para luchar conjuntamente con el problema de contrabando e irregularidad. | | 1. Capacitaciones realizadas capacitaciones proyectadas 2. Reuniones proyectadas con las Autoridades / total asistencia a reuniones. 3. Estrategias establecidas implementadas. 4. Asistencia a mesas programadas mesas de trabajo proyectadas. 5. Fronterizas realizadas/fronterizas proyectadas. | | 1. Informe de Fronteras 2. Actas de reuniones con entidades de frontera 3. Listados de asistencia a las capacitaciones 4. Encuestas de satisfacción de capacitaciones. 5. Implementación de la herramienta App. | | 1. No poder trabajar conjuntamente con las autoridades y entidades de control en frontera 2. No tener convocatoria para las capacitaciones 3. Problemas de comunicación con las entidades de control en frontera. 4. que la situación de pandemia continúe | | 75.000.000 | |
| TOTAL | | | | | | | | | | 2.523.420.336 | |

MARCO LÓGICO PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD

| JERARQUÍA DE OBJETIVOS | METAS | INDICADORES | FUENTE DE VERIFICACIÓN | SUPUESTOS | 2023 |
|---|---|------------------------------|------------------------|--|-------------------------|
| ORDENAMIENTO TERRITORIAL | | | | | \$ 187,477,298 |
| Ordenamiento Territorial y Productivo | Desarrollar actividades respecto al ordenamiento territorial y productivo de la industria avícola. Acompañamiento y apoyo en los espacios de concertación de POT y POD, POMCAS, Frontera Agrícola, Zonificación Avícola y de consultas públicas. Asesorías y recomendaciones frente a certificados del uso del suelo y ante problemáticas con comunidades. | Informe de gestión y avances | Informes | No interes en formación ni en investigación | \$ 187,477,298 |
| INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA | | | | | \$ 423,360,000 |
| 1.1. Formación y desarrollo del capital humano en la cadena de valor del sector avícola: | Realizar estudios de investigación aplicables al sector avícola en el marco de los preceptos de la Economía Circular, dando valor agregado a los residuos como estrategia de mitigación de impactos ambientales. | Informe de gestión y avances | Informes | No interes en formación ni en investigación | \$ 345,000,000 |
| Transferencia | Desarrollar herramientas, material y piezas de divulgación con el fin de fortalecer las capacidades de los productores en los temas inherentes a la sostenibilidad y comunicar las acciones y avances del sector ante los grupos de interés. Revista de Aviultores y pieza de comunicación en sostenibilidad | Informe de gestión y avances | Informes | No interes en formación ni en investigación | \$ 78,360,000 |
| GESTIÓN AMBIENTAL, SOCIAL Y SOSTENIBLE | | | | | \$ 2,166,368,441 |
| Asistencia técnica | Contratación de profesionales y gastos de movilización en campo para el acompañamiento y formación de empresas y productores avícolas. Realización de actividades que identifiquen y promuevan el cumplimiento normativo y el desarrollo de producciones avícolas sostenibles por parte de las empresas y productores avícolas. Realización de actividades relacionadas con las líneas de acción del Programa en temas ambientales, sociales y de sostenibilidad enfocadas en la asesoría y el desarrollo de recomendaciones puntuales para el mejoramiento de la producción. | Informe de gestión y avances | Informes | No interes en formación ni en investigación | \$ 1,731,368,441 |
| Formación y capacitación | Desarrollo de espacios de formación técnica para empresas, productores avícolas y el equipo del Programa de Sostenibilidad hacia una producción avícola sostenible. Conmemoración de fechas de importancia ambiental, IV Simposio Internacional de Sostenibilidad Avícola y semana de nivelación y planeación estratégica del equipo del Programa de Sostenibilidad. | Informe de gestión y avances | Informes | No interes en formación ni en investigación | \$ 435,000,000 |
| ARTICULACION INTERSECTORIAL | | | | | \$ 20,000,000 |
| Articulación intersectorial | Articulación y acompañamiento con otras instituciones y actores vinculados al sector avícola para el desarrollo de actividades, estrategias y alianzas que promuevan la producción avícola sostenible del país. | Informe de gestión y avances | Informes | No interes en desarrollo de la mesa sectorial. | \$ 20,000,000 |
| TOTAL | | | | | \$ 2,797,205,738 |